

Sosyolojik Düşün

Yıl/Year: 2021 (Haziran/June)

Cilt/Volume: 6- Sayı/Issue: 1

E-ISSN: 2587-2699

İmtiyaz Sahibi / Owner

Doç. Dr. Bekir KOCADAŞ

Editörler / Editors

Doç. Dr. Cem Koray OLGUN

Doç. Dr. Emre ÖZTÜRK

Dr. Hülya BİÇER OLGUN

Yayın Kurulu / Editorial Board

(Alfabetik Sırayla / In Alphabetical Order)

Doç. Dr. Mehmet ÇAKIR, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

Doç. Dr. Bekir KOCADAŞ, Adıyaman Üniversitesi

Doç. Dr. Muzaffer Çağlar KURTDAŞ, Adıyaman Üniversitesi

Doç. Dr. Cem Koray OLGUN, Adıyaman Üniversitesi

Doç. Dr. Emre ÖZTÜRK, İzmir Bakırçay Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ferhat ARIK, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Sefa Salih AYDEMİR, Adıyaman Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şevket Ercan KIZILAY, Düzce Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Cihad ÖZSÖZ, Süleyman Demirel Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Levent TAŞ, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Hulusi YILMAZ, Nevşehir Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

(Alfabetik Sırayla / In Alphabetical Order)

Prof. Dr. Yaşar ERJEM, Mersin Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa TALAS, Ömer Halisdemir Üniversitesi

Prof. Dr. Orhan YAZICI, İnönü Üniversitesi

Doç. Dr. Gürcan Şevket AVCIOĞLU, Selçuk Üniversitesi

Doç. Dr. Metin KILIÇ, Düzce Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet GÜNGÖR, Mersin Üniversitesi

Doç. Dr. İlkey ŞAHİN, Erciyes Üniversitesi

Sosyolojik Düşün bağımsız, ulusal ve hakemli ve bir e-dergidir.

Yılda iki kez, Haziran ve Aralık aylarında yayımlanır.

Sosyolojik Düşün is an independent, national and peer-reviewed e-journal.

It is published twice a year in June and December.

BU SAYININ HAKEM KURULU / REVIEWERS OF CURRENT ISSUE

(Alfabetik Sırayla / In Alphabetical Order)

- Prof. Dr. Yahya Mustafa KESKİN, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Doç. Dr. Özkan AKMAN, Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet GÜNGÖR, Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Metin KILIÇ, Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Kürşat KURTULGAN, Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Emre ÖZTÜRK, İzmir Bakırçay Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sefa Salih AYDEMİR, Adıyaman Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Başak KASA AYTEN, İnönü Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Erkan DİKİCİ, Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ülkü ULUKAYA ÖTELEŞ, Muş Alparslan Üniversitesi
Dr. Rezzan ALAGÖZ, Adıyaman Üniversitesi

İletişim / Contact

sosyolojikdusun@gmail.com

Teknik Destek / Technical Support

Doç. Dr. Emre Öztürk, ozemreozturk@gmail.com

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

<i>Ahmet FİDAN</i> <i>The Effect of Religious Factors on Traitional Gender Beliefs in Turkey</i> <i>Türkiye'de Dini Faktörlerin Geleneksel Cinsiyet İnançlarına Etkisi</i>	1-18
<i>Bekir KOCADAŞ</i> <i>Suriyeli Sığınmacıların Türk Toplum Yapısına Uyum Sürecinde Yaşadıkları</i> <i>Sorunlar Üzerine Bir Değerlendirme</i> <i>An Evaluation of the Problems of Syrian Refugees in the Process of Adaptation</i> <i>to the Turkish Social Structure</i>	19-42
<i>Emine Meliha KURTDAŞ</i> <i>Reklamlar Eğitimde Bir Araç Olarak Kullanılabilir Mi?</i> <i>Can Ads Be Used As A Tool in Education?</i>	43-65
<i>Sefa Salih AYDEMİR</i> <i>Industrial Revolution and Development as A Model in the Development of</i> <i>Turkish Industry During The Ottoman Empire and The Foundation Period</i> <i>of The Republic</i> <i>Osmanlı Devleti ve Cumhuriyet'in Kuruluş Dönemi Türk Sanayisinin Gelişmesinde</i> <i>Model Olarak Sanayi Devrimi ve Gelişimi</i>	66-88
<i>Metin KILIÇ</i> <i>Akademisyenlerin "Serbest Zaman Yoksunluğuna" Etki Eden Unsurlar:</i> <i>Düzce Üniversitesi Örneği</i> <i>Factors Affecting Academics' "Leisure Time Deprivation":</i> <i>The Case of Düzce University</i>	89-111

THE EFFECT OF RELIGIOUS FACTORS ON TRADITIONAL GENDER BELIEFS IN TURKEY

Ahmet FİDAN*

Abstract

The main purpose of the present study is to examine the relationship between religiosity and gender traditionalism in a secular and Muslim country, Turkey. Based on previous research and perspectives several hypotheses were developed to test. A joint data, which is collected by European Value Survey and World Value Survey from Turkey in 2018, was used for analysis. A series of models of linear logistic regression was created to test the effect of each predictor variable on traditional gender beliefs. The results indicated that subjective religiosity and given importance to religion were strongly, significantly, and positively associated with gender traditionalism while prayer practice showed a slight and positive effect on gender traditionalism. Implications of the study were discussed and concluded, limitations were identified for future work.

Keywords: Traditional gender beliefs, religion, Turkey.



* Dr., Adıyaman Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
ahmetfidan@adiyaman.edu.tr

TÜRKİYE'DE DİNİ FAKTÖRLERİN GELENEKSEL CİNSİYET İNANÇLARINA ETKİSİ

Öz

Bu çalışmanın temel amacı, seküler ve Müslüman bir ülke olan Türkiye'de dindarlık ile toplumsal cinsiyet gelenekçiliği arasındaki ilişkiyi incelemektir. Önceki araştırmalara ve bakış açılarına dayanarak, test etmek için çeşitli hipotezler geliştirilmiştir. Analiz için Avrupa Değer Araştırması ve Dünya Değer Araştırması tarafından 2018 yılında Türkiye'den toplanan ortak bir veri kullanılmıştır. Her bir öngörücü değişkenin geleneksel cinsiyet inançları üzerindeki etkisini test etmek için bir dizi doğrusal lojistik regresyon modeli oluşturulmuştur. Sonuçlar, sübjektif dindarlığın ve dine verilen önemin, cinsiyet gelenekçiliği ile güçlü, anlamlı ve olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu, ibadet etme pratiğinin ise cinsiyet gelenekçiliği üzerinde hafif ve olumlu bir etki gösterdiğini göstermiştir. Çalışmanın sonuçları tartışılmış, sonuçlandırılmış ve gelecekteki çalışmalar için sınırlamalar belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel cinsiyet inançları, din, Türkiye.

1. INTRODUCTION

For several decades, social researchers have shown a hectic interest in traditional gender beliefs and attitudes in different societies. Traditional gender role beliefs have been considered as people's acceptance of social norms that give males more power than females in the social structure of society (Shearer et al., 2005). Patriarchy or traditional gender beliefs is defined as a comprehensive network or system of hierarchical structure that spans political, economic, social, religious, cultural, industrial, and financial domains, with men occupying or controlling and dominating the vast majority of top positions in society (Attoh, 2017). According to social scientists, men's and women's power disparities are deeply rooted in even modern social structures and generating and retaining traditional gender relations in society (Fidan & Bui, 2016; Shearer et al., 2005; Walby, 1990). Even though the power balance is changing,

particularly in the Western world, prevalent acceptance of this power structure remains based on gender roles (Pietromonaco et al., 2020). Beliefs and attitudes are important and may characterize a person's conception of the world about any social issue. For instance, people with more egalitarian gender attitudes are less likely to support patriarchy as a societal system, whereas those with more conventional gender attitudes are more likely to embrace the patriarchal system's precepts (Perales & Bouma, 2019).

Although the relationship between demographic factors and gender traditionalism has been documented in previous research, there is still a scarcity of research that focuses on the effect of religious factors on gender traditionalism, particularly in developing or non-Western countries. Religion is an important cultural determinant that supplies a pretty consistent approach to organizing and prioritizing values, to the point where religiosity has been connected to specific values (Mikołajczak & Pietrzak, 2014). Existing research mostly has been focused on the Western context and developed countries (Perales & Bouma, 2019; Seguino, 2011). In that area, there is little research that has been done utilizing more current national samples and concentrating on distinct country contexts. Particularly, in Turkey, the research on the association between religious factors and gender traditionalism scarcely non-exist. Having a secular and religious society makes Turkey a substantial and interesting case to study the association between religious factors and social beliefs.

The main purpose of this study is to contribute to work up in the area of sociology of religion by examining the relationship between religious factors and traditional gender beliefs in a Muslim and secular country, Turkey. first, the present research documents previous research, which has examined the association between religion and gender traditionalism. Next, the study will

reveal how Islamic doctrines work on traditional gender beliefs. Based on these doctrines, several hypotheses will be developed. Then, these hypotheses will be tested by data obtained from the 2018 jointly European Value Survey (EVS) and World Value Survey (WVS), the case of Turkey. The results will be presented by a series of models from linear logistic regression. Finally, implications will be discussed and concluded, limitations will be identified for future studies.

1.1. Traditional Gender Beliefs in Turkey

Turkish society is widely seen as patriarchal, with distinct gender roles, and, therefore, marriage and family are both can be considered notably patriarchal (Sakalli, 2001). In other words, girls and boys in Turkey are socialized with traditional sexist views. Gender roles are socialized in the household, and girls and boys learn diverse gender stereotypes from an early age (Sakalli, 2002). Girls are raised to be submissive and obedient in the home, whereas boys are taught to be more aggressive and independent (Oksal, 2007). As a result, men raised in patriarchal ideology realize women's reliance on them in interpersonal relations. Thus, after learning and accepting these gender ideologies, men maintain to impose those beliefs against women in marriage and society in Turkey. In this manner, men and women have different roles in marriage and family institutions. For example, in the family, men's roles are to be authoritative, head of the household, and to preserve the family structure, whereas women's roles are to care for members of the family and to run the house as caregivers.

Due to its Westernization and institutionalization efforts since its founding, contemporary Turkey cannot be compared to other Islamic countries (Arat, 2008). However, although Turkey's economy has improved since the beginning of the century, female empowerment has remained stagnant in every way (Engin & Pals, 2018). A new study conducted by Engin and Pals (2018) indicated

that Turkey has become more patriarchal since the 1990s. Furthermore, their study demonstrated that the influence of religion on patriarchal attitudes has waned through time, although the influence of political conservatism has stayed consistent in Turkey.

1.2. Literature Review

Many ideals are created in cultures that promote women's subordination to men. Religion plays a significant cultural role in the formation of values that promote women's inferiority to men (Sambur, 2021). Religion is an aspect of culture in the broadest sense, as well as the formation of society, and civilization without religion has never existed (Attoh, 2017). Every religion encourages slightly different standards, establishes distinct organizations, and rests on cultural and historical underpinnings (Klingorova & Havlicek, 2015). Personal world religions possess varying degrees of effect on women's status in societies.

According to Ozorak (1996) involvement of women in religion is a paradox. Because women of all ages are more religious than men. In other words, women are more likely than men to identify as religious, to attend religious services, pray regularly, feel close to God, and give more importance to their religious services (Ozorak, 1996). Organized religious organizations, which create cultural norms, social regulations, and behaviors, have a substantial effect on the strictness of gender roles and attitudes, according to a large body of data (Inglehart & Norris, 2003). Even though women identify themselves as more religious, they may get less benefit from the teachings of their religion.

Several studies, in modern countries, have well-documented the relationship between religion and traditional gender beliefs and attitudes. For instance, a study conducted by Acevedo and Shah (2015) purposed and investigated the

effect of Sunni-Shi'a affiliation on views of gender traditionalism. In their study, the authors used large data from the World Value Survey of four important Muslim countries: Iran, Iraq, Lebanon, and Pakistan. Their findings exhibited that, rather than sectarian affiliation alone, educational achievement, income, demographic characteristics, and national culture are stronger and more consistent determinants of gender traditionalism. In addition, their study indicated that as a religious factor, the importance of religion was significantly related to gender traditionalism. In other saying, people who give more importance to their religion hold more traditional gender beliefs in Muslim countries.

A study conducted by Klingorova and Hevlicek (2015) tried to examine the influence of religions on the status of women and the state of gender inequality by using a sample of 50 countries worldwide. Their findings revealed that first, countries, where the majority of respondents are without religious affiliations, exhibit the lowest levels of gender inequality. Second, Christian and Buddhist countries or societies have average levels of gender inequality. Finally, countries with the greatest levels of gender inequality across the observed variables, whose participants adhere to Islam and Hinduism. Based on their results, the authors suggested that the association between religion and gender traditionalism can be clarified by that those societies that possess a greater level of religiosity usually approve the authority of religious scholars who have a substantial influence on society to hold patriarchal beliefs and attitudes (Klingorova & Hevlicek, 2015).

Another study carried out by Goldscheider and colleagues (2014) tried to examine the relationship between religiosity and several measures of attitudes and behaviors related to gender disparity in the public and private spheres in Sweden. They used two waves of data from the Swedish Adult Panel Survey of

1999 and 2003. Their findings revealed that higher religiosity is associated with more patriarchal beliefs about the balance of roles of men and women in the household.

1.3. Hypotheses

Based on the literature reviewed above, the present research developed three hypotheses that will test the effect of religion on traditional gender beliefs:

H1: Self-identification as “religious” will be more likely to associated with a higher level of traditional gender beliefs in Turkey

H2: Higher given importance to religion will be associated with a higher level of traditional gender beliefs in Turkey

H3: Greater prayer practice among people will be associated with a higher level of traditional gender beliefs in Turkey

2. METHOD

2.1. Data and Sample

Data from the present study was obtained from the 2017-2020 jointly European Value Survey (EVS) and World Value Survey (EVS) the case of Turkey (2018), which was conducted from March 2018 through May 2018 (EVS, 2020; WVS, 2020). The EVS and the WVS are two large-scale, cross-national, and longitudinal surveys. They include many questions about respondents' attitudes, behaviors, religious affiliations, preferences, values, and opinions from worldwide. The wave of 2018 jointly EVS and WVS of Turkey include 2,415 cases. After the elimination of cases of dependent and independent variables, a subsample of 1,974 s-cases was created for data analysis of the present study.

2.2. Variables

Dependent Variables

Traditional gender beliefs: The EVS and WVS include some items aimed to measure the valuation of traditional gender beliefs. This variable was constructed from responses to three questions relevant conditions under which respondents believe gender beliefs are supported: a) men make better political leaders than women do, b) university is more important for a boy than for a girl, and c) men make better business executives than women. These three questions have categorical responses and recoded as from 1 = strongly disagree to 4 = strongly agree. An index variable was created to represent whether respondents support these traditional gender beliefs. The three-item index was found to be fairly reliable (Cronbach's alpha = .75)

Independent Variables

Three independent variables were included in the data analysis as religious factors related to traditional gender beliefs. The first independent variable is subjective religiosity, which is measured by a question that asks "Independently of whether you go to religious services or not, would you say you are a religious person, not a religious person, or a convinced atheist?" Because of a small portion of convicted atheists in the sample, the category of convicted atheists was added to the non-religious category. Therefore, a binary variable was created with 0 = non-religious person (reference category) and 1 = religious person.

Second, given importance to religion is a Likert-type scale item, which inquires the individuals with a question: "For each of the following aspects, how important it is in your life: religion" Responses were recoded as a greater

number exhibiting higher importance is given to religion (1 = not at all important, 2 = not very important, 3 = rather important, 4 = very important).

The third independent variable displays the frequency of prayer practice among respondents. The WVS asks respondents that, "Apart from religious services, how often do you pray?" The item was recoded on an eight-point scale that higher number indicating a greater level of prayer practice (from 1 = never, practically never, to 8 = several times a day).

Control Variables

Based on the literature, many statistical control variables were included in the data analysis. Respondents' age was a continuous variable from 18 to 82 years old. Gender is a dichotomous variable with 0 = female (reference category) and 1 = male. The number of children is a continuous variable reflecting how many children a respondent has. Marital status was recoded as a categorical variable with 0 = single/never married (reference category), 1 = married, and 2 = other (divorced, widowed etc.). Educational level is an index variable from 1 = less than primary education to 8 = doctoral or equivalent. Finally, income level is a scale variable from 1 = lower step to 10 = tenth step.

3. RESULTS

3.1. Sample Characteristics

Table 1. demonstrates the demographic characteristic of respondents from Turkey. According to the results, the age of respondents in the sample ranged from 18-82 years, with a mean of 39.16 years (SE = 0.28). Males and females respondents have the same number. The mean number of children was 1.36 from 0 to 5 and over (SE = 0.03). The majority of the respondents were married (63.4%) while 31% of those were single. The mean of education was 4.05 on a 9-

point scale (SE = 0.05) and the mean of income was 5.35 on a 10-point scale (SE = 0.04). Most of the respondents identified themselves as religious (72.7%). However, the frequency of non-religious people (27.3%) was high in a country that is known as a highly religious society. The mean level of importance given to religion was 3.45 on a scale of 4-point (SE = 0.01). The mean level of prayer practice was 6.37 on an 8-point scale (SE = 0.04). Regarding the dependent variable, the mean level of traditional gender beliefs was 7.12 on a scale from 3 to 12 (SE = 0.04).

Table 1. Descriptive Statistics (N = 1,974)

Variables	n	percentage	Min.	Max.
Female	987	50.0%		
Male	987	50.0%		
Single	617	31.3%		
Married	1,251	63.4%		
Other	106	5.4%		
Non-religious	539	27.3%		
Religious	1,435	72.7%		
	M	S.E	Min.	Max.
Age	39.16	0.28	18	82
Children	1.36	0.03	0	5
Education	4.05	0.05	0	8
Income	5.35	0.04	1	10
Importance of religion	3.45	0.01	1	4
Prayer	6.37	0.04	1	8
Traditional gender beliefs	7.12	0.04	3	12

3.2. Multivariate Analysis

The present study, below, using weighted data, estimates linear logistic regressions and reckons the influence of religious determinants and related factors on traditional gender beliefs in Turkey. Five model analyses of nested modeling were conducted to test each of the hypotheses and were used to designate the effects of religious determinants on traditional gender beliefs independently from the effects of demographic variables. The first model

(Model 1) included only control variables to reveal their effects on the dependent variable. Next, Model 2 (self-religiosity), Model 3 (importance of religion), and Model 4 (prayer practice) indicate the effects of each religious dimension on the dependent variable while controlling variables were controlled. Finally, Model 5 includes all variables to assess each religious factor's sole effect on traditional gender beliefs independently from the effects of other variables in the models.

Table 2 indicates that, in Model 1, being a male and being married were significantly and positively associated with traditional gender beliefs. The mean level of traditional gender beliefs is .765 higher for male respondents than for female respondents ($b = .765$, $t = 8.01$, $p < .001$). The mean level of traditional gender beliefs is .403 higher for married respondents than single respondents ($b = .403$, $t = 2.77$, $p < .01$). On the contrary, educational level and income level were significantly and negatively associated with traditional gender beliefs. For one unit increase in educational level, the expected traditional gender beliefs decrease by a factor of .086 ($b = -.086$, $t = -4.11$, $p < .001$). For one unit increase in income level, the expected traditional gender beliefs decrease by .081 ($b = -.081$, $t = -2.81$, $p < .01$).

Model 2 shows that self-identification of religiosity was highly significantly and positively related to traditional gender beliefs. In other words, holding all other variables constant, the mean level of traditional gender beliefs is .541 higher for religious respondents than non-religious respondents ($b = .541$, $t = 5.09$, $p < .001$). Model 2 exhibits the importance of religion was fairly significantly and positively associated with traditional gender beliefs. All else being equal, one unit increase in given importance to religion, the expected traditional gender beliefs increases by .466 units ($b = .466$, $t = 7.19$, $p < .001$). Model 4 displays that prayer practice was slightly and positively linked to traditional gender

beliefs. Holding all other variables constant, one unit increase in the practice of prayer, the expected traditional gender beliefs increases by a factor of .047 ($b = .047$, $t = 1.87$, $p < .10$).

Table 2. Linear Logistic Regression: Parameter Estimates For Traditional Gender Beliefs

Variables	Model 1 B(SE)	Model 2 B(SE)	Model 3 B(SE)	Model 4 B(SE)	Model 5 B(SE)
Age	-.007 (.005)	-.006 (.005)	-.005 (.005)	-.006 (.005)	-.005 (.005)
Male	.765*** (.09)	.751*** (.09)	.740*** (.09)	.764*** (.09)	.735*** (.09)
Children	.039 (.04)	.033 (.04)	.002 (.04)	.027 (.04)	.003 (.04)
Married	.403** (.14)	.340* (.14)	.347* (.14)	.397** (.14)	.317* (.14)
Other	.085 (.24)	.076 (.24)	.089 (.24)	.069 (.24)	.082 (.24)
Education	-.086*** (.04)	-.078*** (.02)	-.075*** (.02)	-.084*** (.02)	-.072** (.02)
Income	-.081** (.02)	-.080** (.03)	-.087** (.02)	-.081** (.02)	-.086** (.02)
Religious		.541*** (.10)			.322** (.11)
Imp. of Relig.			.466*** (.06)		.398*** (.06)
Prayer				.047† (.02)	.004 (.02)
F	16.505***	17.875***	21.277***	14.900***	17.922***
Adjusted R ²	.052	.064	.076	.053	.079
N	1,974	1,974	1,974	1,974	1,974

† $p < .10$. * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

Finally, Model 5 (full model) reveals that, among religious factors, self-religiosity ($b = .322$, $t = 2.85$, $p < .01$) and the importance of religion ($b = .398$, $t = 5.75$, $p < .001$) remain significant while prayer practice loses its slight significance. In other words, prayer practice's slight effect disappears after other religious factors were added to the model. Therefore, it is possible to state that the findings tend to demonstrate that prayer practice has a moderate effect on

traditional gender beliefs. Based on these results, regarding traditional gender beliefs, hypothesis 1 and hypothesis 2 are supported while hypothesis 3 is partially supported by analysis of the data.

4. DISCUSSION AND CONCLUSION

The current research adds to the previous studies on traditional gender beliefs and attitudes and improves literature by focusing on a Muslim and secular country. The present study aimed to examine the association between religious dimensions and public traditional gender beliefs in Turkey. This research, as known, is the first work to focus on this relationship systematically. Even in the Western context, there is a scarcity of research on this relationship. Therefore, this study included three important factors of religiosity to view the effect of religion on gender traditionalism. In general, the findings of the study showed up two religious dimensions as strong and significant determinants of traditional gender beliefs in Turkey. Before the move to discuss this relationship, it is important to state that descriptive statistics of the study indicated that the frequency of religiosity and holding traditional or patriarchal gender beliefs are still high in Turkey.

First, subjective religiosity has been viewed as one of the important religious factors in the previous studies that have worked on the sociology of religion (Chatters et al., 2008; Ellison et al., 2015; Hudson et al., 2015; Taylor et al., 1999). Based on literature, this study included subjective religiosity as an indicator of religiosity. Findings of the study indicated that people who identified themselves as religious were more likely to hold traditional gender beliefs than non-religious individuals. This result supported the first hypothesis (H1) of the current research, which predicted that religious people would have a higher level of traditional gender beliefs than non-religious people. Based on

this finding, it is possible to state that personal religiosity remains an important factor that can influence any social issue in a Muslim and secular society.

Second, in previous studies, religious salience also has been considered as a substantial factor of religiosity. Therefore, the current study hypothesized (H2) that higher given importance to religion would be associated with a higher level of traditional gender beliefs in Turkey. The findings of the study showed strong support for this hypothesis. In other words, people who give more importance to their religion were more likely to hold traditional gender beliefs. These findings also are consistent with previous studies that work in this relationship (Acevedo & Shah, 2015; Perales & Bouma, 2019). Finally, prayer practice did not demonstrate a strong relationship with gender traditionalism. However, even with its lower significance on traditional gender beliefs, that factor still can be considered as an essential indicator of religiosity among Muslims. Overall, based on these findings, gender disparity at home and work is rooted in traditional patriarchal ideas and attitudes. The data of the current research suggests that religion in Turkey is still an important predictor of gender traditionalism. Because since the past to the present religion has been an important cultural function in the production of values that advocate women to be inferior to men in that country (Sambur, 2021). The existence and reality of a gender disparity in Turkish society cannot be segregated from the patriarchal and religious culture.

Before mentioning the limitations of the study, aside from religious factors, it is essential to address the role of the deömographic characteristics on traditional gender beliefs. First, the findings of the study showed that men and married individuals hold more patriarchal gender beliefs compared to women and non-married counterparts. On the contrary, educational level and income level are negative predictors of these beliefs in Turkey. These results are coherent with

earlier research (Kane, 1995; Perales & Bouma, 2019). It is possible to state that, based on these findings, increasing educational level and income will open a new avenue for people about these traditional beliefs. Therefore, more educational implementations and programs should fulfill by the governmental and non-governmental organizations to change people's thoughts, beliefs, and attitudes that give women secondary roles in families and society.

The current research has several limitations. First, it is important to note that data provided jointly by EVS and WVS is cross-sectional data. Even though the data analysis displays religious factors linked to traditional gender beliefs, there no existence of causality. In other words, as with other previous research, our findings point to significant patterns based on the data provided, but they fall short of establishing clear causal linkages. Second, data is limited by the number of questions or variables to grab perspectives on traditional gender roles. In the same way, the number of religious variables used to quantify qualities unique to Islam is limited. For example, questions about the five pillars of Islam, fasting, namaz, etc., are not available in the data. Finally, as many Muslim countries, including Turkey, have many different ethnicities, it would be better to have some items about individuals' ethnic disparities.

Although the present study acknowledges the limitations, the findings given by data analysis provide a valuable viewpoint on religious affiliation research. This research found that religious individuals hold more patriarchal beliefs that put women in a subordinate position in families and society. Whereas the findings are not as one-sided as our theories suggest, we view this research as a valuable addition to the scarce scientific literature on Muslim society. Moreover, the findings of our research imply that future theoretical frameworks examining the effect of religion Islamic society should take into consideration external factors

that interact with religious elements to shape behavioral and attitudinal results in mostly Muslim nations.

REFERENCES

- Acevedo, G. A., Ellison, C. G., & Yilmaz, M. (2015). Religion and child-rearing values in Turkey. *Journal of Family Issues*, 36(12), 1595–1623.
- Acevedo, G.A., & Shah, S. (2015). Sectarian affiliation and gender traditionalism. *Sociology of Islam*, 3, 1-29.
- Arat, Y. (2008). Religion, politics and gender equality in Turkey: implications of a democratic paradox? *Third World Quarterly*, 31(6), 869-884.
- Attoh, F. (2017). Gender, religion and patriarchy: A sociological analysis of Catholicism And Pentecostalism In Nigeria. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 4(14) 158-170.
- Chatters, L. M., Taylor, R. J., Bullard, K. M., & Jackson, J. S. (2008). Spirituality and subjective religiosity among African Americans, Caribbean blacks, and non-Hispanic whites. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 47(4), 725–737.
- Engin, C., & Pals, C. (2018). Patriarchal attitudes in Turkey 1990–2011: The influence of religion and political conservatism. *Social Politics: International Studies in Gender, State and Society*, 25, 383 - 409.
- EVS (2020). European Values Study 2017: Integrated Dataset (EVS 2017). GESIS Data Archive, Cologne. ZA7500 Data file Version 4.0.0, doi:10.4232/1.13560.
- Fidan, A., & Bui, H. N. (2016). Intimate Partner Violence Against Women in Zimbabwe. *Violence Against Women*, 22(9), 1075–1096.
- Goldscheider, F., Goldscheider, C., & Rico-Gonzalez, A. (2014). Gender Equality in Sweden: Are the Religious More Patriarchal? *Journal of Family Issues*, 35(7), 892–908.

- Hudson, D. L., Purnell, J. Q., Duncan, A. E., & Baker, E. (2015). Subjective religiosity, church attendance, and depression in the National Survey of American Life. *Journal of religion and health, 54*(2), 584–597.
- Inglehart, R., & Norris, P. (2003). *Rising tide: Gender equality and cultural change around the world*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Kane, E. (1995). Education and beliefs about gender inequality. *Social Problems, 42*, 74–90.
- Klingorová, K. & Havlíček, T. (2015). Religion and gender inequality: The status of women in the societies of world religions. *Moravian Geographical Reports, 23*(2) 2-11.
- Mikołajczak, M. and Pietrzak J. (2014). Ambivalent sexism and religion: Connected through values. *Sex Roles, 70*(9–10), 387–99.
- Oksal, A. (2008). Turkish family members' attitudes toward Lesbians and gay men. *Sex Roles, 58*, 514–525.
- Ozorak, E. W. (1996). The power, but not the glory: How women empower themselves through religion. *Journal for the Scientific Study of Religion, 35*(1), 17–29.
- Perales, F., & Bouma, G. (2019). Religion, religiosity and patriarchal gender beliefs: Understanding the Australian experience. *Journal of Sociology, 55*(2), 323–341.
- Pietromonaco, P. R., Overall, N. C., Beck, L. A., & Powers, S. I. (2020). Is low power associated with submission during marital conflict? Moderating roles of gender and traditional gender role beliefs. *Social Psychological and Personality Science, 12*(2), 165-175.
- Sakalli N. (2001). Beliefs about wife beating among Turkish college students: The effects of patriarchy, sexism, and sex differences. *Sex Roles, 44*(9/10), 599-610.
- Sakalli, N. (2002). The relationship between sexism and attitudes toward

- homosexuality in a sample of Turkish college students. *Journal of Homosexuality*, 42(3), 53-64.
- Sambur, B. (2021). Din ve ataerkil kıskacında kadın. Retrieved from: <https://turkish.aawsat.com/home/article/2904681/profdr-bilal-sambur/din-ve-ataerkil-k%C4%B1skac%C4%B1nda-kad%C4%B1n>
- Shearer, C. L., Hosterman, S. J., Gillen, M. M., & Lefkowitz, E. S. (2005). Are traditional gender role attitudes associated with risky sexual behavior and condom-related beliefs? *Sex Roles*, 52(5-6), 311–324.
- Taylor, R. J., Mattis, J., & Chatters, L. M. (1999). Subjective religiosity among African Americans: A synthesis of findings from five national samples. *Journal of Black Psychology*, 25(4), 524–543.
- WVS (2020). Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano J., M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin & B. Puranen et al. (eds.). 2020. World Values Survey: Round Seven–Country-Pooled Datafile. Madrid, Spain & Vienna, Austria: JD Systems Institute & WVSA Secretariat. Version 1.0.5, doi:10.14281/18241.1.
- Walby, S. (1990). *Theorizing Patriarchy*. Oxford: Blackwell.

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Giriş

On yıllar boyunca, sosyal araştırmacılar farklı toplumlardaki geleneksel cinsiyet inançlarına ve tutumlarına yoğun bir ilgi göstermişlerdir. Geleneksel cinsiyet rolü inançları, toplumun sosyal yapısında erkeklere kadınlardan daha fazla güç veren sosyal normların insanların kabulü olarak değerlendirilmiştir. Sosyal bilimcilere göre, erkek ve kadınların güç eşitsizlikleri, modern sosyal yapılarda bile derinden kök salmakta ve toplumda geleneksel cinsiyet ilişkilerini oluşturup muhafaza etmektedir. Güç dengesi, özellikle Batı dünyasında değişse de, bu güç yapısının yaygın kabulü, cinsiyet rollerine dayalı olmaya devam etmektedir. Bu açıdan inançlar ve tutumlar tarih boyunca bireyler üzerinde önemli bir yer tutmuş ve bir kişinin herhangi bir sosyal konu hakkındaki dünya görüşünü karakterize edebilirler. Örneğin, daha eşitlikçi cinsiyet tutumlarına sahip kişilerin toplumsal bir sistem olarak ataerkilliği destekleme olasılığı daha düşükken, daha geleneksel cinsiyet tutumlarına sahip olanların ataerkil sistemin kurallarını benimseme olasılığı daha yüksektir.

Demografik faktörler ve toplumsal cinsiyet gelenekçiliği arasındaki ilişki önceki araştırmalarda belgelenmiş olsa da, özellikle gelişmekte olan veya Batılı olmayan ülkelerde dini faktörlerin toplumsal cinsiyet gelenekçiliği üzerindeki etkisine odaklanan araştırma kıtlığı hala mevcuttur. Din, değerleri organize etme ve önceliklendirme konusunda oldukça tutarlı bir yaklaşım sağlayan önemli bir kültürel belirleyicidir, öyle ki dindarlık belirli değerlerle bağlantılıdır. Mevcut araştırmalar çoğunlukla Batı bağlamına ve gelişmiş ülkelere odaklanmıştır. Bu alanda, daha güncel ulusal örnekleri kullanan ve farklı ülke bağlamlarına odaklanan çok az araştırma var. Özellikle Türkiye'de dini faktörler ile toplumsal cinsiyet gelenekçiliği arasındaki ilişkiye yönelik araştırmalar yok denecek kadar azdır. Laik ve dindar bir topluma sahip olmak, Türkiye'yi bu anlamda dini faktörler ve sosyal inançlar arasındaki ilişkiyi incelemek için önemli ve ilginç bir örnek haline getirmektedir. Bu yüzden bu çalışmanın amacı Türkiye'de dini faktörlerin toplumsal cinsiyet inançları veya tutumları üzerindeki etkisini incelemektedir.

Yöntem

Bu çalışmadan elde edilen veriler, Mart 2018'den Mayıs 2018' e kadar olan aralıkta toplanan, 2017-2020 yılları arasında ortaklaşa yürütölen Avrupa Değer Araştırması (ADA) ve Dünya Değer Araştırması (DDA) Türkiye örneğinden (2018) elde edilmiştir. ADA ve DDA iki büyük ölçekli, uluslar arası ve boylamsal anketlerdir. Katılımcıların tutumları, davranışları, dini bağlantıları, tercihleri, değerleri ve dünya çapındaki görüşleri hakkında birçok soru içermektedir.

Türkiye'nin ADA ve DDA'nin ortaklaşa yaptığı 2018 yılı çalışması 2.415 katılımcıyı içermektedir. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin içerisinde yer alan eksik değerlerin elimine edilmesinden sonra, bu çalışmanın veri analizi için 1.974 kişilik bir alt örneklem oluşturulmuştur.

Çalışmanın bağımlı değişkeni olarak toplumsal cinsiyet inançlarının belirlendiği üç soru bir araya getirilerek oluşturulmuştur. Bağımsız değişkenleri ise, üç adet dini faktörden oluşmaktadır: kişisel dindarlık, dine verilen önem ve ibadet etme. Çalışmanın kontrol değişkenleri ise altı adet demografik karakterlerden oluşmaktadır: yaş, cinsiyet, medeni durum, çocuk sayısı, eğitim seviyesi ve gelir durumu.

Bulgular

Ağırlıklı verileri kullanan bu çalışma, doğrusal lojistik regresyonları tahmin etmekte ve dini belirleyicilerin ve ilgili faktörlerin Türkiye'deki geleneksel cinsiyet inançları üzerindeki etkisini hesaplamıştır. Hipotezlerin her birini test etmek için iç içe modellemenin beş model analizi yapılmış ve dini belirleyicilerin geleneksel cinsiyet inançları üzerindeki etkilerini demografik değişkenlerin etkilerinden bağımsız olarak belirlemek için kullanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, kişisel dindarlık açısından bakıldığında, kendini dindar olarak gören kişiler dindar olmayan kişilere göre toplumsal cinsiyetçi rolleri daha çok benimsemektedir. Başka bir deyişle, kişisel dindarlık ve toplumsal cinsiyetçi inançları destekleme arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Yine buna benzer olarak, dine verilen önem de toplumsal cinsiyet rollerine verilen desteği artırmaktadır. Başka bir deyişle, bütün kontrol değişkenleri kontrol edildiğinde, dine verilen önem arttıkça, toplumsal cinsiyet gelenekçiliği de artmaktadır. Çalışmanın p değeri (anlamlılık) açısından bakıldığında, bu iki dini faktör ile toplumsal cinsiyetçiliği destekleme arasında çok güçlü ilişki bulunmaktadır. Bununla beraber, sosyal dindarlığın önemli göstergelerinden olan ibadet etme sıklığı ile toplumsal cinsiyet inançları arasında hafif denilebilecek bir ilişki bulunmuştur. Burada da kişiler arasında ibadet etme sıklığı arttıkça toplumsal cinsiyet değerlerini destekleme artmaktadır. Çalışmanın regresyon analizindeki tam modeline göre ibadet etme sıklığı diğer dini değişkeler ile geleneksel cinsiyet rolleri arasında aracılık görevi görmektedir.

Bu önemli bulgulara ek olarak, demografik özelliklerin de geleneksel cinsiyet inançları üzerindeki etkilerine değinmekte fayda görülmüştür. Çalışmanın bulgularına göre, erkek olma ve evli olma toplumsal cinsiyetçi inançlar üzerinde pozitif bir etkide bulunurken, eğitim seviyesini ve gelir durumunun yükselmesi ise bu rollere verilen desteği azaltmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmanın ana amacı, Türkiye’de önceki dönemlerde görmezden gelinmiş olan dini faktörlerin geleneksel cinsiyet rolleri üzerindeki etkisini sistematik bir şekilde incelemektir. Çalışmanın bulgularına göre, dini faktörler veya dindarlığın geleneksel cinsiyet rolleri üzerine pozitif bir etkide bulunmaktadır. Çalışmanın bulguları daha önce yapılmış olan çalışmalarla uyumlu sonuçlar göstermiştir. Bundan dolayı şunu belirtmekte fayda vardır: her ne kadar ayrı kültür ve dini değerlere sahip olunsu bile, bu dini değerler toplumsal sorunlar, inançlar, davranışlar ve tutumlar üzerinde aynı etkiyi gösterebilmektedir. Bundan dolayı ileride yapılacak çalışmalarda ayrı dini değer ve kültürlere sahip olan ülkeler arasında bu alanda karşılaştırmalı çalışmalar yapmakta fayda görülmektedir.

SURİYELİ SIĞINMACILARIN TÜRK TOPLUM YAPISINA UYUM SÜRECİNDE YAŞADIKLARI SORUNLAR ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME*


Bekir KOCADAŞ*

Öz

Sosyal uyum (entegrasyon), göç alan ülkede, yeni üyeler ile yerleşik üyeler ve gruplar arasında çok büyük bir gerilim olmadan göçmenlerin (ya da çokça kullanılan adıyla mültecilerin/sığınmacıların) topluma dâhil edilmesi olarak izah edilmektedir. Bu bağlamda sığınmacılar özellikle çalışma yaşamına buldukları katkıdan ve vergi ödemelerinden dolayı ekonomik yapıda yer almaktadırlar. Topluma katılan yeni üyeler bir iş yaptıkları, ekonomiye çeşitli katkıda buldukları, vergilerini zamanında ödedikleri ve kanunlara tam olarak uygun davrandıkları zaman, sisteme entegre olmaları çok daha kolay olmaktadır. Ayrıca topluma katılan bu yeni üyelerin çok iyi bir yabancı dil bilmeleri ya da içinde yaşadıkları toplumun kültür ve geleneklerine uyum sağlamaları veya bu toplumun üyeleri ile iletişim kurmaları ve dolayısıyla etkileşim içinde olmaları da şarttır. Bununla beraber dil bilmeden ve iletişimde bulunmadan da bu göçmenler (sığınmacılar) toplum içinde mevcut sistemle uyumlu bir biçimde yaşamlarını devam ettirebilmektedirler. Fakat sistem uyumundan farklı olarak, toplumsal uyum göçmenlerin geldikleri yeni topluma entegre olmasını sadece ekonomik ya da hukuki sorumluluklar açısından değil, diğer yaşam alanlarını da kapsayacak şekilde ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Suriyeli Sığınmacılar, Türk Toplum Yapısı, Sosyal Uyum, Sosyal Sorunlar

*Bu çalışma, 20-22 Ekim 2017 tarihleri arasında Adıyaman’da düzenlenen II. Uluslararası Gerçek ve Umut Arasında Suriyeli Mülteciler Sempozyumu’nda “Suriyeli Sığınmacıların Türk Toplum Yapısına Uyum Sürecinde Yaşadıkları Sorunlar Üzerine Bir Değerlendirme” başlığıyla sunulan sözel sunumun genişletilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.

*  Doç. Dr., Adıyaman Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
bkocadas@adiyaman.edu.tr

AN EVALUATION OF THE PROBLEMS OF SYRIAN REFUGEES IN THE PROCESS OF ADAPTATION TO THE TURKISH SOCIAL STRUCTURE

Abstract

Social cohesion (integration) is defined as the social inclusion of immigrants (or refugees / asylum seekers as they are commonly used) in the receiving country without enormous tension between new members and resident members and groups. In this context, asylum seekers are included in the economic structure, especially due to their contribution to working life and their tax payments. It is much easier for new members to join the system when they do a business, make various contributions to the economy, pay taxes on time and act in full compliance with the law. In addition, these new members who join the society must know a very good foreign language or adapt to the culture and traditions of the society they live in, or communicate and interact with the members of this society. However, these immigrants (asylum seekers) can continue their lives in harmony with the existing system in the society without knowing the language and communicating. However, unlike system adaptation, social cohesion considers the integration of immigrants into the new society they come from, not only in terms of economic or legal responsibilities, but also in a way to cover other living areas.

Keywords: Syrian Refugees/Asylum Seekers, Turkish Society Structure, Social Cohesion, Social Issues

1.Giriş

Toplumları birbirinden ayıran pek çok sosyo-kültürel ve ekonomik faktör vardır. Tek bir faktörün (örneğin din gibi) ortak olması iki farklı toplumun kaynaşması için yeterli gözükmemektedir. Aynı toplum içinde bireyler çeşitli kriterlere göre sınıflandırılabilirken, bu farklılıklar içine başka bir toplumsal yapının özelliklerini taşıyan bireyleri entegre etmek oldukça güç olsa gerek.

2011 yılından beri yoğun olarak sığınmacı ağırlayan Türkiye, sosyo-kültürel yapı uyumsuzluklarının sebep olduğu pek çok olay ile karşı karşıya kalmış ve kalmaya da devam etmektedir. Bu sorunların yaşanmasının önüne geçmek için, eğer

gerekli önlemler alınmaz ve çalışmalar yapılmazsa bu anlaşmazlıklar/çatışmalar çok farklı boyutlara ulaşabilir.

Türkiye'nin çok yoğun sığınmacı akınına uğraması (yaklaşık 4-4.5 milyon insan geldi) ve Türk halkının buna hazır olmaması, gelenlerin ülkenin her yerine kontrolsüz bir şekilde yayılması, bir sabah kalktıklarında kendilerini sığınmacılarla komşu buluveren yerli halkın yaşadığı travma, sığınmacıların kabullenilmelerini oldukça zorlaştırmaktadır. Diğer taraftan sığınmacılar üzerinden siyasi rant elde etmeye çalışanların oluşturdukları olumsuz kamuoyu, sorunun derinleşmesinde ve kronikleşmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu arada farklı bir toplumsal yapıya uyum sağlamaya çalışanların geldikleri toplumsal yapıyı yeterince tanımadan sergiledikleri olumsuz davranışlarda sıkıntının büyümesine sebep olmuştur.

Yoğun sığınmacı akınına aslında hazırlıksız yakalanan Türkiye, başlangıçta din kardeşliğinin kaynaşmayı sağlayacağını düşündüğünden olsa gerek, sığınmacı meselesinin büyük bir sorun oluşturabileceğini belki de başlangıçta pek önemsememişti. Tabi ki din toplumsal bütünleşme ve kaynaşmada önemli bir kurumdur ama özellikle günümüzde bir toplumun bütünleşmesini sağlamak için tek bir kurumun varlığı yeterli değildir. Toplumun oluşmasını sağlayan bütün kurumlar, sığınmacıların Türk toplumuna uyumunda önemli görevler üstlenmelidir. Örneğin, gelen sığınmacılar sadece din kardeşliği üzerinden topluma entegre edilmeye çalışırken bunların eğitim, sağlık, ekonomi, siyaset, hukuk ve aile kurumları açısından da uyumu sağlanmadıkça, din üzerinden yapılanlar bir zaman sonra yetersiz kalmaya başlayacaktır. Zira toplumsal bir problem, bütün bu kurumların etkisiyle ortaya çıktığı gibi, bunların katkılarıyla da çözülebilir.

Bir diğere mesele kavramların birbirinin yerine sık sık kullanılmasıdır. Göçmen, mülteci ve sığınmacı kavramları son zamanlarda bilim dünyasının dikkatini çekmeye başlamıştır. Özellikle Suriye’den gelenlerin statüleri noktasında bir kafa karışıklığı hâsıl olmuştur. Atıf yaptığımız eserlerde de bu kafa karışıklığına şahit olduk. Türkiye’deki Suriyelilerin ekseriyeti sığınmacı statüsünde yer alıyor olsa gerek.

2.Suriye’den Gelenlerin Statüleri (Göçmen-Mülteci-Sığınmacı) Üzerine

Daha çok kabulü gören biçimiyle göçün, Türk Dil Kurumu (TDK) Türkçe Sözlüğündeki tanımına göre; “Ekonomik, toplumsal, siyasi sebeplerle bireylerin veya toplulukların bir ülkeden başka bir ülkeye, bir yerleşim yerinden başka bir yerleşim yerine gitme işi, taşınma, hicret, muhaceret” olarak kullanılırken (tdk.gov.tr, 2017), öte yandan mülteci kavramı Osmanlıca sözlükte “iltica eden, sığınan” (www.osmanlica.com, 2017) anlamlarını kapsayacak şekilde kullanılmaktadır. Aslında kavramlar kastettiği anlamlara fazlaca bakılmadan birbirinin yerine kolaylıkla kullanılmaktadır. Örneğin, göçmen ve mülteci kavramları birbirinin yerine en azından halk düzeyinde yoğun olarak kullanılmaktadır.

Göç, bireylerin ekonomik, dini, siyasi ve sosyal sebeplerden dolayı yerleşmek amacıyla bir yerden başka bir yere gitmeleri hareketine verilen addır. Bu göç hareketi, ülke içinde olursa buna ‘iç göç’, ülkeler arasında olursa da ‘dış göç’ ya da ‘uluslararası göç’ olarak adlandırılmaktadır. Göçün bir diğere özelliği de bireylerin ya da grupların bir yerden başka bir yere gitmeleri ve gidilen yerde yaşamlarını belli bir zaman sürecinde (Kaypak-Bimay, 2016) devam ettirmeleri olarak da ifade edilmektedir.

Göç kavramını biraz daha açmakta fayda var. Göç, bireylerin yaşadığı topraklardan, alıştıkları toplumsal hayatlarından ve yapılarından, hâlihazırda sahip oldukları ekonomik imkânlardan kısacası toplumsal yaşamın birçok unsurundan uzaklaşarak veya uzaklaştırılarak yeni hayat alanlarına kapı açması olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla konuya farklı bir açıdan ele alarak göç kavramını yeni bir toplumsal hareket olarak görmekte mümkündür. Haliyle toplumun çeşitli bileşenlerle etkilendiğini ve bu doğrultuda uyum sağlama sorunlarıyla karşı karşıya kalılabileceği de ifade edilebilir. Daha geniş kapsamlı bir göç tanımı yapılacak olursa; bir yerden başka bir yere yapılan, sosyo-kültürel, politik ve bireysel dinamiklerden etkilenen, kısa-orta ve uzun vadeli olabilen bu eylemin, geriye dönüş planlı veya sürekli yerleşim hedefi güden bir yer değiştirme hareketi olduğu anlaşılmaktadır. Adı geçen farklı tanımlarda da görüleceği üzere göç kavramı çok boyutlu ve karmaşık bir yapıya sahiptir. Tarif edildiği üzere bu durum, göçe ilişkin tanımlarda çeşitliliğe yol açmakta ve göç hareketlerinin sınıflandırılmasında da bu çeşitliliğe rastlanılmaktadır. Ancak görülmektedir ki ortak unsur olan yer değiştirme hareketi toplumların demografik, kültürel, sosyo-ekonomik yapısını ve bunların gelişimini biçimlendiren dinamik bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir ülke ve toplum için göçün konusu yalnızca toplumsal, siyasal, kültürel, ekonomik, yönetsel ve hukuksal yönlerden ibaret değildir. Göç, bireyleri ve toplumları temel insan haklarından, yaşama hakkı ve can güvenliğinden yoksun bırakma gibi kapsamlı ve insani niteliği olan bir olgudur (Akıncı-Nergiz-Gedik, 2015). Kısacası çeşitli problem tiplerine göre hem göç tanımları hem de göç tiplerini tasnif etmek (Kocadaş, 2016) mümkün gözükmemektedir.

Birleşmiş Milletler Mültecilerin Hukuki Statüsüne Dair Sözleşme'nin birinci maddesine göre Mülteci; "ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti veya siyasi düşünceleri yüzünden, zulme uğrayacağından haklı

sebeplerle korktuğu için vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korumasından yararlanamayan ya da söz konusu korku nedeniyle, yararlanmak istemeyen yahut tabiiyeti yoksa ve bu tür olaylar sonucu önceden yaşadığı ikamet ülkesinin dışında bulunan, oraya dönemeyen veya söz konusu korku nedeniyle dönmek istemeyen her şahsa uygulanacaktır. Birden fazla tabiiyeti olan bir kişi hakkındaki ‘vatandaşı olduğu ülke’ ifadesi, tabiiyetini haiz olduğu, ülkelerden her birini kasteder ve bir kişi, haklı bir sebebe dayalı bir korku olmaksızın, vatandaşı olduğu ülkelerden birinin korumasından yararlanmıyorsa, vatandaşı olduğu, ülkenin korumasından mahrum sayılmayacaktır” (danistay.gov.tr, 2017) biçiminde ifade edilmektedir.

1951 Sözleşmesi’de, mülteci tanımı yapılırken önemli “sınırlamalar” getirmiştir. Böylece, mülteci tanımında yer alan “1 Ocak 1951’den önce meydana gelen olaylar” ifadesi, bir “tarih sınırlaması” oluşturmuştur. İlaveten, “Avrupa’da meydana gelen olaylar” ve “Avrupa’da veya başka bir yerde meydana gelen olaylar” şeklinde bir “coğrafi sınırlama” da söz konusudur. Mültecilerin hakları 1951 Cenevre Sözleşmesi’nde detaylandırılmıştır (Koç-Görücü-Akbıyık, 2015). Bunlar;

- Hiçbir biçimde ayrımcılık yapılmaması
- Din özgürlüğünün korunması
- Taşınır ve taşınmaz mülkiyet edinme hakkının sağlanması
- Sözleşme’ye taraf devletlerin sınırlarındaki mahkemelere özgürce erişim
- Çalışma, barınma ve eğitim hakkı sağlanması
- Kamu yardımı alma hakkının verilmesi
- Çalışma koşulları ve sosyal güvenlik hizmetinden faydalandırma
- Sınırlar içinde hareket özgürlüğü üzerinde kısıtlamaların olmaması

- Ülkeden kovulmama hakkı (mültecinin ulusal güvenlik veya kamu düzeni için tehdit teşkil ettiği durumlar hariç) Sözleşmenin 17, 18 ve 19. Maddeleri mültecilerin buldukları ülkelerdeki çalışmalarını düzenlemektedir. Buna göre sözleşmeyi kabul eden bir ülkede muntazam bir şekilde ikamet eden mülteciler yabancılarla eşit haklara sahiptirler.

Mülteci kavramına 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununun (YUKK) da atıfta bulunulmuştur. Bu kanunda, mülteci ve şartlı mülteci ayrımına değinilmiş, bu iki ayrım arasında olayların Avrupa ülkelerinde meydana gelip gelmediği kıstasına yer verilmiştir. Aynı kanunun 62. maddesinde 'şartlı mülteci' (Akıncı-Nergiz-Gedik,2015) izahı şu şekilde yapılmıştır:

"Avrupa ülkeleri dışında meydana gelen olaylar sebebiyle; ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti veya siyasi düşüncelerinden dolayı zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu için vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korunmasından yararlanamayan ya da söz konusu korku nedeniyle yararlanmak istemeyen yabancıya veya bu tür olaylar sonucu önceden yaşadığı, ikamet ülkesinin dışında bulunan, oraya dönemeyen veya söz konusu korku nedeniyle dönmek istemeyen vatansız kişiye statü belirleme işlemleri sonrasında şartlı mülteci statüsü verilir. Üçüncü ülkeye yerleştirilinceye kadar, şartlı mültecinin Türkiye'de kalmasına izin verilir."

Sıklıkla birbirine karıştırılan mülteci kavramıyla sığınmacı kavramı arasında net bir ayrım yapılmıştır. Sığınmacı, mülteci olgusunda da olduğu gibi, kaçtığı ülkeye sığınma talebinde bulunan kişidir. Bu hususta, ülkesini terk edip başka bir ülkeye kaçan kişinin o ülkenin yetkilileri tarafından soruşturma evresinde olması durumu bulunmaktadır. Sığınmacı ile mülteci arasındaki en belirgin fark sığınmacının hukuki açıdan soruşturma aşamasında olmasıdır. Bununla birlikte, mülteci tanımlamasında yer alan nedenler de sığınmacı tanımı içinde yer almaktadır. Bunlara ilaveten 'vatansızlık' kavramı da mülteci kavramıyla

bağlantılı olarak sıklıkla kullanılan bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bakımdan vatansız kavramının tanımına da yer vermek yerinde olacaktır. Hukuki anlamda vatansızlık, bir devletin vatandaşlığına tabi olan fakat oradan ayrılınca ya kendilerinin koruma talep etmeyi reddetmesinden ya da tabiiyeti bulunduğu devletin onlara koruma sağlamayı kabul etmeme sinden ötürü kendi devleti tarafından korunmayan kişilerin durumu olarak tanımlanmaktadır. Son olarak özetle göçmen, günümüzde genellikle ekonomik nedenlerden kaynaklı olmak üzere mülteci tanımında bulunan unsurların dışında ülkesini gönüllü olarak terk eden ve başka bir ülkeye, izinli ya da yetkililerin bilgisi dâhilinde yerleşen kişiler şeklinde ifade edilmektedir. ‘Kaçak göçmen’ ise, kendi ülkesinden başka bir ülkeye giden kişi ya da kişi gruplarının, göç ettikleri ülkenin yetkili makamlarına bilgi vermeden veya onlardan izin almadan göç ettikleri ülkede yaşamlarını sürdürenler için kullanılmaktadır (Akıncı-Nergiz-Gedik, 2015). Özellikle Suriye’den gelenlerin statülerinin belirlenmesinde uluslararası hukuk kaidelerinin genel itibarıyla ülkelerin yerel hukuklarına da girdiği görülmektedir. Aslında tamamen hukuki açıdan meselenin tartışıldığı görülmektedir.

Özetleyecek olursak meseleyi, bulunduğu ülkeyi özellikle ekonomik sebepler başta olmak üzere çeşitli sebeplerle kendi isteği ile terk ederek, başka bir ülkeye yasal yollardan giriş yaparak, yasal olarak o ülkede yaşayan kişilere göçmen denir. Herhangi bir sebepten dolayı özellikle de can ve mal güvenliği tehlikede olan ve çeşitli haksızlıklara uğrayacağı korkusu ile vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan; bulunduğu ülkenin korumasından yararlanamayan ve ülkesine dönmek istemeyen kişiler mülteci olarak kabul edilmektedir. Öte yandan ülkesini terk ederek, mülteci olduğu iddiasıyla bir başka ülkeye sığınan fakat henüz mülteci olup olmadığı hakkında yetkili merciler tarafından (Akpınar, 2017) konuya dair bir karar alınmamış bireyler ‘sığınmacı’ olarak adlandırılırlar.

3.Toplumsal Uyum (entegrasyon) Nedir?

Toplumsal uyum (entegrasyon) kavramı, 19. yüzyıldan itibaren sosyolojinin önemli ilgi alanlarından biri olmuştur. Dolayısıyla Durkheim'in toplumsal uyum, toplumsal çözülme ve uyumsuzluk konusundaki görüşleri uyum alanındaki çalışmalara temel oluşturmuştur. Uyum konusuyla ilgilenen Weber ise konuya, dahil etme ve dışlama bağlamında yaklaşmıştır. Ancak bu konuda günümüzdeki uyum ve sistem uyumu çalışmalarını önemli ölçüde etkileyen daha çok Parsons'un toplumsal düzen konusundaki çalışmalarıdır. Toplumsal düzen konusu üzerine odaklanan Parsons, toplumsal sistemin alt sistemlerini belirlemiş ve sistemler arasındaki denge üzerinde yoğunlaşmıştır. Diğer taraftan makro ve mikro bakış açısını birleştiren ve uyum konusundaki çalışmalara önemli katkılar sağlayan sistem uyumu ve toplumsal uyum ayırımı yapan Lockwood, günümüzde uyum üzerine yapılan çalışmaları etkilemiştir. Özellikle Habermas ve Esser (uyumu; sistem ve toplumsal uyum olarak ikiye ayırmıştır) gibi uyum konusunda önemli çalışmaları olan bilim adamlarını yakından etkileyen Lockwood'un sistem ve toplumsal uyum konusundaki ayırımı, uyumun farklı boyutlarının ön plana çıkarıldığı çalışmalarda ele alınmıştır (Şahin,2010).

Göç terimleri sözlüğüne göre uyum (entegrasyon), göçmenlerin hem birey olarak hem de grup olarak toplumun bir parçası kabul edildiği bir süreçtir. Kabul eden toplumların göçmenleri kabul etmeleri için gerekenler ülkelere göre farklılık göstermektedir. Uyum, sadece tek bir grubun sorumluluğunda değildir. Hem göçmenlerin kendisi hem de ev sahibi devlet, kurumlar ve toplumlar uyumdan sorumludur (Göç Terimleri Sözlüğü, 2009).

Uyum, göç alan ülkede, yeni üyeler ile yerleşik üyeler ve gruplar arasında çok büyük bir gerilim olmadan göçmenlerin ya da sığınmacılar geldikleri topluma dahil edilmesidir. Bu bağlamda göçmenler özellikle çalışma yaşamına

buldukları katkıdan ve vergi ödemelerinden dolayı ekonomik yapıda yer almaktadırlar. Topluma yeni katılan üyeler bir işte çalıştıkları, ekonomiye katkıda buldukları, vergilerini ödedikleri ve yasalara uygun davrandıkları sürece sisteme uyum (Sistem Uyumu) sağlamışlardır. Öte yandan bu üyelerin çok iyi dil bilmeleri ya da içinde buldukları toplumun kültür ve geleneklerine uyum sağlamaları ya da bu toplumun üyeleri ile bağlantı kurmaları ve etkileşim içinde olmaları da gerekmemektedir. Dil bilmeden ve iletişimde bulunmadan da bu göçmenler toplum içinde sistemle uyumlu olarak yaşamlarını devam ettirebilmektedirler. Fakat sistem uyumundan farklı olarak, toplumsal uyum göçmenlerin yeni topluma uyum sağlamasını sadece ekonomi kurumu ya da yasal sorumluluklar açısından değil, diğer alanları da kapsayacak şekilde ele almaktadır. Dolayısıyla toplumsal uyum alanını dört boyutta belirlemek mümkündür (Şahin, 2010):

-Kültürleşme (acculturation): Gelenekler, dil gibi çeşitli konularda yeni toplumun kültürü ile etnik kültürün etkileşimidir. (Çeşitli oryantasyon programları uygulanabilir. Öncelikle tarafların karşılıklı birbirlerini tanıyacakları ortamların oluşturulması sağlanmalıdır.)

-Sosyo-ekonomik-politik konumu (placement): Topluma yeni katılan bireyin sosyal, ekonomik ve politik konumu ve haklarını içermektedir. (Aslında bunların yasayla durumlarının tespit edilmesi gerekir)

-Etkileşim (interaction): Topluma yeni katılan üyelerin kendi toplumu ve yeni toplumun üyeleri ile olan etkileşimlerini içermektedir. (Sosyal ortamlarda bir araya gelmeleri gerekir. Günlük yaşamı paylaşmaları gerekir.)

-Kimlik (identity): Kişinin toplumsal yaşam içinde kendisini nereye ait hissettiği bağlamında ele alınmakta ve kişi tarafından duygusal anlamda oluşturulduğu için de sosyal kimlik kavramına yakın bir anlam taşımaktadır.

Şahin (2010)'e göre toplumsal uyum boyutlarından olan sosyolojik, antropolojik ve psikolojik çalışmalarda ele alınan kültürleşme, özellikle son dönemde göç çalışmalarında uyum bağlamında incelenmektedir. İki farklı toplumun üyeleri bir araya geldiği zaman kültürel alanda yaşanan değişimleri içeren kültürleşmede, yaşanan bu değişim iki boyutta ele alınmaktadır. Bunlardan tek boyutlu kültürleşmede göçmenin sadece kendi kültürünü devam ettirmesi ya da sadece yeni kültüre uyum sağlaması söz konusudur, iki boyutlu kültürleşmede ise göçmenin her iki kültüre ait unsurları bir arada devam ettirmesini içeren bir yapı vardır.

Bunların yanı sıra sosyal bütünleşme ve uyum düzeyinin artırılmasına yönelik rasyonel politikaların oluşturulması da son derece önem arz etmektedir. Aslında devletler, göç olayları karşısında gerekli planları yapmakla ve toplumların yapısına yansiyacak olası olumsuzlukları en aza indirmekle sorumludurlar. Bu doğrultuda gerçekleştirilebilecek politikalar, göç eden kişi ve grupların göç ettikleri toplumun istikrarını bozmayacak biçimde hayatlarını idame edilmesini sağlayacak düzeyde olmalıdır (Akıncı-Nergiz-Gedik,2015).

Tunç'a (2015:34) göre sığınmacıların göç ettikleri ülkeye uyumu on yıllık bir süreçte farklılıklar göstermektedir. Sığınmacıların göç ettikleri ülkeye "zaman boyutunda uyumu" "ilk birkaç ay", "ilk bir iki yıl", "dört beş yıl sonra" ve "10 yıl sonrasında" farklılık gösterebilmektedir. Buna göre; ilk birkaç ay yitirdikleriyle yüzleşen sığınmacılar bir iki yıl içinde yitirdiklerini yeniden elde etmek için çaba içerisine girmektedirler. Bu dönemde sığınmacıların çoğu işlerini değiştirmekte, başlangıçta oturdukları semtlerden sığınmacıların yoğun olarak yaşadıkları semtlere doğru gitmeye başlamaktadırlar. 4-5 yıl sonra ise sığınmacılar uyum sürecini büyük ölçüde tamamlamaktadırlar. Direnme ve kararlılık kaybolmakta, umutsuzluk ortaya çıkmakta ve kişi yaşamı ve statüsündeki değişiklikleri

kabullenmektedir. Zaman içerisinde çoğu hayatından bezmekte ve yabancılaşmaktadır. On yılın ardından kalıcı yerleşim tamamlandıktan sonra, statü düşmesini kabul etmek istememektedirler. Bu nedenle yeni ülkelerindeki kurumlarından çok fazla beklentileri ortaya çıkmaktadır.

Özetle göçün gerek göç eden gerekse göç edenleri ağırlayan yerel halkın sosyo-psikolojik yapısı üzerindeki olumsuz etkilerini, tamamen olmasa da, ortadan kaldırmak için bazı çözümler mevcuttur. Bu çözüm önerilerini oluştururken özellikle göçmenlerin ve yerel halkın yaşadığı sosyo-psikolojik sorunların kaynağını teşkil eden faktörleri dikkate alarak işe koyulmak önemlidir. Buradan hareketle, gerek göçmenlerin gerekse yerel halkın sosyo-psikolojik sorunlarının önüne geçilmesi veya bu sorunların asgari düzeye indirilmesi için bazı çözüm önerileri sunulabilir (Aydın, 2017). Aşağıdaki önerilerin uygulanması ya da hayata geçirilmesi toplumsal uyum sürecini hızlandırabilir. Buna göre;

- Özel rehberlik ve psikolojik danışmanlık hizmeti verilebilir
- Sığınmacı statüsünün kabul edilmesi
- Farkındalık oluşturmak gerekir
- Empati duygusu geliştirilebilir
- Olumlu tutum geliştirmek gerekir
- Sosyal ve siyasi destek hizmeti sunmak gerekir
- Korku ve kaygı duygularının giderilmesi gerekir
- Sosyal birliktelik alanlarının oluşturulması gerekir
- Diyaloğun güçlendirilmesi gerekir
- Bilimsel araştırmalar yapmak gerekir
- Yaşama umudu vermek gerekir
- Ülke ve yerel yönetimlerin yerel halkın tüm yaşam alanlarını garanti altına alması gerekir

-Bütün bunlara ilave olarak barınma olanaklarının artırılması, dil öğretiminin sağlanması ve ulaşılabilir olması, sosyal etkinliklerin

gerçekleştirilmesi, yardım gruplarının oluşturulması, sağlık hizmetlerine erişimin sağlanması, gelir getirici olanakların artırılması, aynı etnik gruptan yardımcı meslek elemanlarının yetiştirilmesi, çevirmenlik hizmetinin sağlanması ve yeterli hale getirilmesi, aile bütünlüğünün sağlanması politikası doğrultusunda yakınlarının gelmesine izin verilmesi ve halk eğitimi programları gibi çok geniş yelpazede sunulabilecek hizmetler de, göçmen bireylerin psikolojik yapıları üzerinde olumlu etkilerin ortaya çıkmasına katkı sağlayacaktır.

4.Yaşanan Sorunlar Üzerine Bir Değerlendirme

Türkiye son 5-6 yılda yoğun bir göç dalgasıyla sarsıldı. Suriye’de özellikle iç savaş kaynaklı sığınmacı akını, sınırlarımızın dahi delik deşik olmasına sebep olmuştur. Çünkü Suriye’den kaçan insanlar Türkiye’ye sınırlarımızın her yerinden girmeye ve hatta çıkmaya başlamışlardır. Hatta bu göç işinin daha düzgün takip edilmesi ve yönetilmesi için İç İşleri Bakanlığına bağlı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü oluşturuldu. İşin boyutunun ne kadar ciddi olduğunu oluşturulan bu kuruluştan anlamak mümkündür. Şüphesiz ki ihtiyaçlar çeşitli kurum ve kuruluşların oluşmasını ya da günümüzde oluşturulmasını gerekli hale getirmiştir.

Nitekim Türkiye, Nisan 2011’den bu yana tarihinin en ciddi kitlesel insani hareketliliğini yaşamaktadır. Temelde Suriye kaynaklı olan bu zorunlu göç hareketi, Suriye dışından pek çok göçmen adayının da Türkiye’ye yönelmesine neden olmuştur. Son altı yılda, Türkiye’ye gelen toplam göçmen sayısı 4,2-4,5 milyonu aşmış, bu gelenlerin yaklaşık olarak 1,2 milyonu 2014-2015 ve 2016 yılları başta Avrupa olmak üzere başka ülkelere gitmiş, ancak asıl büyük grup yani 3,1 milyonu Suriyeli olmak üzere toplamda 3,5 milyon göçmen Türkiye’de kalmıştır. 78 milyon nüfusu olan Türkiye’nin nüfusunun %4’ünü aşan bu sayının bir başka önemli özelliği ise %92’den fazlasının kent sığınmacıları olmasıdır. Yani Türkiye’deki mültecilerin sadece %8’i kamplarda ve nispeten toplumdan izole

yaşarken, geri kalan %92'si de Türkiye'nin hemen her yerinde şehir merkezlerinde yerli halkla birlikte yaşamaktadır (Erdoğan-Kavukçuer-Çetinkaya, 2017). Özellikle de mülteci nüfusu sınıra yakın kent (özellikle Kilis, Şanlıurfa, Hatay, Gaziantep, Mardin başta olmak üzere ülkenin diğer illerine dağılmış durumdadırlar) merkezlerinde ve büyük şehirlerin çeperlerinde yaşamaktadırlar. Göze çarpan diğer bir gerçeklik ise Suriyeli mültecilerin ilk aşamada yerleşmek için akraba ve hemşerilerinin olduğu illeri tercih etmeleridir. Fakat yerleştikleri bu kentlerde mülteci ve sığınmacı kimlikleriyle yaşadıkları trajediler, gündelik hayat deneyimleri, kente ve hayata tutunmak için gösterdikleri çabalar, her ne kadar hemşeri ilişkileri temelinde sorunlarını çözebilecekleri bir zemin bulmuş olsalar da onların çetin bir mücadele içerisinde olduklarını göstermektedir (Deniz-Ekinci-Hülür, 2016). Bu gibi zamanlarda hayat şartlarının zorluğu aslında geldikleri yere yabancı olmaktan başlayarak, her türlü uyum sorunu olarak ortaya çıktığı gerçeği ile karşılaşılmaktadır.

Konuyu birazda daha açarak Mardin özelinde ele alıp incelemekte de fayda var. Türkiye-Suriye sınır hattı, komşularımızla olan en uzun sınır hattını oluşturmaktadır. Bu sınır hattı üzerinde Girmeli ve Şenyurt Sınır Kapılarının Mardin'de bulunması önem arz etmektedir. Mardin-Suriye ilişkileri Nusaybin'de bulunan Girmeli ve Şenyurt'ta bulunan Şenyurt Sınır Kapıları üzerinden sağlamaktadır. Sınır hattı genellikle ova ve düzlük arazilerden olduğundan bir ülkeden diğerine geçmek zor olmamaktadır. Ayrıca Mardin; Şanlıurfa merkeze ve Ceylanpınar, Akçakale ilçelerine çok yakın olduğundan buralardaki kamplarda yaşayan Suriyeliler, kamplardan ayrılınca çok rahatlıkla Mardin'e gelerek yerleşebilmektedirler. Mardin İl Afet ve Acil Durum Müdürlüğü'nden 24.04.2013 tarihi itibarıyla alınan bilgiye göre Mardin genelinde kayıt altına alınan Suriyeli göçmen sayısı 14.006'dır. Bu kayıtlar resmi olan kayıtlardır ve kayıtlar her geçen gün artarak devam etmektedir (Mardin İl Afet ve Acil Durum Müdürlüğü, E.T:

24.04.2013). Bugünlerde ise bu rakamlar önemli bir oranda artmıştır. IMPR Humanitarian (2014)'a göre yerel STK'lara, muhtarlıklara ve Suriyeli komitelerin aktardıklarına göre Mardin bölgesinde resmi kayıtlar ve resmi olmayan kayıtlarla beraber 200 bine yakın Suriyeli göçmen bulunmaktadır. Kayıt altına alınan göçmenlerin il geneli dağılımına bakıldığında sadece bir merkezde toplanmadıkları görülmektedir. Belli bir bölgede yoğunlaşmaktan çok dağınık bir şekilde hem Mardin il merkezinde hem de diğer ilçelerde ikamet etmektedirler. Suriyelilerin nüfus bakımından en yoğun olarak ikamet ettikleri yer Kızıltepe'dir. Kızıltepe'den sonra Nusaybin ve diğer ilçeler gelmektedir. AFAD (2013) verilerine göre, son dönemlerde Midyat'ta 336 dönüm arazi üzerine çadır kent kurulmuştur. 19 Haziran 2013 tarihinde açılan çadır kent 6.500 kişi ve 2000 adet çadır kapasitesine sahiptir. 26 Eylül 2013 tarihi itibarıyla Midyat çadır kentinde 2.366 Suriyeli kalmaktadır (Apak, 2014). Mesela Kilis ilindeki sığınmacılar mevcut nüfusun iki katını geçmiştir. Bu nüfus yoğunluğunun yerli halk üzerinde yaratmış olduğu baskı gözlerden kaçmamaktadır.

Genel olarak büyük resme bakıldığında Türkiye, Küresel İnsani Yardım 2017 Raporu'na göre, 2016 yılında 6 milyar ABD doları tutarında insani yardım yaparak, ABD'nin ardından en çok uluslararası insani yardım yapan ikinci ülke konumuna geldi. Türkiye 2016 yılında ayrıca, mili gelirinin %0,75'ni insani yardım için ayırarak, bir kez daha, "Dünya'nın En Cömert Ülkesi" oldu. Türkiye, Suriyeli sığınmacıların yaralarının sarılması ve yeniden hayata tutunmaları için BM standartlarında 25 milyar ABD dolarını aşkın bir kaynak harcadı. Uluslararası toplumun, Türkiye'nin bu fedakârlığına katkısı 526 milyon ABD doları oldu. Türkiye'de kayıtlı tüm Suriyelilere sağlık hizmetleri ve ilaçlar Sağlık Bakanlığı iş birliği ile ücretsiz olarak sunulmuştur. Bugüne kadar Suriye ve Iraklı sığınmacıların tedavileri kapsamında 953.466 bin ameliyat gerçekleştirildi;

1.143.393 yatan hasta ve 25.919.750 milyon poliklinik hizmeti verildi (AFAT, 2017). Bu hizmetlerin her geçen gün artarak devam ettiği görülmektedir.

Bütün bunların yanında eksiklikler ve yapılması gerekenlerin bir sınırının olmadığı da bilinmelidir. Çeşitli sorunlarla boğuşan sığınmacılar üzerinde göçün özellikle bireylerin sosyo-psikolojik yapısı üzerinde bazı olumsuz etkilere sahip olduğu da görülmektedir. Bu olumsuz etkiler kısaca, temel olanları birkaç madde halinde (Aydın, 2017) aşağıda olduğu gibi sıralamak mümkündür:

- Korku ve kaygı yaşayabilirler
- Uyum sorunu yaşayabilirler
- Aitlik sorunu yaşayabilirler
- Yabancılaşma duygusu yaşarlar
- Boşluk hissi yaşarlar
- Kişilik-kimlik sorunu yaşarlar
- Aşağılanmışlık duygusu yaşarlar
- Kuşkucu davranırlar
- Suçluluk duygusu yaşarlar
- Güvensizlik duygusu yaşarlar
- Ötekileşme sorunu yaşarlar
- Şizofreni ve benzeri psikozlar yaşarlar
- Stres ve depresyon yaşayabilirler

Göçün olumsuz etkileri sadece sığınmacılar üzerinde kendini göstermemekte, aynı zamanda yerel halk üzerinde de bazı olumsuz etkileri olmaktadır. Bu olumsuz etkileri birkaç maddede toplamak mümkündür (Aydın, 2017). Buna göre;

-Korku ve kaygı duygusu: Hiç kuşkusuz göç olgusunun göçmen bireylerde olduğu gibi, yerel halk üzerindeki en önemli olumsuz etkisi, yeni gelen insanların beraberlerinde neler getirmiş olabileceklerine dair belirsizlikten kaynaklanan korku ve kaygı duygusudur. Çünkü yeni gelenlerin hangi özellikleriyle geldikleri neredeyse tam bir muammadır. Yeni gelenlerle ilgili anlatılan olumsuz hikâyeler; ayrıca sığınmacıların karışmış oldukları olumsuz olaylar korku ve kaygının artmasında önemli bir yere sahiptir.

-Ön yargı: Göç olgusunun yerel halk üzerindeki olumsuz etkilerinden birisi de, ülkelerine gelen kişilere karşı ön yargılı olmalarıdır. Elbette bunda her zaman yerel halkın nedensiz olarak olumsuz düşünmeleri yoktur. Bazen göçmenlerin sebep oldukları bazı olumsuz davranışları bu ön yargının oluşmasında etkili olmaktadır.

-Kendini güvende hissetmeme: Yerel halkın yaşadığı bir diğer olumsuz duygu ise, yeni gelenlere karşı hissedilen güvensizlik duygusudur. Çünkü yeni gelenlere karşı kaygılanan yerel halk hem kendini yeterince güvende hissetmemekte hem de onlara güvenip samimi ilişkiler kuramamaktadır.

5.Tartışma ve Sonuç

Türkiye’de kamp dışında yaşayan Suriyelilerin pek çok sorunla karşı karşıya kaldığı bilinmektedir. Mesela, özellikle Suriyeli çocuk ve gençlerin yalnızca küçük bir kısmı eğitim alabilmektedir. Savaş mağduru olan bu çocuklar “kayıp nesil” olarak da adlandırılmaktadır. Aslında alınacak eğitim ve destek önlemleri ile durum tersine çevrilebilir. İlgili tüm kamusal ve toplumsal kuruluşlarca toplumun duyarlılığını ve farkındalığını artıracak sosyal çalışmalar yapılmalı, toplumda bir güvensizlik, tehdit algısı ve ayrımcılık duygusunun filizlenerek uç vermesine engel olunacak bir çaba içine girilmelidir. Sağlıklı bir kamuoyu yaratılması için toplum ile sorunun tüm boyutlarına ilişkin eksiksiz, şeffaf,

güvenilir ve düzenli bir bilgi paylaşımı sağlanmalıdır. Ayrıca, özellikle Suriyeli çocuk, kadın, genç ve tüm diğer Suriyeli sığınmacıların acilen Türk Toplumunu ile geniş anlamda toplumsal uyumuna (entegrasyonuna) ilişkin önlem ve yapılanmalara ihtiyaç vardır (Akpınar, 2017).

Sorunların çözümünde görülmesi ve bilinmesi gereken, insanlar toplulukları halinde yaşamaya yazgılı olduğu gerçeğidir; çünkü insanlar belirli ve benzer özellikleri paylaştıkları için bir arada yaşayabilirler. Özellikle günümüzde bireyler topluma çok yönlü katılırlar. Bireylerin çok yönlü topluma katılıyor olması ve hayatını bu şekilde toplumda sürdürüyor olması ilişkilerindeki toplumsal uyumu ya da entegrasyonu gösterir. Bizler topluma bir meslek erbabı, komşu, müşteri, baba, bir vakıf ya da dernek üyesi, aynı inancı paylaşan bir mümin, aynı ideolojiyi paylaşan biri vb. gibi yönlerimizle katılırız. Toplumsal uyumun sağlanması için neler yapılabilir:

-Meslek edindirme kursları vasıtasıyla sığınmacıların iş bulmalarının sağlanması ve bu yolla yerli çalışanlarla kaynaşmanın gerçekleştirilmesi sağlanabilir. Böylece hem kişi bir iş edinmiş olacak hem de farklı ortamlara girerek yerli halkla birlikte çalışarak ve yaşayarak yerli kültürü tanımış olacaktır.

-Kültürel kaynaşmanın sağlanması için kültürel faaliyetlerin yapılmalıdır. Böylece sığınmacıların yerli halkla tanışması sağlanarak, birbirlerini tanımalarının önünü açılmış olur.

-Çocukların aynı okullara gönderilmesi ve hatta aynı oyun ortamlarını kullanmalarının sağlanması gerekir.

-Yetişkinler çeşitli seminer, konferans, çalıştay ve paneller vasıtasıyla eğitimlerden geçirilmelidir.

-Kamplarda toplumdan tecrit edilmiş bir şekilde; toplumdan yalıtılarak uyum gerçekleştirilemez. İnsanların aynı sosyal ortamlarda yaşamaları gerekir.

-Aslında din en önemli ortak yanlarımızı oluşturuyor. Din, kaynaşma ve bütünleşme için etkili bir şekilde kullanılabilir. Ama yeterli değildir.

-Sağlam bir iletişim kurulması için Türkçe'nin öğretilmesi önemlidir. Dil, toplumsal uyumu (entegrasyonu) hızlandıran önemli bir faktördür.

-Medyanın (yazılı ve görsel) hatta sosyal medyanın etkin olarak kullanılması faydalı olabilir.

-Üniversitelerin çeşitli bilim dalları çeşitli konularla ilgili projelerin gerçekleştirilmesinde yer alabilir. Mesela meslek edindirme kurslarının açılmasında Sosyal ve Teknik Meslek Yüksek Okulu; İlgili Mühendislik bölümleri, seminer, konferans ve panel gibi etkinliklerde sosyoloji, tarih, edebiyat, ilahiyat, eğitim ve sağlık alanlarından faydalanılabilir.

Kısacası Suriyeli sığınmacılar konusu, bir toplumsal uyum sorunu olarak ele alınmalı; çalışma hayatı, eğitim, barınma, sağlık, belediye hizmetleri, toplumun alıştırılması gibi alanları düzenleyecek bütüncül bir politika uygulanmalıdır. Entegrasyon süreci eğer başarılı yönetilebilirse, uzun vadede toplumsal zenginliğe, çok kültürlü yapının gelişmesine katkı sağlanabilir (Üstün, 2016:8). Bütün bu faaliyet alanları dikkatlice planlanmalı ve idare edilmelidir. Kontrol edilemeyen hareketler felaketle sonuçlanabilir.

KAYNAKÇA

- AFAD. (2017). Suriyeli Sığınmacılara Yapılan Yardımlar.
- Akıncı, B-Nergiz, A. -Gedik, E.(2015). Uyum Süreci Üzerine Bir Değerlendirme: Göç ve Toplumsal Kabul. Göç Araştırmaları Dergisi. Cilt: 1,Sayı:2, Temmuz-Aralık, ss. 58-83.
- Akpınar, T. (2017). Türkiye’deki Suriyeli Mülteci Çocukların ve Kadınların Sosyal Politika Bağlamında Yaşadıkları Sorunlar. Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences (Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi). 03 (03).
- Apak, H. (2014). Suriyeli göçmenlerin kente uyumları: Mardin örneği. Mukaddime, 5(2), SS. 53-70.
- Aydın, C. (2017). Göçmenlerin Karşılaştıkları ve Neden Oldukları Bazı Psikolojik Sorunlar ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Analiz. Proceedings Book of 2nd International Scientific Researches Congress on Humanities and Social Sciences (IBAD-2017). April 20-23.
- “Birleşmiş Milletler Mültecilerin Hukuki Statüsüne Dair Sözleşme”. (2017), (<http://www.danistay.gov.tr>)
- Deniz, A. Ç. - Ekinci, Y. - Hülür, A. B. (2016). Suriyeli Sığınmacıların Karşılaştığı Sosyal Dışlanma Mekanizmaları. www.sbard.org, Yıl: 14, Sayı:27, SS. 17 – 40.
- Erdoğan, M.-Kavukçuer, Y.-Çetinkaya, T. (2017). Türkiye’de Yaşayan Suriyeli Mültecilere Yönelik Medya Algısı. Özgürlük Araştırmaları Derneği. Sayı:5.
- Göç Terimleri Sözlüğü. (2009). Uluslararası Göç Örgütü. <http://www.osmanlica.com>, 2017
- <http://www.tdk.gov.tr>, 2017
- Kaypak, Ş.-Bimay, M. (2016). Suriye Savaşı Nedeniyle Yaşanan Göçün Ekonomik ve Sosyo Kültürel Etkileri: Batman Örneği. Yaşam Bilimleri Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1.

- Kocadaş, B. (2016). Cumhuriyet Döneminde Yapılan İç ve Dış Göçler'in Toplumsal Etkileri. *Sosyolojik Düşün Dergisi*, Cilt:1, Sayı:1.
- Koç, M.-Görücü, İ.-Akbiyık, N. (2015). Suriyeli Sığınmacılar ve İstihdam Problemleri. *Birey ve Toplum Dergisi*. Cilt: 5, Sayı:9.
- Şahin, B. (2010). Almanya'daki Türk Göçmenlerin Sosyal Entegrasyonunun Kuşaklar Arası Karşılaştırması: Kültürleşme. *Bilig, Güz*, SS.103-134.
- Tunç, A. Ş. (2015). Mülteci Davranışı ve Toplumsal Etkileri: Türkiye'deki Suriyelilere İlişkin Bir Değerlendirme. *Tesam Akademi Dergisi / Turkish Journal of Tesam Academy*. Temmuz- July. 2 (2). 29 – 63.
- Üstün, N. (2016). Suriyelilerin Türk İşgücü Piyasasına Entegrasyonu Sorunları Öneriler. *Konya Ticaret Odası Araştırma Raporu Ekonomik Araştırmalar ve Proje Müdürlüğü Yay. Konya*.

EXTENDED ABSTRACT

There are many socio-cultural and economic factors that separate societies from each other. Having a single factor (such as religion) in common does not seem sufficient for the fusion of two different societies. While individuals in the same society can be classified according to various criteria, it must be quite difficult to integrate individuals who have the characteristics of another social structure into these differences.

Turkey's very intense influx of asylum seekers to undergo (approximately 4-4.5 million people arrived) and the absence of the Turkish people ready for this, uncontrolled spread all over the country from a rise in the morning when they are themselves refugees from neighboring find the locals lived trauma, rather complicates their acceptance of asylum seekers. On the other hand, the negative public opinion created by those who try to obtain political rent through asylum seekers plays an important role in the deepening and chronicity of the problem. In the meantime, the negative behaviors of those who try to adapt to a different social structure, not knowing the social structure they come from, have caused an increase in boredom.

Intensive actually caught unprepared for the influx of asylum seekers Turkey, initially must have been because it makes the fusion of religious brotherhood, can make a big issue of asylum issues initially so maybe he cared. Of course, religion is an important institution in social integration and cohesion, but especially today, the existence of a single institution is not enough to ensure the integration of a society. All institutions that ensure the formation of the society should undertake important duties in the adaptation of asylum seekers to Turkish society. For example, as refugees try to integrate into the society only through religious brotherhood, unless they are harmonized in terms of education, health, economy, politics, law and family institutions, the ones done through religion will soon become inadequate. Because a social problem can arise with the effect of all these institutions and can be solved with their contributions.

Another issue is that the concepts are often used interchangeably. The concepts of immigrant, refugee and asylum seeker have recently begun to attract the attention of the scientific world. Confusion has arisen especially regarding the status of those coming from Syria. We have also witnessed this confusion in the works we cited. The majority of the Syrian refugee status in Turkey is located on though.

Generally speaking, according to the definition of migration in Turkish Language Association (TDK) Turkish Dictionary; While it is used as "the work of individuals

or communities moving from one country to another, from one settlement to another for economic, social, political reasons, moving, migration, immigration" (tdk.gov.tr, 2017), the concept of refugee is used as "asylum" in the Ottoman dictionary. who take refuge, who takes refuge. Concepts are very easily used interchangeably, regardless of the meaning they mean. For example, the concepts of immigrant and refugee are used interchangeably, at least at the grassroots level.

It is useful to explain the concept of immigration a little more. Migration can be expressed as the individuals moving away from the land they live in, their social lives and structures they are accustomed to, their current economic opportunities, in short, from many elements of social life and opening the door to new living spaces. By looking at the subject from a different perspective, it is possible to see the concept of immigration as a new community movement. It is also predicted that the society is affected by various components and that adaptation problems may be encountered in this direction. If a broader definition of immigration is to be made; It is understood that this action, which is carried out from one place to another, affected by socio-cultural, political and individual dynamics, can be short-medium and long-term, is a movement of relocation with a return planned or permanent settlement goal. As can be understood from the different definitions mentioned, the concept of immigration has a multidimensional and complex structure. As described, this situation leads to diversity in the definitions of migration and this diversity is encountered in the classification of migration movements. However, it is seen that the movement of movement, which is a common element, emerges as a dynamic process that shapes the demographic, cultural, socio-economic structure of societies and their development.

There is a clear distinction between the often-confused concept of refugee and the concept of asylum. As in the case of a refugee, an asylum seeker is a person seeking asylum in the country from which they fled. In this regard, there is a situation where the person who left his country and fled to another country is at the stage of investigation by the authorities of that country. The most obvious difference between an asylum seeker and a refugee is that the asylum seeker is at the stage of legal investigation. However, the reasons in the definition of refugee are also included in the definition of asylum seeker. In addition to these, the concept of "statelessness" appears as a frequently used term in connection with the concept of refugee. In this respect, it would be appropriate to include the definition of the concept of statelessness. In the legal sense, statelessness is defined as the situation of persons who are subject to the nationality of a state but are not protected by their own state because they either refuse to seek protection when they leave or because the state of their

nationality refuses to provide them with protection. Finally, in summary, immigrants are defined as people who leave their country voluntarily and settle in another country with permission or with the knowledge of the authorities, apart from the elements included in the refugee definition, mostly due to economic reasons.

To summarize, people who live in that country legally are called immigrants by leaving the country where they are located, voluntarily for various reasons, especially economic reasons, and entering another country legally. For any reason, especially if the safety of life and property is in danger and who is outside the country of his / her citizenship for fear of various injustices; Refugees are those who cannot benefit from the protection of their country of residence and do not want to return to their country.


REKLAMLAR EĞİTİMDE BİR ARAÇ OLARAK KULLANILABİLİR Mİ?

Emine Meliha KURTDAS*

Öz

Eğitim her toplumda ve her dönemde, bireyin toplumun bir üyesi olma sürecinin önemli bir parçası olmuştur. Eğitimin yapısı, niteliği, şekli, eğitimde kullanılan yöntemler ve araçlar içinde yer aldığı toplumun yapısı tarafından şekillendirilir. Bu nedenle eğitim, toplumdan topluma ve dönemden döneme değişen bir olgudur. Günümüz küresel dünyasının en önemli özelliklerinin başında da iletişim yoğunluğu ve görselliğin artan önemi gelmektedir. Özellikle yeni yetişen nesiller dijital çağın gereklerine uygun olarak sosyalleşmekte, imaj ve görsellerin ağırlıkta olduğu bir dünyanın parçası haline gelmektedir. Bu süreçten eğitimin, özellikle örgün eğitimin, etkilenmemesi ise düşünülemez. Çağın gereklerine uygun eğitim anlayışları ve araçlarının geliştirilmesi, eğitimin niteliğinin artırılması olmazsa olmaz bir gerekliliktir. Bu problemden hareketle çalışma, reklamlar gibi çocukların ve gençlerin ilgisini çekebilecek, zihinlerinde kalıcı etkiler bırakabilecek bir olgunun eğitimde kullanılabileceği iddiasını taşımaktadır. Bu amaçla çalışma, reklamların neden etkili bir araç olduğu ve reklamların örgün eğitimde kullanılmasının neden önemli olduğunu ilgili literatürden yola çıkarak açıklamaya çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, eğitim araçları, reklamlar.

*  Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilimler ve Türkçe Eğitimi Bölümü, emine.kurtdas@inonu.edu.tr

CAN ADS BE USED AS A TOOL IN EDUCATION?

Abstract

Education has been an important part of the individual's process of becoming a part of society in every society and in every period. The form of education, the methods and tools used in education are shaped by the structure of society. Therefore, education is a phenomenon that changes from society to society and from period to period. One of the most important features of today's global world is the intensity of communication and the increasing importance of visuality. Especially the new generations are socializing in accordance with the requirements of the digital age and become a part of a world dominated by images and visuals. Formal education is particularly affected by this process. Developing educational understanding and tools in accordance with the requirements of the age is an indispensable requirement to increase the quality of education. Based on this problem, this study claims that a phenomenon such as advertisements that can attract the attention of children and young people and leave permanent effects on their minds can be used in education. For this purpose, the study tries to explain why advertisements are an effective tool and why it is important to use advertisements in formal education, based on the relevant literature.

Keywords: Education, educational tools, advertisements.

1. GİRİŞ

İnsanoğlunun varoluşundan bu yana bireyin toplumun bir parçası haline gelmesi eğitim sayesinde mümkün olabilmıştır. Ailede sosyalleşme ile başlayan eğitim, yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Ancak eğitimin niteliği, şekli, kurumsal yapısı toplumdan topluma ve dönemden döneme değişir. Örneğin geleneksel toplumlarda daha çok hayatta kalma ve yaşamı sürdürme becerileri temelinde var olan eğitim, kuşaktan kuşağa aktarılan bir süreç olmuştur. Bu toplumlarda örgütlü ve kurumsal yapı içinde verilen eğitim, yalnızca ayrıcalıklı kesime özgü bir etkinlik olarak görülmüştür. Modern toplumlarda ise tıpkı diğer pek çok kurum gibi eğitim de merkezi otoritenin denetiminde ve kontrolünde kurumsal

ve örgütlü bir yapı içerisinde sürdürülmüştür. Modern dünyada eğitimin temel amacı değişen toplumun ihtiyaç duyduğu nitelikte bireyler yetiştirmek olmuştur. Postmodern ya da Bilgi Çağı olarak da adlandırılan ve 20.yy'ın ikinci yarısından sonra Batı'da ortaya çıkan toplum tipi ise modern dünyadan farklılaşan bazı yönleri ile yeni eğitim anlayışları, yaklaşımları ve araçlarını zorunlu kılmıştır.

Baş döndürücü bir hızda değişim ve dönüşümlerin yaşandığı küresel çağ, bir iletişim ve ulaşım ağı ile birbirine bağlanmıştır. Bu nedenle günümüz, iletişim çağı olarak da adlandırılmaktadır. Dünyanın bir iletişim ağıyla birbirine bağlanmasında kitle iletişim araçları çok önemli bir rol oynar. Günümüzde kitle iletişim araçları ise yaşamın hemen her alanı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Toplumsal değişmenin çok hızlı olduğu günümüzde, kitle iletişim araçları bu değişimin adeta lokomotifi konumundadır ve toplumsal yapı üzerinde oldukça önemli bir etkisi vardır. Kitle iletişim araçları ya da medyanın çağımızda bu kadar etkili hale gelmesinin en önemli nedenlerinden biri, medyada imge ve görsellerin yoğun bir biçimde kullanılmasıdır. Günümüz dünyası gösterge çağı ya da gösteri toplumu gibi kavramlarla tanımlanmaktadır. İmgeler ya da görseller artık gündelik yaşamın hemen her alanında karşılaşılan vazgeçilmez olgular haline gelmiş durumdadır. İmge ve görsellerin kullanıldığı alanlardan biri de eğitimidir. Örneğin kitle iletişim araçları, sosyalleşme sürecinde en etkili araçlardan biri haline gelmiştir. Örgün eğitim kurumlarında da imge ve görsellerin kullanımının her geçen gün arttığı görülmektedir. Ders kitaplarındaki görsellerin dışında bilgilendirici afişler, filmler, görsel ders materyalleri gibi araçlar örgün eğitimde sıklıkla kullanılan eğitim araçlarıdır. Çünkü hızla değişen dünyada bireylerin yetenekleri ve algıları da değişmektedir. Yapılan çalışmalar da günümüzde görselliğin öğrenmedeki etkisinin her geçen gün daha da arttığını göstermektedir. Bu bakımdan örgün eğitimde daha etkili bir öğrenmenin gerçekleştirilmesi için farklı görsel araçların kullanılması, günümüzde adeta bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu araçlardan biri de reklamlar olabilir.

Günümüzde bir şeye dikkat çekmek, bilgilendirmek, tanıtmak ve ikna etmek gibi amaçlara sahip olan reklamlardan kaçmak mümkün değildir. Reklamlar, yaşamın hemen her alanında ve hemen her yerde farklı şekillerde günlük yaşamın olağan bir parçası haline gelmiştir. Farkında olunsun ya da olunmasın gündelik yaşamda bu kadar sık ve yoğun karşılaşılan başka bir imge yok gibidir. Sokakta, toplu taşıma araçlarında, televizyonda, gazete ve dergilerde, sinemada, radyoda ve internette reklamdan kaçmak mümkün değildir. Reklamların bu denli sık ve yoğun olarak kullanılması ise etkilerini artırmaktadır. Ancak reklamlar genellikle sadece tüketime yönelik mesajlar veren bir araç olarak görülür. Oysa reklamların verdikleri mesajlar sadece tüketime yönelik değildir. Reklamlar hemen her konuda bilgi edinilmesini, tutum ve davranış geliştirilmesini sağlar. Bu nedenle reklamlar halkı bilinçlendirmek, bilgilendirmek, sosyal sorumluluk geliştirmek gibi amaçlarla da kullanılmaktadır. Bu kadar sık kullanılan ve etkili olan reklamların örgün eğitim alanında kullanılması da düşünülmesi gereken bir durumdur. Reklamlar her ne kadar ticari ürünleri tanıtan imgeler olarak görülse de reklamların gücü ve etkisi kullanılarak eğitimde kalıcı öğrenme ve davranış değişiklikleri geliştirilebilir. Reklamların dikkat çekici ve akılda kalıcı özelliklere sahip olması nedeniyle örgün eğitimde kullanımı oldukça başarılı sonuçlar verebilir. Günümüz bilgi çağında daha etkili eğitim araçları geliştirilmesi probleminde yola çıkan bu çalışma, reklamların örgün eğitimde kullanılabilecek bir eğitim aracı olabileceği iddiasını taşımaktadır. Bu çalışma, reklamların eğitim aracı olarak neden tercih edilebileceği ve nasıl kullanılabileceği konusunda kuramsal düzeyde açıklamalar yapmakta ve çeşitli öneriler getirmektedir.

2. REKLAM NEDİR?

Latince kökenli reklam terimi çağırarak anlamına gelen “*clemere*” fiilinden türemiştir (Ekici ve Şahim, 2013: 3). En basit anlamıyla reklam, “*dikkati bir şeye çekmek veya birisini bir şeyden haberdar etmektir*” (Dyer, 2010: 3). Reklam bir

mesajın yaratılması ve hedef kitleye en iyi Őekilde ulaŐtırılması için yapılan çalıŐmadır (Baltacıoğlu, 1976: 1). Reklam mal ve hizmetlerin nasıl alınabileceği ve özellikleri ile ilgili bilgilerin bildirilmesi sũreci ve amaçları (Mutlu, 1994: 186) olarak tanımlanabilir. Reklam, *“bir ũrũnũ tanıtmaq ve satışını artırmak amacıyla kitle iletiŐim araçlarında belli bir ũcret karŐılıđında yer alan çeŐitli mesajlarla kitlelere ulaŐtırılan gũrűŐ, dűŐũnce ve haber bũtũnũdũr”* (TaŐ ve Őahım, 1996: 7). Reklamların en önemli iŐlevleri; bilgi verme, inandırma ve hatırlatmadır (Erol, 2006: 8).

Reklam genellikle bir ũrũnũ tanıtmaq için kullanılır. Amerikan Pazarlama Birliđi'ne göre reklam kavramı; reklam veren tarafından bir ũrũnũn, hizmetin veya fikrin, bedeli ödenerek, kiŐisel olmayan yollarla sunumu olarak tanımlanır. Buna göre reklamın zellikleri Őunlardır: Reklam bir bedel karŐılıđında yapılır, reklamı yapan kaynak bellidir, reklam kitle iletiŐim araçları yoluyla gerçekleŐtirilir ve reklamda ũrũn, hizmet ve dűŐũnceler hakkında bilgi verilir (Erol, 2006: 8). Bu bakımdan reklam, insanları gnũllũ olarak belli bir davranıŐta bulunmaya ikna etmek, belli bir dűŐũnceye yöneltmek, dikkatleri belli bir ũrũne, hizmete, fikir ya da kuruluŐa çekmeye çalıŐmaq, onunla ilgili bilgi vermek, ona iliŐkin gũrűŐ ve tutumlarını deđiŐtirmelerini ya da belli bir gũrűŐ ya da tutumu benimsemelerini sağlamak amacıyla oluŐturulan, belli bir ũcret karŐılıđı oluŐturulan duyurudur (Gũlsoy, 1999: 9).

Reklamlar genellikle modern çağın bir ũrũnũ olarak grũlse de tarihçesi çok eskilere dayanır. Eski Mısır, Babil, Yunan ve Roma kalıntılarında bazı reklam araçlarına rastlanmıŐtır. Satılan malların resimlerinin dũkknların nũne asılması veya bazı satıcıların sattıkları bir malın resmini ıngırak eşliğinde dolaŐtırması bunlara örnek olarak verilebilir (Ekici ve Şahım, 2013: 9). Antik Yunan ve Mısır medeniyetlerinin, ũrũnũn tanıtımının avantajları olduğunu keŐfetmeleriyle başlayan reklam, matbaanın bulunmasıyla ileriye doğru önemli bir adım

atmıştır. Reklamın ayaklanıp koşmaya başlaması ise sanayi devrimi ile beraber gerçekleşmiştir. Gazetelerin kitle iletişim aracı olarak yükselişi ve teknolojik ilerlemeler, reklamların gelişmesinde önemli unsurlar olmuştur (Tungate, 2008: 20-21). II. Dünya Savaşından sonra ise reklamcılık, kitle iletişim araçlarının yayılmasına paralel olarak hızla gelişmiştir (Dyer, 2010: 91). Teknolojik gelişmeler sadece basılı araçlar ya da insanın aracı olduğu mekânlarda mesajların iletildiği ortamlar yerine, daha geniş kitlelere mesaj iletmeyi sağlayacak görsel ve işitsel araçların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Elden ve Yeygel, 2006: 6). Günümüzde ise reklam artık yaşamın hemen hemen her alanında karşılaşılabilecek bir imgeye dönüşmüştür. Özellikle kitle iletişim araçları başta olmak üzere, farklı pek çok ortamda ve farklı biçimlerde maruz kalınabilen reklamlar günlük yaşamın bir parçası haline gelmiş durumdadır.

Reklamlar milattan önce üç binli yıllardan günümüze kadar uzanan yaşamı boyunca, her durum ve koşulda satış amaçlı tanıtım işleviyle görsel kültür içerisinde önemli bir yer işgal etmiştir. Eski Yunan ve Roma'da reklam içerikli ilanların çığırtaşı vasıtasıyla yapılmasıyla başlayan reklamlar, 15.yy'da matbaanın bulunmasıyla basılı yöntemlerle çeşitlenmiştir. 17.yy'da ise reklam tasarımlarını üstlenen ve zamanla reklam stratejilerini belirleyen ajanslar kurulmuştur. Sanayi Devrimi sonrası ortaya çıkan ticari ve rekabetçi ortam sesli ve görüntülü basınla ifadesini bulan reklam medyasını ve medya reklamcılığını doğurmuştur. Böylece reklam medyasız, medya da reklamsız yapamayacak bir duruma gelmiştir. Ancak reklam sadece medyayla sınırlı değildir. Reklamlar medya dışında kalan ve her iletişim ortamında var olan birtakım tanıtım araçlarından da faydalanır (Çamdereli, 2013: 9). Bu bağlamda bir iletişim biçimi ve etkili bir sosyal kurum olarak reklamcılık, Batılı ulusların ekonomileriyle sıkı sıkıya bağlı bir tarihi ve sosyal sürecin parçasıdır. Reklamların kullanımı çok eski dönemlere dayansa da reklamcılık, Batı'nın ileri endüstri devletlerinin resmi sanatıdır (Dyer, 2010: 1-19). Kurumsal olarak kültür sanayinin bir alt-sektörü,

metinsel olarak ticari amaçla üretilen simgeler alanının sınırlandırılmış bir alt alanıdır (Wernick, 1996: 273). Çünkü Endüstri Devrimi ile birlikte ortaya çıkan kitlesel üretim, üretilen malların daha hızlı bir şekilde satılmasını da zorunlu hale getirmişti. Dolayısıyla üretilen malların satışının artırılmasında malların reklamlarının yapılması daha da önemli hale gelmiştir. Bu bakımdan reklamcılığın bir sektör olarak gelişimi endüstri devrimi ile beraber ortaya çıkmıştır.

Birbirinden farklı reklam türleri mevcuttur ve reklamlar farklı şekillerde sınıflandırılabilirler. Reklamların sınıflandırılması ile ilgili olarak farklı kategoriler bulunmakla birlikte en çok rastlanan sınıflandırma aşağıdaki gibidir (Kocabaş ve Elden, 2004: 28):

1-Reklamı yapanlar yönünden

- Üretici reklamı
- Aracı reklamı
- Hizmet işletmesi reklamı

2- Amaç açısından reklamlar

- Birincil talep yaratan reklamlar
- Seçici talep yaratan reklamlar

3- Hedef pazar açısından reklamlar

- Tüketicici reklamı
- Aracı reklamı

4- Taşıdığı mesaj açısından reklamlar

- Mal reklamı
- Kurumsal reklam

5- Zaman kriterine yönelik reklamlar

- Hemen satın aldırmaya yönelik reklamlar
- Uzun dönemde satın aldırmaya yönelik reklamlar

6-Coğrafi kritere göre reklamlar

- Bölgesel reklamlar
- Ulusal reklamlar
- Uluslararası reklamlar
- Global reklamlar

3. REKLAMIN ETKİLERİ ve ÖNEMİ

Reklam oldukça etkili bir iletişim aracıdır. Günümüzde reklam filmleri, görselin imkân ve katkısıyla oldukça sürükleyici, eğlendirici, hoş vakit geçirici hale gelmiştir. Reklamsal tasarımlar, heyecan verici ve özendirici kurgularıyla ilgi ve etki alanını giderek genişletmektedir. Bu nedenle günümüzde reklamdan kaçınmak zoru başarmak demektir (Çamdereli, 2013: 11). Reklamın oldukça etkili olmasının bazı sebepleri vardır. Bunların başında reklam imgesinin anlık olması gelir. Reklam hiç durmadan yenilenip durur (Berger, 2011: 129). Bu nedenle günümüz iletişim ortamında reklamlar simgesel dilleyle etkili bir söylem alanı oluştururlar. Bu anlamda reklam iletileri toplumsal bellekte önemli bir yer tutar ve toplumun her katmanında karşılık bulur. Herkesin ilgi duyabileceği nitelikte olan reklamlar gündemi belirleyici bir güce sahiptir (Çamdereli, 2013: 175). Ancak reklam sadece iş yaşamını ilgilendiren ekonomik bir olgu değildir. Modern kültürün bir parçası, yaşamı yansıtan ve biçimleyen kültürel etkenlerden biri olan reklamlar iletilerini oluştururken kültürel modellere ve toplumsal etkileşimlere referansta bulunur (Dağtaş, 2009: 40). Bu nedenle reklamlar ürünün ötesinde, değer, imge, başarı, varlık, popülerite satarlar. Bireyi çepeçevre saran reklamlar dünyadaki en kapsamlı ve verimli iletişim biçimlerinden biridir (Özsoy,2015:9-10). Bu nedenle reklamı sadece endüstriyel sistemin bir parçası olarak görmek doğru bir yaklaşım değildir.

Reklam sadece ürün tanıtmaz. Reklamcılık endüstrisinin mal ve hizmet tanıtımı yapan ticari boyutunun yanı sıra sahip olduğu mesajların toplumsal ve kültürel bir boyutu da vardır. Çünkü bir reklam, temsil ettiği markanın ürününün

tüketimine yönelik oluşturulmuş olan toplumsal roller ve kültürle ilgili kodlara sahiptir. Her reklam, tanıtımını yaptığı markaya uygun olarak yaratılmış “kodlama kalıpları”yla tasarlanır. Bu kodlama kalıpları tüketicinin markayla bağ kurabilmesini sağlayacak bilgiler içerdiği gibi bazı yeni veya eski davranış ya da düşünce biçimlerini de içerir. Burada amaç mevcut olan toplumsal bir düşüncenin ön plana çıkarılarak pekiştirilmesi olabileceği gibi yeni bir davranış biçimi ya da düşünce biçimi yaratmaya yönelik de olabilir (Kalan,2010: 81-82). Dolayısıyla reklamların amaçlarının başında, hedef kitlenin bilgi düzeyinde ve tutumları üzerinde yaratılması istenilen değişiklikler gelmektedir (Elden ve Yeygel, 2006: 13). Bu nedenle çağımızda birçok insan, reklamlar aracılığıyla sadece ürün hakkında bilgi sahibi olmamakta; çeşitli fikirlere, ürünlere, hizmetlere ya da kurumlara ilişkin bilgiler de edinmektedir (Elden, 2013: 136). Reklamın ana işlevi önceden var olmayan arzuları yaratmak, istetmektir. Reklamcının görevi bilgi vermekten çok, ikna etmektir (Dyer, 2010: 7). Dolayısıyla bu süreçte reklamlar sadece ürün tanıtmazlar. Reklam, kullanım amacına ve içeriğine bağlı olarak bilgi verir, tutum ve davranış geliştirir. Reklamların çok etkili bir iletişim aracı olması, reklamların etkilerinin tartışılmasını da beraberinde getirmiştir. Özellikle reklamların birey ve toplum üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulayan görüşler her geçen gün artmaktadır. Bu eleştirilerden bazıları şunlardır (Topçuoğlu, 1996: 185);

- *Reklam insanlara gereksinim duymadıkları hizmetleri satın aldırır.*
- *Reklam insanların beynini yıkar.*
- *Reklam mallarının ve hizmetlerin tüketiciye maliyetinin artmasına yol açar.*
- *Reklam, basın ve yayın araçları üzerinde, reklam yaptırılanın egemen olmalarına, baskı altında tutmalarına yol açar.*
- *Reklam ekonomide temerküze yol açar, tekelleşmeyi kolaylaştırır.*
- *Reklam kültür ve sanatı yozlaştırır*

Reklamların birey ve toplum üzerindeki bir takım olumsuz etkileri olsa da sadece bir araç olduğu ve etkilerinin reklamın ne amaçla kullanılacağına bağlı olduğu unutulmamalıdır. Reklam her ne kadar geçmişte ve günümüzde daha çok ürün tanıtımı amacıyla kullanılmış olsa da birey ve toplum üzerinde bu kadar etkili bir aracın farklı amaçlarla da kullanılması gerekmektedir. Bu amaçla günümüzde birey ve toplumun farkındalığını artırmak, bilgilendirmek, bir konuya dikkat çekmek, kamuoyu oluşturmak gibi çeşitli amaçlarla kullanılıyor olmasına karşın reklamların kullanım alanını genişletmek gerekmektedir. Bu alanlardan biri de örgün eğitim olabilir. İmge ve görselliğin ön planda olduğu günümüzde reklamlar bir eğitim aracı olarak kullanılabilir. Bu nedenle reklamların etkisinden eğitim ortamında da faydalanılması gerekmektedir.

4. REKLAMLARIN EĞİTİM ARACI OLARAK KULLANIMI

Günümüz, çok hızlı değişim ve dönüşümlerin yaşandığı bir dönem olarak dikkat çekmektedir. Özellikle baş döndürücü teknolojik gelişmelerin yaşamın hemen her alanında etkili olması, gün geçtikçe yenilikleri takip edebilmeyi neredeyse imkânsız hale getirmektedir. Gelişen teknoloji yaşamı kolaylaştırırken geleneksel anlayış ve uygulamaların da pek çok alanda değişmesine ve yeni bakış açıları ve uygulamaların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu gelişmeden özellikle eğitim alanında faydalanmak bir gereklilik haline gelmiştir.

Çocuğun eğitimi günümüz iletişim ortamında daha fazla önem kazanmıştır. Bunun en önemli nedenlerinden biri, toplumların geçirdiği değişim sürecidir. Günümüzde çocuklar daha merkezi bir konumda görülmekte ve onlara daha çok önem verilmektedir. Bunun en önemli nedeni, çocukların toplumların varlığı ve devamı için en önemli güç olarak görülmeleridir. Bu nedenle dünyanın her yerinde toplumlar artan çocuk nüfusunun nasıl daha iyi ve nitelikli yetiştirilebileceği olabileceğine dair çalışmalar yapmaktadır (Pembecioğlu, 2006: 321). Bu nedenle çocukların eğitimi bir ülkenin geleceği açısından oldukça önemlidir. Dolayısıyla bir toplumun gelişmesi ve ilerlemesi için en önemli kurum

olan eğitim kurumunun, yeni gelişmelere açık olması ve eğitimde başarıyı artıracak farklı metotlar ve uygulamalar geliştirmesi gerekmektedir.

Okullarda verilen eğitimin rencilerde hem kalıcı bir etki yaratması hem de ilgilerini çekebilecek metotlarla verilmesinin eğitimin kalitesini artıracakı kuşku gturmmez bir gerçektir. Özellikle günümüz teknoloji çağında çocukların ve gençlerin ilgisinin büyük oranda ekranlara kaymış durumdadır. Bu dönemde telefon, tablet, bilgisayar ve televizyon ekranı, çocukların ve gençlerin günlük yaşamda kopamadıkları araçlar haline gelmiştir. Bu renkli ve eğlenceli ekranlar günümüzün görmezden gelinemeyecek gerçekleridir. O halde bu noktada yapılması gereken şey, bu araçların eğitimde nasıl kullanılabilieceğinin tespit edilmesidir. Yapılan araştırmalar göstermiştir ki eğitimde birden çok duyuya hitap eden içerikler daha kalıcı ve etkili olmaktadır. Dolayısıyla eğitimde ilgi çekici görsel araçlara yer vermek oldukça önemlidir. Bu noktada gençlerin ve çocukların ilgisini çekebilecek ve kalıcı etkiler bırakacak içeriklere ve uygulamalara ihtiyaç vardır. Bu bağlamda genellikle ürün tanıtımı amacı taşıyan reklamların eğitimde kullanılmasının oldukça yararlı olacağı ifade edilebilir. Toplumun hemen her kesiminin ilgisini çeken reklamlar özellikle ocuk ve gençlerin daha fazla dikkatini çekmektedir. Bu bakımdan gerek sınıf ortamında gerekse günlük yaşamın çeşitli mecralarında reklamlar eğitim amacı ile kullanılabilir.

Günümüzde kitle iletişim araçları yaşamın her anında önemli rol oynamaktadır. Son yıllarda yapılan araştırmalar göstermiştir ki kitle iletişim araçları çocukların ve gençlerin sosyalleşme süreçlerinde önemli bir araç haline gelmiştir. Günümüzde ocuklar zamanlarının çoğunu ekran karşısında geçirirken, aileleriyle ve akranlarıyla geçirdikleri zaman daha da azalmaktadır. Bunun sonucunda sosyalleşme sürecinde kitle iletişim araçlarının etkisi her geçen gün daha da artmaktadır. Bundan hareketle kitle iletişim araçlarında sıklıkla

kullanılan reklamların bir eğitim aracı olarak kullanılmasının faydalı olacağı söylenebilir.

Reklam endüstrisi için çocuklara yönelik reklam yapmak çok önemlidir. Çünkü reklamlar çocukların ilgisini çekmektedir ve bu nedenle çocuklara ve gençlere yönelik reklamların çok önemli bir izleyici kitlesi bulunmaktadır (Akyüz, 1991: 251). Reklamlar hatırlatmaya dayanan kısa, renkli ve hareketli tekrarlarla, artan izleme çekiciliği ile sloganlaştırdığı reklam mesajları ve müzikleri eşliğinde hatırlamayı kuvvetlendirmektedir (Timisi, 1998: 46). Bu nedenle günümüz iletişim ortamlarında çocukların en çok karşılaştıkları ve en çok etkilendikleri iletişim metinlerinin reklamlar olduğu söylenebilir (Pembecioğlu, 2006: 321).

Reklamlardan en çok etkilenen kesim olan çocukların özellikle televizyon reklamlarından bu kadar çok etkilenmesi birkaç çarpıcı araştırma sonucuyla da desteklenmiştir. Buna göre çocuklar televizyonda izlediklerine dikkatle bakmakta ve kendilerine yönelik olmayan reklamlarda bile yetişkinlerden daha fazla ayrıntıyı anımsamaktadır. Çocukların reklamları yetişkinlere göre yedi kat daha fazla sevdikleri belirtilmektedir. *“Okula giden çocukların reklamda söylenenlerin doğru olduğunu kabul etme oranı %43, gösterilenlerin gerçeğe uygun olduğu düşüncesini taşıyanların oranı %58 ve bütün reklamları sorgulamadan kabul edenlerin oranı ise %20-22 arasındadır. Çocukların yaşları ilerledikçe reklamlarda söylenen ve gösterilenlere inanma oranları giderek azalmaktadır. Ancak bu; reklam ve program ayrımının sağlanmasıyla gerçekleşmeye başlamaktadır. Bu ayrımı yapabilme yaşı Türkiye’de ortalama 9 yaştır”* (Elden ve Ulukök, 2006: 4). Araştırmalar göstermektedir ki reklamlar çocukların oldukça ilgisini çekmekte ve yaşamlarında önemli bir yer tutmaktadır. Çocuklar en çok; şarkılı, danslı, komik, çizgi filmli, içinde çocukların bulunduğu, hareketli ve hayali reklamları sevmektedir. Bu tarz reklamlar özellikle daha küçük yaşlardaki çocukların ilgisini çekmektedir. Ancak bu yaştaki çocuklar; televizyon programları ile reklamlar arasındaki farkı kavrayamamışlardır.

Televizyon programı ve reklamlar arasındaki farkı anlayabilme yönünden yaş, cinsiyet ve gelir gibi sosyo-ekonomik değişkenler anlamlı değilken, eğitim değişkeni dikkate alınınca anlamlı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. İlkokul 4. sınıftan itibaren televizyon programı ile reklam arasındaki farkı bilme kristalleşmektedir (Tokgöz, 1979: 106). Dolayısıyla reklamların içeriklerinin ilgi çekmeleri yaşa bağlı olarak farklılaşmaktadır.

Reklamcılığın ana işlevi tüketici malları halka tanıtmak, böylece serbest piyasa ekonomisini desteklemektir. Ancak zamanla reklamın tek işlevi bu olmamıştır. Bunun yanında sosyal değerler ve davranışların yönetimi ve kontrolü ile gittikçe artan bir şekilde bağlantı içine girmiştir. Bu bakımdan günümüzde reklamcılık sanat ve dinde olduğu gibi geleneksel bir işlevi yerine getirmektedir. Günümüzde reklamlar, ilkel toplumlardaki mitlere benzer bir şekilde birtakım değer ve idealleri sunmak, insanların yaşam ve deneyimlerini bir düzene sokmak ve yaşadığı dünyayı anlamlandırmasını sağlamak gibi işlevlere sahiptir. Reklamlar, toplumca kabul edilmiş hareket ve davranış biçimlerini güçlendirir, destekler ve karmaşık bir toplumda sorun çözen bir mekanizma görevi görür (Dyer, 2010: 2). Bu bakımdan reklamlar, genellikle ikna ve pazarlama boyutuyla ele alınan bir olgu olsa da bu, reklamın sadece bir boyutudur. Reklamın diğer bir boyutu ise kültürel ve politik bir metin olma özelliğidir (Dağtaş, 2009: 38). Reklamlar aslında toplumsal değerler üzerine yapılırlar. Çünkü hedef kitlenin benimsediği değerleri ona tekrar üreten reklam, tüketici tarafından daha kolay benimsenmektedir (Peltekoğlu, 2010: 124). Bu nedenle kültürel bir metin olan reklamlar aynı zamanda kültürel değerleri de yansıtır. Reklamlar, amacı doğrultusunda hedeflediği kitleye bazı mesajlar aktarmaktadırlar. Bu bağlamda reklamlar yolu ile çocuklara da birtakım mesajlar aktarılmakta ve belli bazı davranış kalıpları, roller ve değerler iletilmektedir. Bunlar (Elden ve Ulukök, 2006: 5):

- *Kültürel Değerler*

- *Tüketim Kalıpları*
- *Cinsiyet Rollerini*
- *Alternatif Yaşam Biçimleri*
- *Aile İçi İlişkiler ve Rol Dağılımlarıdır.*

Görüldüğü gibi reklamlar ticari bir etkinlik ve amaç olmasının ötesinde aile içi ilişkiler üzerinde de etkiye sahiptir. Bunun yanında reklamlar çocuğun dünyaya bakışını ve değer yargılarını etkilemektedir. Etkinin gücü ise; çocuğun yaşı, mesajın iletildiği koşullar, ürünün cinsi ve çocuğun ilgisi gibi pek çok etkilere göre değişmektedir (Mangır ve Kandemir, 1993).

Reklamlar kimi zaman etkili bir yansıtıcı, kimi zamanda etkili bir belirleyicidir (Çamdereli, 2013: 75). Reklamın amacı, izleyene yaşamından memnun olmadığı duygusunu kamçulamaktır. Reklam seyirciye, reklamda tanıtılan ürünü aldığı anda yaşamın daha iyi olacağını söyler, ona daha iyi bir yaşam önerir (Berger, 2011: 142). Böylece reklam belli bir ekonomik sistemde vazgeçilmez değer ve fikirler geliştirip nüfuz ettirir (Dyer, 2010: 1). Reklamların bu etkisi sadece ekonomik sistem üzerinde değil, toplumsal değerlerin yansıtılması ve yerleştirilmesi hususundan da kullanılabilir. Reklam, bir ürünü ya da hizmeti tanıtmaya yönelik bir araçtır. Ancak reklam, tanıtmanın yanı sıra eğiterek de sosyal bir fayda sağlamaktadır (Ekici ve Şahim, 2013: 31). Çünkü reklamlarla verilen mesaj değer, tutum ve davranış değişikliğine yol açabilir. Bu bakımdan eğitimde reklam kullanımı değer ve davranış değişikliği gerçekleştirmek için oldukça etkili bir araç olacaktır.

Reklamlar sadece ticari amaçla değil, sosyal amaçlarla da kullanılmaktadır. Sosyal boyutlu reklamlar, kâr amacı olmayan ancak ticari reklamın ikna edici tekniğini kullanan reklamlardır (Dyer, 2010: 6). Sosyal reklam, hedef kitlede davranış ve tutum değişikliğini amaçlar (Taşkın ve Şahim, 2007: 38). Sosyal reklamların toplumda farkındalık yaratmak, tutum ve davranış değiştirmek amacı ile kullanımı yeni bir durum değildir. Medyada sosyal boyutlu reklamların

sıklıkla kullanılmaya başlanması 2000 yılından sonra gerçekleşmiştir. Eğitim, sağlık, toplum güvenliği, vrenin korunması gibi çeşitli alanlarda kullanılan sosyal boyutlu reklamlar, başta devlet kuruluşları olmak üzere pek çok kurum ve işletme tarafından kullanılmıştır. Sosyal kampanyaların ve projelerin duyurulmasında en etkili araç reklamlardır. Sosyal boyutlu reklamlar, sosyal sorunlarla ilgili olarak toplumu bilgilendirmek, onlarda inanç ya da davranış değişikliği yaratmak amacıyla yapılan iletişim çalışmalarının başında gelir (ztrk, 2009: 217-218).

Ticari kampanyalarda reklamın amacı satışı gerçekleştirmek iken sosyal kampanya reklamlarında amaç, istenilen davranış değişikliğinin benimsenmesidir. Bu nedenle oluşturulan mesajın ve reklamların son derece dikkatli tasarlanması gerekmektedir. Bu tip reklamlarda doğrudan bilgi ve gerçeklerin yayılması için akılcı elemanlar, olumsuz düşüncelerden kurtulmak için duygusal elemanlar, duyguların doğru ve uygun olduğunu gösteren ahlaki elemanlar ve görsel ipuçları, grafik resimler, semboller ve beden diline yönelik sözsüz elemanlar kullanılabilir. Bu reklamlar biçim olarak yaşamdan bir kesit içerebilir, fantastik içeriğe sahip olabilir, müzikli olabilir, kişisel semboller kullanılabilir, teknik uzmanlıklara ve bilimsel kanıtlara yer verilebilir. Bu reklamların duygulara hitap etmesi içeriğe güçlendirmektedir. Bu nedenle hem bilişsel hem de duygusal elemanlar kullanılabilir (ztrk, 2009: 224-225).

Sosyal boyutlu reklamlar pek çok alanda kullanılsa da eğitim konusu bu alanda açık ara ndedir. Toplumda farkındalık yaratmak, belli tutum ve davranışları değiştirip yenisini oluşturmak gibi amaçlarla toplumun geneline hitap eden sosyal reklamlar özellikle eğitim alanında sıklıkla kullanılmaktadır. Reklamların toplumun genelinin eğitimine hitaben kullanılmasının yanında, okullarda eğitim amacı ile kullanımı da üzerinde düşünülmesi gereken önemli bir konudur. Çünkü ocuklar, toplumbilim ve psikoloji alanlarında genellikle propaganda ve ikna etmeye karşı son derece savunmasız olarak düşünülürler. Propaganda ve ikna

etme konusunda oldukça başarılı ve etkili olan reklamların da eğitim amacı ile kullanılmasının etkili sonuçlar vereceği açıktır. Zekice hazırlanmış sloganları, canlı imgeleri, basmakalıpları ve akılda kalıcı sözcükleriyle, betimlemeleri ve baştan çıkarıcılığıyla reklamlar bir bütün olarak işlev görürler (Dyer, 2010: 117-120). Bu özellikleri ile çocuklar için cazip ve daha akılda kalıcı olan reklamların eğitim aracı olarak kullanılması eğitim ortamının renklenmesi, çeşitlenmesi ve dikkat çekici olması bakımından önem taşır. Böylece okulda var olan geleneksel eğitim yöntemlerinin yanında, çocuklar için daha ilgi çekici, cazip yöntem ve araçlar daha etkili ve kalıcı öğrenme ortamı için faydalı olur.

Reklamların çocuklar üzerindeki etkisine dair yapılan araştırmalarda iki noktanın üzerinde önemle durulmaktadır (Tokgöz, 1979: 103-104):

1. Reklamlarla çocuklar, toplumsal deneyimleri anlamayı biçimleyen temel kategorileri kazanmaktadır.

2. Reklam, toplumda mevcut toplumsal örneklere uygun kanallar içinde çocuğun davranışını yönlendirmektedir.

Araştırmaların üzerinde hemen hemen birleştikleri temel sav, televizyon reklamlarının okul öğretim programları gibi kültürün tekrar üretildiği bir mekanizma olarak nitelenmesidir. Buna göre okuldaki eğitim didaktiktir, eğitim sonunda bir genel değerlendirme, geçme ve kalma bulunur. Hâlbuki televizyon reklamlarında çocuğa aktarılan kültürel değerler bakımından böyle bir değerlendirmeden söz edilemez. Çocuk reklamları zorlanmadan, istenilmeden öğrenmektedir (Tokgöz, 1979: 103-104). Dolayısıyla reklamlar geleneksel öğrenme yöntemlerinde daha etkili bir öğrenme aracı olarak kullanılabilirler.

Reklamın bir ürünü ya da hizmeti tanıtmaya yönelik olduğu bilinen bir gerçekliktir. Ancak reklam, tanıtmanın yanında eğiterek de sosyal bir fayda sağlamaktadır. Çünkü reklamlar aracılığıyla belirli ölçüde bir değişim ortaya çıkmaktadır. Davranışlarda belirgin bir değişim yaşanmaktadır (Taşkın ve Şahım, 2007: 53). Yapılan araştırmalar çocukların kendilerine verilen mesajlarda pasif

değil, aktif olduklarını göstermiştir. Özellikle reklamlardan aldıkları bilgileri çocuklar, çeşitli bilişimsel evreler içinde değerlendirmektedirler (Tokgöz, 1979: 109).

Çocuklara yönelik reklamların hazırlanması oldukça hassas bir konudur. Bu noktada çocuklara yönelik reklamlarda dikkat edilmesi gereken beş ana nokta mevcuttur. Bu noktalar (Elden ve Ulukök, 2006: 21);

1. Reklamlar hedef alınan kitlenin özelliklerini dikkate almak zorundadır. Örneğin küçük çocukların seyrettiklerini anlama kapasiteleri daha sınırlıdır.
2. Çocukların hayal glerinin kuvvetli olduğu için reklam içinde, ürün ile ilgili mantıksız sylemlerde bulunulmamalıdır.
3. Reklamların ocuğun gelişiminde önemli bir rolü vardır. Bu nedenle çocuğun gelişiminde reklamlardan öğrendiklerinin etkisi olduğunu unutmamalıdır.
4. Reklamlar ocuğa dostluk, nezaket, samimiyet, adalet, cömertlik ve başkalarına saygı gibi temel değerler aşılamaya dikkat etmelidir.
5. Reklamlar, ebeveyn-ocuk ilişkinde yapıcı bir üslup edinmelidir.

Çocuklara ve gençlere eğitim amaçlı planlanan reklamların bu hassasiyetlere ek olarak başka bir takım özellikler taşıması gerekmektedir. Her şeyden önce eğitim amaçlı kullanılacak olan reklamların, içinde söz konusu derslerin içeriğine ve konularına hâkim akademisyenlerin, eğitim içeriği hazırlama konusunda uzmanların, psikolog, sosyolog ve reklamcıların bulunduğu bir ekip tarafından hazırlanması gerekmektedir. Hazırlanacak eğitim içerikli reklamların sahip olması gereken özellikler ise şöyle sıralanabilir;

- Reklam, hazırlanacak dersin içeriğine ve öğrencilerin yaş grubuna uygun özellikte olmalı.
- Reklamın içeriği konuya uygun olarak dikkat çekici ve akılda kalıcı olmalı.

- Reklamın daha etkili olabilmesi için toplumun kabul gördüğü ve öğrencilere rol model olabilecek sanatçı, sporcu, yazar vb. kişilere de yer verilmeli.
- Reklamın konusuna göre içerik, günlük yaşamla bağlantılar kurulabilecek şekilde hazırlanmalı.
- Reklamda verilen mesaj ve içerik açık ve anlaşılır olmalı.
- Reklamın içeriği toplumun değer yargılarına ters düşmeyen ve değerleri olumlu yönde etkileyecek özelliklere sahip olmalı.

5. SONUÇ

İletişim çağı, göstergeler çağı, imajlar çağı, medya çağı gibi tanımlamalarla tarif edilen günümüz dünyasında, bu tanımlamaların hemen hepsinin ortak noktası imaj ve görsellerin ön planda olduğu bir toplum tipini belirtmeleridir. İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile küresel bir köy haline gelen günümüz dünyasında, yeni yetişen nesiller de çağın gereklerine uygun bir şekilde yetişmekte ve çağa kolayca ayak uydurmaktadır. Örneğin 90'ların sonu ve 2000'lerin başında dünyaya gelen ve Z Kuşağı olarak adlandırılan kuşağın alâmetifarıkası dijital teknoloji, internet ve sosyal medyaya olan hâkimiyetleridir. 2010 ve sonrasında doğan Alfa Kuşağı ise dijital dünyanın tam göbeğinde doğmuştur. Dolayısıyla bu dünyanın gerçekliklerine oldukça hâkimdir. Dijital karakterler, oyun, elektronik spor vb. gibi dijital dünyanın tüm gereklilik ve gerçekliklerinin içine doğan bu kuşak için eğitim, sosyalleşmek gibi aktiviteler de daha çok online olarak gerçekleşmektedir. Örneğin; pandemi nedeni ile tüm dünyanın neredeyse mecbur kaldığı uzaktan eğitim, geleceğin eğitim şekli olarak görülmektedir. Dolayısıyla eğitimin biçimi, yaklaşımları ve eğitim araçları günümüz gerçekliklerine uygun hale getirilmelidir.

Örgün eğitimde yaygın olarak kullanılan öğretmen merkezli ve bilgi aktarımına dayalı öğretim metotlarından, öğrenci merkezli ve bilgiyi edinme yollarını öğreten bir eğitim anlayışına geçilmeye çalışılan günümüzde dijital teknolojinin kullanılması kaçınılmaz bir zorunluluk olmuştur. Öğretim programlarının, araçlarının çeşitlenmesi ve çağa uygun hale gelmesi bir toplumun gelişmesi için en önemli kurum olan eğitim için olmazsa olmaz bir gerekliliktir. Bu amaçla eğitimde yeni teknikler kalıcı ve etkili öğrenme için öğrencilerin dikkatini çekebilecek yöntem ve araçlar geliştirilmelidir. Bu yöntem ve araçlardan biri de reklamlar olabilir.

Bir ürün veya hizmeti tanıtmak için ticari bir amaçla çok uzun zamandan beri kullanılan reklamlar, son dönemlerde sosyal bir içerik kazanarak toplumun eğitiminde, tutum ve davranış geliştirmesinde de kullanılmaya başlanmıştır. Reklamlar yapıları itibariyle oldukça dikkat çeken ve akılda kalıcı özelliklere sahiptir. Özellikle ocuklar ve gençlerin daha çok ilgisini çeken reklamların eğitim açısından oldukça önem taşıyacağı düşünölmektedir. Örneğin Z Kuşaağı ya da Alfa Kuşaağının en önemli özelliklerinin başında; okumak yerine izlemeyi tercih etmeleri, tek bir duyu organına hitap eden uygulamalardan çabuk sıkılmaları, ekrana bağlanma oranlarının fazla olması, görsel ifadelerle iletişim kurmaları gelmektedir. Örneğin, sık sık yeni kuşaağın bir video izlerken 30 saniye sonra sıkıldığı dile getirilmektedir. Bu nedenle sınıf ortamında da öğrencilerin ilgisini çekebilecek, süresi çok uzun olmayan, diğer öğretim metot ve araçlarına destek amaçlı kullanılabilir eğitim içerikli reklam filmleri bir eğitim aracı olarak kullanılabilir.

Sonuç olarak bir mesaj iletme biçimi olan reklam, sahip olduğu özellikler sayesinde etkili bir araçtır. Bu nedenle reklamların etkili özelliklerinin eğitimde kullanılması eğitimin kalitesini ve çeşitliliğini artıracak bir etkidir. Bu amaçla her yaşı grubuna ve derse uygun içeriklerin uzmanlardan oluşan bir grup

tarafından belirlenip hazırlanması gerekmektedir. Reklamların sınıf ortamında gösterimi hem öğrencilerin ilgisini çekecek hem de daha akılda kalıcı olacaktır. Özellikle değerlerin aktarılmasında etkili olabilecek reklamlar, farklı anlatımları ve dikkat çekicilikleri ile etkili bir öğrenme aracı haline gelirler.

KAYNAKÇA

- Akyüz, Y. (1991). "Çocukların Televizyon Reklamlarına Karşı Korunması", Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12,(1-4).
- Baltacıoğlu, T. (1976). *TV Reklam Harcamaları*. Ankara: Kalite Matbaası.
- Berger, J. (2011). *Görme Biçimleri*. Çev., Yurdanur Salman. İstanbul: Metis Yayınları.
- Çamdereli, M. (2013). *Reklamın Görme Dediği*. İstanbul: Avrupa Yakası Yayıncılık.
- Dağtaş, B. (2009). *Reklam Kültür Toplum*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dyer, G. (2010). *İletişim Olarak Reklamcılık*. Çev., M. Nurdan Öncel Taşkiran. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Ekici K.M. ve Şahım T.Z. (2013). *Reklamcılık ve Propaganda*. Ankara: Yargı Yayınevi.
- Elden, M. (2013). *Reklam ve Reklamcılık*. İstanbul: Say Yayınları.
- Elden, M. ve Yeygel, S. (2006). *Kurumsal Reklamın Anlattıkları*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Elden, M. ve Ulukök, Ö. (2006). "Çocuklara Yönelik Reklamlarda Denetim ve Etik", *Küresel İletişim Dergisi*, (2).
- Erol, G. (2006). *Reklam ve Medya Planlaması*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Gülsoy, T. (1999). *Reklam Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Adam Yayınları.

- Kalan, Ö. G. (2010). "Reklamda Çocuğun Toplumsal Cinsiyet Teorisi Bağlamında Konumlandırılışı: Kinder' Reklam Filmleri Üzerine Bir İnceleme", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1 (38):75 - 89
- Kocabaş F. ve Elden M. (2004). *Reklamcılık Kavramlar, Kararlar, Kurumlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mangır, M ve Kandemir, F. (1993). "17 yaş grubu gençlerin kendini kabul düzeyini etkileyen faktörler". Aile ve Toplum Eğitim, Kültür ve Araştırma Dergisi, 1 (3): 50-57.
- Mutlu, E. (1994). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınevi.
- Özsoy, T. (2015). *Reklamı Okumak*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Öztürk, M. C. (2009). "Sosyal Boyutlu Reklamlar". Reklamların Toplumsal Yansımaları ve Yeni Reklam Biçimleri" İç. Der. Şahinde Yavuz. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Peltekoğlu, B. F. (2010). *Kavram ve Kuramlarıyla Reklam*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Pembecioğlu, N. (2006). *İletişim ve Çocuk İletişim Ortamlarında Çocuk ve Reklam Etkileşimi*. Ankara: Ebabil Yayınları.
- Taş, O. ve Şahim, T. Z. (2001). *Reklamcılık ve Siyasal Reklamcılık*. Ankara: Aydoğdu Ofset.
- Taşkın, E. ve Şahim, T. Z. (2007). *Reklamcılık*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Timisi, N. (1998). "Televizyonda Şiddet, Tüketim ve Çocuklar", Mediacat Aylık Pazarlama İletişim Dergisi, (40).
- Tokgöz, O. (1979). "Televizyon Reklamları ve Çocuklar". Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 34(1):93-110.
- Tungate, M. (2008). *Reklamcılığın Global Tarihi*. Çev., LeventGöktem. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Topçuoğlu N. (1996). *Basında Reklam ve Tüketim Olgusu*. Ankara: Vadi Yayınları.

Wernick, A. (1996). *Promosyon Kültürü Reklam İdeoloji ve Sembolik Anlatım*. Çev., OsmanAkinhay. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

EXTENDED ABSTRACT

Since the existence of human beings, it has been possible for an individual to be a part of society thanks to education. Education, which starts with socialization in the family, is a lifelong process. However, the quality, form and institutional structure of education varies from society to society and from period to period. For example, in traditional societies, education is a process that is passed down from generation to generation, and it contains more data about life. In these societies, only privileged segments could receive an organized and institutional education. In modern societies, just like many other institutions, education has been carried out in an institutional and organized structure under the control and control of the central authority. The main purpose of education in the modern world is to raise individuals with the qualities needed by the changing society. The type of society that emerged in the West after the second half of the 20th century, also known as the Postmodern or Information Age, required new educational approaches, approaches and tools.

Today's global world, where important changes and transformations are experienced, is connected with a communication and transportation network. For this reason, today is also called the communication age. Mass media play a very important role in connecting the world with a communication network. Today, mass media have an important effect on almost every area of life. In today's world where social change is very rapid, mass communication tools are almost the engine of this change and have a very important effect on the social structure. One of the most important reasons why the media has become so influential today is the intense use of images and visuals in the media. Today's world is defined with concepts such as the sign age or show society. Images or visuals have become indispensable phenomena encountered in almost every field of daily life. One of the areas where images and visuals are used is education. For example, mass media have become one of the most effective tools in the socialization process. It is seen that the use of images and visuals in formal education institutions is increasing day by day. Apart from the visuals in the textbooks, informative posters, films, visual course materials are educational tools that are frequently used in formal education. Because in the rapidly changing world, individuals' abilities and perceptions are also changing. Studies show that the effect of visibility on learning is increasing day by day. In this respect, it has become a necessity to use different visual tools in order to realize a more effective learning in formal education. One of these tools may

also have ads. Nowadays, it is not possible to avoid advertisements. Advertisements have become a normal part of daily life in almost every aspect of life and in different ways almost everywhere. There is hardly any other image that is so common in everyday life. It is not possible to avoid advertising in the streets, public transport, television, newspapers and magazines, cinema, radio and internet. The frequent and intensive use of advertisements increases their effects. However, advertisements are generally seen as a medium that gives only consumption-oriented messages. However, the messages of the advertisements are not only for consumption. Advertisements provide information on almost every subject, and develop attitudes and behaviors. For this reason, advertisements are also used for purposes such as raising public awareness, informing, and developing social responsibility. The use of such frequently used and effective advertisements in the field of formal education is also a situation that should be considered. Permanent learning and behavioral changes in education can be improved by using the power and effect of advertisements. Because the ads have remarkable and catchy features, the use of advertising in formal education can give very successful results. This study claims that advertisements can be an educational tool that can be used in formal education. This study makes theoretical explanations about why advertisements can be preferred as an educational tool and how they can be used, and offers various suggestions.

Advertisements, which have been used for commercial purposes for a long time to promote a product or service, have recently gained a social content and started to be used in the education of the society, attitude and behavior development. Ads have eye-catching and catchy features. For this reason, it is thought that the use of advertisements as an educational tool will be very important in terms of education. For this purpose, content suitable for all age groups and lessons should be determined and prepared by a group of experts. Displaying the ads in the classroom both attracts the attention of students and becomes more memorable. Advertisements, which can be particularly effective in conveying values, become an effective learning tool with their different expressions and attractiveness.

INDUSTRIAL REVOLUTION AND DEVELOPMENT AS A MODEL IN THE DEVELOPMENT OF TURKISH INDUSTRY DURING THE OTTOMAN EMPIRE AND THE FOUNDATION PERIOD OF THE REPUBLIC

Sefa Salih AYDEMİR*

Abstract

Before the Industrial Revolution, which is stated to have started in Great Britain in Europe in the 18th century, many social events occurred in different parts of the continent. As a result of these social events that lasted for at least two centuries, the capitalization process began, starting from the rural areas. As a consequence of the Industrial Revolution, searches for raw materials and markets and the competition in this field affected the Ottoman Empire the most. While the Ottoman Empire survived with traditional agricultural production methods until the 18th century, it was dragged into a state crisis after this date, especially due to the deterioration in the land regime and the lost wars. Being aware of the industrial movements in Europe, the Ottoman Empire gave priority to the fields of military industry. Established as the heir to the Ottoman Empire, the Republic of Turkey inherited an underdeveloped and economically bad legacy, whose industry was in the hands of non-Muslims. After the war of independence, the priority of Ghazi Mustafa Kemal and the founding staff was to catch up with the Industrial Revolution experienced in Europe and to establish a fully independent economy and a developed national industry despite all kinds of impossibilities.

Keywords: Europe, Industrial Revolution, Turkish Industry.



* Dr. Öğr. Üyesi, Adıyaman Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
saydemir@adiyaman.edu.tr

OSMANLI DEVLETİ VE CUMHURİYET'İN KURULUŞ DÖNEMİ TÜRK SANAYİSİNİN GELİŞMESİNDE MODEL OLARAK SANAYİ DEVRİMİ VE GELİŞİMİ

Öz

İngiltere merkezli olarak Avrupa'da 18. yüzyılda başladığı ifade edilen Sanayi Devrimi öncesi kıtanın farklı bölgelerinde birçok sosyal olaylar meydana gelmiştir. En az iki asır boyunca süren bu toplumsal olaylar sonucunda kırsal kesimden başlamak üzere kapitalistleşme süreci başlamıştır. Sanayi Devriminin bir sonucu olarak hammadde ve Pazar arayışları ve bu alanda yaşanan rekabet en çok Osmanlı Devleti'ni etkilemiştir. Osmanlı Devleti 18. Yüzyıla kadar geleneksel tarıma dayalı üretim yollarıyla ayakta kalırken, bu yüzyıldan sonra özellikle toprak rejiminde gözlenen bozulma ve kaybedilen savaşlar nedeniyle bir devlet krizine doğru sürüklenmiştir. Avrupa'da yaşanan endüstri hareketlerinden haberdar olan Osmanlı Devleti önceliği askeri sanayi alanlarına vermiştir. Osmanlı İmparatorluğunun varisi olarak kurulan Türkiye Cumhuriyeti, az gelişmiş ve sanayisi gayrimüslimlerin elinde olan ekonomik olarak kötü bir miras devralmıştır. Millî mücadele sonrası Gazi Mustafa Kemal ve kurucu kadronun önceliği, Avrupa'da yaşanmış olan Sanayi İnkılabını yakalamak, her türlü imkansızlığa rağmen tam bağımsız bir ekonomi ve gelişmiş bir milli sanayi kurmak olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Avrupa, Sanayi devrimi, Türk sanayisi.

1. GİRİŞ

The desire to possess and the lust for power have been described by Immanuel Kant as being incompatible with the natural. Although the lust for authority is contrary to the natural structure of the human being, it is such a strong impulse that this feeling is the first step in the transition from barbarism to civilization (Veysal, 2006). Until the utilization of money in the 7th century BC, inequality between social classes (nobles, craftsmen, peasants) was relatively avoidable. For example, in Athens, one of the ancient Greek city-states, the economic

imbalance between classes could somehow be prevented; as the nobles owning vast and fertile lands that were out of proportion to the peasant population allowed the peasants to obtain enough crops to survive in these lands and the surplus products were distributed to the peasants due to the inadequacy of accumulation technology (Goz, 2010).

With the introduction of money, the nobles converted their surplus products into money and kept them, which caused the peasants to lose significant income (Bonnard, 2004). Apart from this, the peasants who could not pay their debts due to the emerging interest system and the high interest on their debts lost their lands and became slaves over time (Okte, 2008).

Having lost all kinds of social security, the peasant class turned into political opposition and started rebellion movements in regions such as Megara and Samos (Savas, 2000). The main signs of industrial and commercial life in the 7th century BC emerged as the beginning of the money economy and slavery. Hence, the developing economic life has led to the emergence of a middle class (merchants, industrialists, sailors, workers, small craftsmen) between aristocrats and peasants. This middle class subsequently undermined the foundations of the Greek state and, in turn, the aristocratic structure. Upon the aristocrats' attempts to gain effectiveness in economic life, the middle class, with the support of the peasants, demanded some rights from the aristocrats. Thus, a class struggle began, just like in Rome (Mansel, 1984).

There was much in common in the formation of the slave states in Rome and Ancient Greece. In this era (6th century BC), the Romans lived in clans and tribes. The Roman community was formed by the union of these tribes. The administrative structure, consisting of the king, who is the head of the tribe, and the council of elders, transformed into the Senate over time. A significant part of the population remained outside this minority administration. These are

Industrial Revolution and Development As a Model in the Development of Turkish Industry During the Ottoman Empire and the Foundation Period of the Republic
 Gens, Clientes, and Plebs. Over time, these groups gained the right to be a soldier and to vote and obtained citizenship (Umur, 1982).

Civil conflicts such as the Solonian revolution in Ancient Greece* and that of the "Gracchus brothers" in Republican Rome† had an element of open class conflict, aimed not only at getting rid of oligarchic powers in the senate but also intending to remove the heavy debt burden on the farmer. As the Gracchus brothers demanded an equal distribution of land on behalf of the non-aristocratic masses and consequently gained the support of the people, they also tried to transform the city-states into a primitive kind of democracy. In their attempt to dominate the Plebeian assembly over the Senate, the Gracchus brothers were concerned only with the fate of republican Rome, not the general public. In fact, their local conflict had no effect on the periphery of Rome and beyond its satellite communities on the Italian peninsula (Umur, 1982).

Another rebellion during this period in Rome was the Spartacus uprising that started in 74 BC (Encyclopedia of Socialism and Social Struggles-STMA, 1988; Mitropolski & Zubritski, 2006). Here, too, the political power reacted violently through its armies by disregarding the social and economic status of the slaves, due to the incompatibility of its material interests with the peasants

* At the end of the 7th century BC, as the economy developed in the Attica region, whose capital was Athens, the power was passing to the prominent landowners. As this privileged group seized the best lands of Attica, the people were getting poorer. With change expanding, usury was emerging, debt enslavement was becoming common. At the beginning of the 6th century BC, serious conflicts arose among the enslaved people. In this case, the aristocracy had to compromise its rights. In 594 BC, Solon was elected archon and assumed the role of arbitrator to avoid conflict. The land mortgage was repealed, old debts were voided, and the indebted citizens were forbidden to be sold as slaves if they could not pay their debts (Mitropolski & Zubritski, 2006).

† The Gracchus brothers, Tiberius and Gaius, were martyred in ancient Rome for social reform. Tiberius was killed by the Roman Senate for trying to adapt the system to the lower classes by limiting the large farms of the upper-class Patricians and trying to make the so-called lower-class plebs compete with the patricians. Gaius and his entourage were also killed in 121 BC for the same reasons by the Roman senate, mostly patricians (Plutarkhos, 2001).

representing the political opposition (Westermann, 1955). The more universal demands of freedom would manifest themselves as social transitions and changes in the public consciousness over the course of centuries (Bookchin, 2012).

In medieval Europe, great migrations from the east and north severely shook life on the continent, and most communities gathered in armed forts or besieged areas. As a result, lifestyles based on hierarchical as well as class structures have been fixed into forms of static pyramids that will remain essentially unchanged for centuries. Social life was organized around self-sufficient mansions, where lords with innate social and economic privileges who held the land as vassals of higher lords to whom they were attached for reasons such as financial support, personal oath of loyalty, military service debt (Bookchin, 2012).

Serfs, family groups tied to the land in the villages, were neither slaves nor fully free. Besides allocating most of the crops they harvested from the land to local lords, serfs were also responsible for a large number of personal services, giving gifts to the manor on certain days, and arming when necessary. In return, the lords were obligated to protect them against all kinds of external dangers (Bookchin, 2012).

Local merchants, artisans, peasants, and serfs were intertwined, in self-discipline, in a world largely settled at the base of feudal society. Therefore, as in antiquity, social conflicts rarely spread out of isolated places until the middle of the Middle Ages (Bookchin, 2012).

However, since the 14th century, the development of urban life, opening of forested lands, end of great migrations, acceleration of trade changed the balance in favor of the ruling group, and a distinction was formed among the wealthy merchants and artisans according to their material assets. For Europe, the rise of Christianity has also been a unique ideological revolution. The

Industrial Revolution and Development As a Model in the Development of Turkish Industry During the Ottoman Empire and the Foundation Period of the Republic Church, which was a unifying force at first, began to reflect the emerging conflicts in exaggeration when the feudal society started to lose its power in this age (Bookchin, 2012; Kocadaş, 2021).

The first major eruption in the Late Middle Ages was the English Peasants' Revolt of 1381, led by Wat Tyler and John Ball.[‡] This period witnessed popular uprisings that were difficult to suppress, often beginning as direct attacks on the privileges of the Church. The plague epidemic, known as the Black Death, reduced the existing workforce and caused chronic peasant revolts intending to get better financial gain. With these movements, which reached dimensions that were almost never seen in previous periods of history, they were united against local governments and bishops in England, Bohemia, Germany, and France (Bookchin, 2012).

Table 1: Some Important Popular Movements in Europe from This Date to The French Revolution Are as Follows (Berce, 2003; Bookchin, 2012):

Origin	Name of the Revolt	Year
England	Lollard Movement	1384
Prague	Hussite Revolution	1419
Bohemia	Taborite Rebellion	1420-1434
Germany	Luther Reforms	1517-1521
Sweden	War of Independence: Gustavus Vasa	1523
Germany	Peasant Wars: Thomas Muentzer	1525
Germany	Muenster Rebellion: Leyden John, Jan Matthijs	1535
England	Tudor Rebellions	1553-1558

[‡] This uprising challenged not only the injustices of the time but also the literal privilege and hierarchical center of feudal society. In May 1381, peasants in northern London, armed with axes, bows, and arrows, revolted under the leadership of Wat Tyler. By seizing Canterbury, they freed John Ball from prison, who had previously been imprisoned by the government for his provocative speeches. On June 12, 1381, about 20,000 peasants gathered outside the city walls and requested a meeting with the 14-year-old King Richard II. After the king said that he accepted their demands and had them dispersed, he had the leaders of the uprising killed. This rebellion, which failed in terms of social revolution, enabled the abolition of the head tax in 1382 in order to prevent new uprisings (Gok, 2007).

France	French Civil War: Henry of Navarre	1562-1598
Holland	William the Silent Revolution	1572-1584
England	Scottish Reformation	1560
England	The Gunpowder Conspiracy: Guy Fawkes	1607
England	The Great Rebellion: Oliver Cromwell	1640-1660
England	Glorious Revolution	1688

These crisis periods in the Middle Ages; also witnessed creative social, economic, and technological developments that paved the way for the coming of the New Age. The collapse of the Eastern Roman Empire and the domination of Constantinople by the Ottoman Turks in 1453 caused a great impact and change in the fields of economy, culture, and religion in Europe (Cihangir, 2004; Alganer and Cetin, 2007). In this age, Protestantism began to spread rapidly in Europe, the unity of the church weakened, and with the Renaissance and Reform Movements, *the idea of the Christian Community left its place to the European States System based on the nation-state phenomenon* (Delanty, 2005; Halecki 2000).

The efforts to create unity in Europe gained momentum with the search for markets that increased as a result of the industrial revolution towards the end of the 18th century (Karluk, 2007). J.J. Rousseau[§] (1712-1778), one of the intellectual designers on this subject, argued that by establishing a supranational federal union in Europe, it would be possible to resolve the ongoing conflicts between states and to ensure peace. These ideas of his also constituted an important resource for the integration of today's Europe

[§] J.J. Rousseau, in the introduction of his work published in Amsterdam in 1761, titled "*Extrait de Projet de Paix Perpetuelle de M. L'Abbe de Saint Pierre, par J.J. Rousseau, citoyen de Geneve*", said regarding the project for the "European Union" that "**For the universal and permanent peace of humanity, there has never been such a great and beautiful project involving all the nations of Europe. It is not possible to find another writer who can reach the reality of this project...**" (Cited by: Yildirim, 2007; Yalvac 2007).

Industrial Revolution and Development As a Model in the Development of Turkish Industry During the Ottoman Empire and the Foundation Period of the Republic (Canbolat, 2007). At the end of the 18th century, Europe faced the French Revolution (1789-1795), one of the greatest and most influential revolutions in history (STMA, 1988; Hobsbawm, 2009).

The French Revolution has often been seen as the *par excellence* of revolutions. This interpretation was so entrenched in later revolutionary social thoughts that the French Revolution became a kind of template for subsequent revolutionary movements (Bookchin, 2012). The French Revolution began with an uprising neither of the peasantry nor the various bourgeois groups, but, ironically, of the nobility, whose financial situation was broken due to costly wars, internal consolidation, rising prices, excessive spending allocated to the privileged strata in the palace (Bookchin, 2012).

The driving forces of the French Revolution, on the other hand, were thanks to the extraordinary alliance of the urban bourgeoisie, which was uncomfortable with the aristocratic structure, and the peasant and the working-class that were crushed under heavy tax burden (Lee, 2004). In this sense, the most important power that achieved great success, that determined the outcome of the revolution, and that brought the age of feudalism to an end, was again the peasant class (Duman, 2008). As a far-reaching driving force devoid of organization, the peasant revolution in France also guided other social movements (Hobsbawm, 1998).

Liberalism has built its foundation on the nation-states that emerged with the collapse of the medieval order. Nation-states have taken the place of the universal Christian world over time (Akca, 2005 ; Cetin, 2002). The concepts of reason, rational individual, and nationality of a country have come to the fore (Aktan, 1995). The Declaration of Human Rights, which was announced during the American War of Independence (1775-1783) in the 18th century, and the French Revolution accelerated the liberalism process, and this wave spread all over Europe (Duman, 2008).

The Industrial Revolution (1750-1850), concurrent with the French Revolution, played an important role in the development of liberalism as well by providing the necessary structural and intellectual changes. This revolution also brought the bourgeoisie to power (Cetin, 2002).

The Industrial Revolution started for the first time in the world, in England, where there was a large capital increase thanks to the rapidly expanding international foreign trade volume, and the mechanization of the production stage with the contribution of technical inventions (Kucukkalay, 1997; Rostow, 1970; Hayes, 1939; Deane, 2000; Smith 2009; More, 2000). The revolution that started in England soon spread to America via Western Europe (Maillet, 1983; Pierce, 2005).

Despite its important benefits, the Industrial Revolution also led to social problems, as it created a working class that was unemployed, poor, working very cheaply and in bad conditions for very long periods in the background (Hobsbawm, 1999). The emergence of social movements in real terms started with the working-class movements organized as a consequence of the negativities brought by the Industrial Revolution (Onder, 2003). Competition, new colonial and permanent market searches for necessary raw materials; have led to civil wars and revolutions (Cetin, 2002). The environment of social turmoil, which continued for more than 100 years, was institutionalized and settled with the industrial society and new social strata that emerged after a while with structural changes.

Table 2: Effects of the Industrial Revolution.

Industrial Revolution	
Intellectual Dimension (Aron; 1974)	Economic and Social Dimension (Hamitogullari, 1986)
Change in the understanding of time and space	The rapid increase in technical inventions
Change in the perspective of nature and human	Population explosion

Industrial Revolution and Development As a Model in the Development of Turkish Industry During the Ottoman Empire and the Foundation Period of the Republic

Tendency to material gains	Overproduction increase in the agricultural field
Rationalism	Immigration to the cities
Individualism	Labor force growth and falling wages
	New inventions and expanding trade
	Europe's enrichment

In the new social structure that emerged with the Industrial Revolution, the bourgeoisie came out stronger and adopted the understanding of the state that would strengthen itself and keep itself strong (Cetin, 2002). The bourgeoisie tried to spread the freedoms brought by the industrial revolution, such as private property and free enterprise, in every field. Consequently, free enterprise and capitalization, along with other developments, caused liberalism to settle on an economic platform (Sattrk, 1994).

Industrial capitalism replaced commercial capitalism, and a revolution begun in social and economic relations as well. In this environment, employers and working classes emerged with new statuses, and great economic imbalances occurred between classes (Selik, 1998; Kocadaş, 2010a). With the mechanization, a large fraction of the workers became unemployed, and as a consequence of impoverishment, various reactive rebellions took place against new technologies. European countries have tried to solve the shortage of raw materials for the industry with new colonial searches and new wars. All of these developments in the transition process from an agricultural society to an industrial society have led to new social events, revolutions, civil wars, and constitutional movements aiming to change the system (Cetin, 2002).

After each revolution that made a breakthrough in the conflicts between classes, the repressive nature of state power became more and more evident (Kocadaş, 2010b). After a real bourgeoisie revolution (Hobsbawm, 2009) that started in France on July 27, 1830, which led to the establishment of a liberal

monarchy as a result of the abolition of the Bourbon dynasty and its replacement by the Orleans dynasty (STMA, 1998), the working class would become the main actors of social mobility in Europe and would be the driving force for the next revolutions (STMA, 1998).

The revolutions of 1830 and 1848, which are called the birth pains of the working class, passed into history as *early working-class revolutions* as much as they appeared as *late bourgeois revolutions*. The shape of politics in Europe changed between 1830 and 1848 with industrial working-class movements. Great strike movements emerged in England as of the 1820s. In 1934, the “Great National Union” was established, which would gain a great reputation among the working class (Alatli, 2010; STMA, 1998; Tek, 1996). In 1842 there were mass strikes. In 1847 the government passed the 10-hour workday law due to intense pressure from the workers. At the same period, in 1831 and 1834, there were strikes and mass workers' revolts against the government among thread choosers from Lion in France. Also, between 1832 and 1834, Parisian workers joined the uprising (Tilly, 2008).

Table 3: Industrialization Period Strike Waves in the US and Continental Europe (Bush, 2008):

Place	Growing Discontents and Years of Strike
France	1893 (1879-1880)
Germany	1888-1889 (1883-1889)
Great Britain	1888-1892 (1889 Shipyard Strike)
Sweden	1890-1891
USA	1886-1887, 1894 (1880s)

Although they were confused about how to do this, the proletariat, which sought to abolish the antagonism between the capitalists and the workers,** posed a danger to the institutional order only because of their will and their

** Proletariat; lower social class, working-class, people belonging to this class (Engels, 2003).

Industrial Revolution and Development As a Model in the Development of Turkish Industry During the Ottoman Empire and the Foundation Period of the Republic armedness. The 1848 revolution, which took place in an environment where the most broad-based mass unrest of the 19th century came to light, also witnessed the street war of the workers due to the crisis between the government and the opposition (Parker, 2003). The ruling republican bourgeoisie tended to eliminate the more threatening and armed workers (Marx, 1997). Based on these views, it can be said that the increase in this militant attitude in workers' actions also affected some radical organization members and intellectuals. The working class was perceived by socialist intellectuals as the greatest force with the potential to change society. Some theorists began to articulate the emancipation of the working class through its own action. Among them, the writings and ideas of the German philosopher Karl Marx positioned the working class at the center of socialist thought.

1.1. Effect of the Industrial Revolution on Ottoman Empire and the Republic of Turkey

The Ottoman Empire, whose economy and production system started to deteriorate in the 17th century due to the deterioration of the land regime and the long-term wars lost, remained far from the capitalist transformation in Europe during this period. (Erdem, 2016). As of the 19th century, the competitive sphere of influence of the industrial revolution spread to the lands of the Ottoman Empire, and economically it came under the hegemony of industrial capitalism. Going under the influence of the industrial revolution, the development line in the country had been different from Europe. While a course was followed from agricultural and brute-force-based production to mechanization in Europe, this situation developed differently in the Ottoman Empire. While large and small industrial enterprises in Europe were established in fields that concern the needs of all areas of daily life, especially textiles, they were built only to meet the needs of the army in the Ottoman Empire at first

and for a long time (Koktas & Golcek, 2016). The Ottoman Empire was not completely far from the latest industrial developments in Europe. In the face of the developments, it determined its priority towards meeting the basic needs of the army (Sahin, 2019). However, over time, new enterprises started to operate in different sectors depending on the need.

Table 4: The First Industrial Enterprises Established During the Ottoman Empire (Bozdemir, 2011; Erdem, 2016).

Service Area	Facility Name	Foundation Year
Defense Industry	Istinye Shipyard	1856
	Cebehane-i Amire (War Ammunition Manufacturing)	1868
	Kayseri Saltpeter Factory	1891-1892
	Konya Saltpeter Factory	1896
Textiles and Apparel	Eyup Spinning Factory	1827
	Feshane-i Amire (Imperial Fez Factory)	1839
	Islimye Broadcloth Factory	1830
	Islimye Serge Factory	1840
	Hereke Fabrika-i Hümayunu (Hereke Imperial Factory)	1843-1845
	Izmit Broadcloth (Wool Fabric) Factory	1844
	Hereke Broadcloth Factory	1845
	Bursa Silk Factory	1846
	Izmir Muslin Painting and Printing Factory	1847
	Bakirkoy Cloth Factory	1850
	Izmir Fabric Factory- Basmahane (cloth printing)	1861
	Kula Textile	1866
	Kirkagac Ginning Factory	1876
	Izmit Silk Factory	1880
Adana National Textile Factory	1907	
Electricity Generation	Dolmabahçe Gashouse	1853
	Beylerbeyi Palace Gashouse	1862
	Yedikule Gashouse	1880
	Kadikoy Hasanpasa Gashouse	1891
	Silahtaraga Power Plant	1910-1913
	Uskudar Electricity Factory	1911
Machinery and Metal	Zeytinburnu Iron Factory	1843
	Yedikule Railway Factory	1843

	Eskisehir Railway Construction Factory	1894
	Sakir Zumre Stove Factory	1918-1923
	Zeytinburnu Mauser and Cartridge Factory	1902
	Zeytinburnu Acid and Ether Factory	1902
	Zeytinburnu Chemical Factory	1902
Chemistry	Beykoz Paper Factory	1804
	Pasabahce Sole Trade Spirits Factory	1822
	Izmir Oil Factory	1850
	Beykoz Spermecet (Wax Oil) Factory	1863
	Second Izmir Oil Factory	1870
	Tannin (Acid) Factory	1891
	Kucukcekmece- Ottoman Matches Factory	1898
	Galata Yuksek Kaldirim Battery Factory	1917
Tiles and Ceramics	Beykoz Tile Factory	1845
	Yildiz Tile Fabrika-i Humayunu (Imperial Tile Factory)	1890-1892
Leather and Shoes	Beykoz Leather and Shoe Factory Ottoman	1812
	Ittihat Saraclik Joint Stock Company	1913
	Beykoz Shoe Factory	1884

The attempts of the Ottoman Empire to take action, albeit late, to keep up with the industrial revolution in Europe and to open new businesses by the state or by private enterprise, has faced harsh reactions from time to time among the domestic public and especially among the workers who feared that they would lose their jobs due to the increasing mechanization, similar to its first examples in Europe (Bulbul & Ozbay, 2007).

The Turkish Republic, which won the struggle for existence starting in 1919 and lasted until 1923, with military victories under the leadership of Mustafa Kemal, and which was wanted to be newly established according to the new administrative methods, gave importance to economic independence as much

as political independence. In order to revive the collapsed economy, which was inherited from the Ottoman Empire and was generally in the hands of foreigners or non-Muslims, and to bring it to the level of civilization, activities started immediately. Organizing an economics congress in Izmir as the first thing before the signing of the peace treaty that will end the war and even before the proclamation of the Republic, which will become the administrative regime of the country in the future, shows the great importance given by the founding staff to the economy. In the congress, the 12-item "Pact of Economics", which shapes the country's forward-looking economic roadmap, was accepted. For the national economy and national industry, the first bank of Turkey was established in 1924, and the Law for the Encouragement of Industry was enacted in 1927 (İlkin, 2012).

In the first years after the proclamation of the Republic, it is necessary to examine the state's industrial development and economic development activities in two periods. In the first years of the Republic, the state wanted to develop the industry with capitalist capital under the leadership of European-style private enterprise. However, after the world economic crisis that developed on a global basis in 1929, the private enterprise's investments were insufficient, and the state-centered industrialization period began until the 1950s (Asiliskender, 2009). Only after 1980 in Turkey, with the privatizations that took place under the administration of Turgut Ozal, the influence of the state on the economy was tried to be reduced, and in the meanwhile with the incentives given, it was tried to make the private sector play a dominant role in the industry, and to move to a capitalist free-market economy.

2. CONCLUSION

During the establishment of the Republic of Turkey, not only the political independence but also the desire to achieve full independence in the economic

Industrial Revolution and Development As a Model in the Development of Turkish Industry During the Ottoman Empire and the Foundation Period of the Republic field was one of the priority issues. Just as the management systems of European countries that reached the level of civilization were taken as a model while creating the new state system, the capitalist economic system based on heavy industry in Europe was taken as a model for the industrialization move to ensure economic development. However, Europe was able to become capitalist as a result of a troubled Industrial Revolution process in the social field with many rebellions, strikes, and boycotts that lasted for long years. Turkey, on the other hand, tried to integrate its economic system with Europe in the last periods of the Ottoman Empire, yet it did not experience most of the processes that took place there, especially in the social field. As the Republic of Turkey approaches the 100th anniversary of its establishment, it still cannot fully realize its industrialization move, and despite the decisions that cause crises in the business world and social areas from time to time, it yet continues its search for development in the field of industry and technology, especially with a higher acceleration after the 1950s.

REFERENCES

- Akça, G. (2005). "Postmodernite ve Ulus Devlet". Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 7(2): 232–257.
- Aktan, C. C. (1995). "Klasik Liberalizm Neo-Liberalizm ve Libertarianizm." Amme İdaresi Dergisi. 28(1): 3–30.
- Alatlı, A. (2010). *Batıya yön veren metinler*. (Cilt 4). İstanbul: İlke Eğitim ve Sağlık Vakfı Yayınları.
- Alganer, Y. & Çetin, M. Ö. (2007). "Avrupa'da Birlik ve Bütünleşme Hareketleri (I)". Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. 23(2): 285–309.
- Aron, A. (1974). *Sanayi toplumu*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.

- Asiliskender, B. (2009). "Cumhuriyet Sonrası Kalkınma Hareketi Olarak Sanayileşme ve Mekânsal Değişim". *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*. 7(13): 153-169.
- Berce, Y. (2003). *Modern Avrupa'da ayaklanmalar ve devrimler xvi-xviii yüzyıllar*. (M. Cedden, Çev.) Ankara: İmge Yayınları.
- Bush, C. M. (2008). "Reformcular Ve Devrimciler: Sistem Karşıtı Hareketlerin Yükselişi ve İktidar Paradoksu 1848-1917". İçinde W. G. Martin (Eds.) *Toplumsal Hareketler (1750-2005)*. (ss. 87-140). İstanbul: Versus Yayınları.
- Bülbül, Y. & Özbay, R. D. (2007). "Osmanlı İmparatorluğu'nda Teknolojiye Karşı Direncin İktisat Tarihi". *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*. 9(4): 19-41.
- Bonnard, A. (2004). *Antik Yunan uygarlığı I*, (K. Kurtgözü. Çev.) İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- Bookchin, M. (2012). *Köylü isyanlarından Fransız devrimine*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Bozdemir, M. (2011). *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e endüstriyel mirasımız*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Canbolat, İ. (2007). "Avrupa Birliği'nin Kuruluş Felsefesi ve Yeni Avrupa'nın Yapılanması". İçinde E. Efeğil & M. S. Erol (Eds.) *Türkiye-AB İlişkileri, Avrupa'nın Genişlemesi, Müzakere Süreci ve Batılılaşma Sorunsalı*. (ss. 9-26). Ankara: Orion Yayınları.
- Cihangir, F. (2004). "Bati'nin ve Batılılaşmanın Yeni Yüzü". *Köprü Dergisi*. 85(2): 29-58.
- Deane, P. (2000). *İlk sanayi inkılabı*. (T. Güran, Çev.) Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Delanty, G. (2005). *Avrupa'nın icadı*. (H. İnaç, Çev.) Ankara: Adres Yayınları.
- Duman, M. Z. (2008). "Fransız Devriminin Politik Sonuçları Ve Tocqueville'in Devrime İlişkin Görüşleri". *Sosyoloji Dergisi*. 19, 104-119.

- Erdem, E. (2016). "Sanayi Devriminin Ardından Osmanlı Sanayileşme Hamleleri: Sanayi Politikalarının Dinamikleri ve Zafiyetleri". Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 48(2): 17-44
- Gök, A. K. (2007). "Vergi Direncinin Gelişimi". Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. 22(1): 143-163.
- Göz, A. (2010). "Eski Yunan'dan Sanayi Toplumuna Siyasal İktidar-Siyasal Muhalefet İlişkilerinden ve Bu İlişkilerin Sonuçlarından Örnekler". Yerel Siyaset Dergisi. 4(42): 77-80.
- Halecki, O. (2000). *Borderlands of western civilization: a history of east central Europe*. Simon Publications.
- Halis Çetin, H. (2002). "Liberalizmin Tarihsel Kökenleri". Çukurova Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi. 3(1): 79-96.
- Hamitoğulları, B. (1986). *Çağdaş iktisadi sistemler*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Hayes, C. (1938). *İngiltere'de sanayi inkılabı*. (Ö. M. Doğrul, Çev.) İstanbul: Tan Evi Cep Kitapları Serisi.
- Hobsbawn, E. J. (1998). *Devrim Çağı (1789-1848)*. (B. S. Şener, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Hobsbawm, E. J. (1999). *İmparatorluk çağı, 1875-1914*. (V. Aslan, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Hobsbawm, E. J. (2009). *Fransız devrimine bakış*. (O. Akınbay, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı Yayınları.
- İlkin, A. (1970-71). "Türkiye'de Sanayi Politikası (1923-1973)". İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası. 30(1-4): 377-423.
- Karluk, R. (2007). *Avrupa Birliği ve Türkiye*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kocadaş, B. (2010a). "Küreselleşme Tehdidi ve Türkiye". İçinde M. Talas, B. Kara (Eds.). Dünden Bugüne Küreselleşme Yerelleşme ve Türkiye. (ss. 157178-293). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kocadaş, B. (2010b). *Toplum toplumsal yapı ve kurumlar*. İstanbul: Doğu Kütüphanesi.

- Kocadaş, B. (2021). "Kent(Leşme) Suç Ve Sapma". İçinde Ü. Şentürk (Eds.). Kent Sosyolojisi Üzerine Senfonik Okumalar. (ss. 271-293). Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Köktaş, M. K. & Gölçek, A. G. (2016), "Endüstri Devrimi ve Osmanlı İmparatorluğu: Askeri Fabrikalaşma Örneği". Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(4): 95-105.
- Küçükcalay, M. (1997). "Endüstri Devrimi Ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi". Süleyman Demirel Üniversitesi (SDÜ), İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) Dergisi, Sayı 2(2): 51-68.
- Lee, S. L. (2004). *Avrupa tarihinden kesitler 1789-1980*. (S. Aktur, Çev.) Ankara: Dost Yayınları.
- Maillet, M. (1983). *İktisadi olayların evrimi*. (E. Tokdemir, Çev.) İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Mansel, A. F. (1984). *Ege ve Yunan tarihi*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Marks, K. (1997). *Fransa'da iç savaş*. (K. Somer, Çev.) Ankara: Sol Yayınları.
- Marks, K. & Engels, F. (2003). Komünizmin ilkeleri. *Seçme Yazılar*. (Cilt I). (M. Ardos vd. Çev.). Yer Belirtilmemiş: Eriş Yayınları.
- Mitropolski & Zubritski, Y. & Kerov, V. (2006). *İlkel topluluk, köleci toplum, feodal toplum*. (S. Belli, Çev.) Yer Belirtilmemiş: Eriş Yayınları.
- More, C. (2000). *Understanding the industrial revolution*. **London**: Taylor & Francis Group.
- Ökte, K. S. (2008). "Antik Çağda İktisadi Düşünce". Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. 7(27): 37-62.
- Önder, T. (2003). *Ekoloji, toplum ve siyaset*. Ankara: Odak Yayınevi.
- Parker, D. (2003). *Batıda devrimler ve devrimci gelenek 1560-1991*. (K. İnal, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Pierce, A. (2005). *The industrial revolution*. ABDO Publishing Co.
- Plutarkhos. (2001). *Gracchus Kardeşler*. (S. Sandalcı, Çev.) İstanbul: Belge Yayınları.

Industrial Revolution and Development As a Model in the Development of Turkish Industry During the Ottoman Empire and the Foundation Period of the Republic
 Rostow, W. W. (1970). "Sanayi Devrimi Nasıl Başladı". İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası. 30(1-4): 255-278.

Savaş, V. F. (2000). *İktisadın tarihi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Selik, M. (1998). *İktisadi doktrinler tarihi*. İstanbul: Gerçek Yayınları.

Smith, N. (2009). *The industrial revolution*. London: Evans Brothers Lt.

Stark, (1994). *İktisadi düşünce ve toplumsal gelişme*. (M. Özel, Çev.) İstanbul: İz Yayınları.

Sosyalizm ve Toplumsal Mücadeleler Ansiklopedisi. (1988). (Cilt 8, S.2506-2507). İstanbul: İletişim Yayınları.

Şahin, R. (2019). "Sanayi Devrimi Osmanlı İmparatorluğu'nda Neden Başlamadı?" Business, Economics and Management Research Journal – BEMAREJ. 2(1): 1-16.

Tek, Ü. (1996). "Avrupa Birliğinde Sendikalar". Ekonomik Yaklaşımlar Dergisi. 7(20): 49-76.

Tilly, C. (2008). *Toplumsal hareketler 1768–2004*. (R. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Babil Yayınları.

Umur, Z. (1982). *Roma Hukuku*. İstanbul: Fakülteler Matbaası.

Veysel, Ç. (2006), *Savaşın felsefesi*. İstanbul: Etik Yayınları.

William L. Westermann, W. L. (1955). "The Slave Systems of Greek and Roman Antiquity". The American Philosophical Society. 50-55.

Yalvaç, F. (2007). "Rousseau'nun Savaş ve Barış Kuramı: Adalet Olarak Barış". Uluslararası İlişkiler Dergisi. 4(14): 121–160.

Yıldırım, E. (2007). *Avrupa Bütünleşmesinin Düşünsel Temelleri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GENİŞ ÖZET

Giriş: 18. yüzyıldan İngiltere’de başlayarak Avrupa’ya yayılan Sanayi Devrimi, 19. ve 20. Yüzyıl dünya tarihi içerisinde devletler arası ilişkileri belirleyen, sosyal, ekonomik ve siyasal sonuçları olan en önemli toplumsal olaydır. Artan makinalaşma ile birlikte artan üretimin pazarlanması ve hammadde arayışları devletlerarası yeni rekabet sahalarına neden olmuş, bu rekabetler sonucu çıkan çıkar çatışmaları nedeniyle çıkan savaşlarda yeni devletler kurulmuş, yeniden sınırlar çizilmiştir. Osmanlı Devleti’nde bu yeni dünya düzeninin kurbanı olmuştur. Kaybedilen savaşlar sonucu iyice zor duruma düşen devlet, ilk önce askeri alanda olmak üzere yeni üretim alanları kurmaya çalışarak Sanayi devrimine ayak uydurmaya çalışmıştır. Osmanlı Devleti’nin yıkılması sonrası Lozan Antlaşması ile kurulan Türkiye Cumhuriyeti endüstriyel kalkınmayı ve tam ekonomik bağımsızlığı, siyasi bağımsızlık kadar önem vermiş ve ilk andan itibaren ülkede bir sanayi atılımı/devrimi yapılması gayretine girişilmiştir.

Metot: Bu araştırmanın amacı, önce Osmanlı Devleti son dönemlerinde ve sonradan da Türkiye Cumhuriyeti’nin ekonomik olarak kalkınma modeli olarak seçtiği sanayi inkılabına ilham veren Avrupa’daki Sanayi devriminin oluşumu, gelişimini ve Türkiye’ye yansımalarını ortaya koymaktır. Bunun için ilgili literatür taranmış ve belgeler toplanmış, ilgili araştırmalar elde edilmiş, çeşitli kaynaklarda yayınlanan makaleler ve kaynaklar incelenmiş ve elektronik ortamda yer alan metinlerden yararlanılmıştır.

Bulgular (Sonuçlar): Avrupa’da sanayi Devrimi birden ortaya çıkmamıştır. Uzun yıllar süren bir toplumsal hareketliliğin sonucudur. Özellikle 15. Yüzyıldan itibaren kent yaşamının gelişmesi ve buna bağlı olarak ticaretin gelişmesi sonucu sosyal yapı ve kilise gibi iktidarları etkileyen güç odakları değişmeye başlamıştır. Bu değişim uzun ve çoğu zaman da halk ayaklanmaları sonucu olmuştur. Özellikle yeni keşfedilen coğrafyalardan gelen sermaye ve hammadde bolluğu Avrupa’daki ticaret ortamını daha da değişikliğe uğratmıştır. Üretimde makinalaşmanın başlaması ile birlikte kötü koşullarda çalışmanın getirdiği zorluklar işçi sınıfının doğuşunu hazırlar iken, öbür taraftan da hammadde arayışları, sert rekabet ve kalıcı Pazar arayışları ulus devletler haline dönüşmeye başlayan Avrupa’da devrimlere ve büyük savaşlara yol açar. Bu rekabet ortamından, pazar ve hammadde rekabetinden en çok etkilenen ülkelerden birisi de Osmanlı Devleti ve yerine kurulan Türkiye Cumhuriyeti’dir.


Sonuç ve Tartışma: İngiltere’de başlayarak kısa sürede tüm Avrupa’ya yayılmaya başlayan makinalaşma ve endüstrileşme, bu bölgede uzun süreli yaşanmakta olan bir toplumsal dönüşümün sonucudur. Avrupa’da kilise ve yönetici soylu kesimin iradesi dışında tabandan yükselen bir değişimin ve dış konjonktürün olumlu yansımalarının sonucudur. Avrupa’daki ekonomik gelişmelerin sonucunda yaşanan atılımı yakalamak isteyen Osmanlı Devleti, son dönemlerinde ve akabinde kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk yıllarında artan sanayileşme gayretleri, tabandan gelen bir toplumsal dönüşümün doğal sonucu olmaktan ziyade, halkın başat olmadığı, yönetici elit kesimlerin yönlendirmesi sonucu gerçekleştirilmeye çalışılan bir tavan hareketidir.

Anadolu’da da toprak sisteminin bozulması ve kaybedilen savaşların ağır maliyetleri sonucu ekonomik olarak gerileyen toplumda zaman zaman düzene karşı başkaldırı girişimleri olmasına karşın, bunlar hiçbir zaman ekonomide bir liberalleşme veya kapitalist sistemin gelişmesine, ticari faaliyetlerin artmasına yol açacak sonuçları olmamıştır. Osmanlı Devleti Avrupa’da yaşanan gelişmelerden geri kalmamak üzere devlet eliyle önce askeri alanlarda sanayi tesisleri kurmaya başlamıştır. Zamanla az da olsa sayıları artmaya başlayan fabrikalar ise genelde yabancıların veya gayrimüslimlerin elindedir.

Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk yıllarında hükümetler ekonomik bağımsızlık ve sanayinin gelişmesi konuları üzerinde ciddiyetle durmuştur. Kurtuluş mücadelesinin askeri neticesi kesinleşmiş ancak daha devletler arası kalıcı bir barış antlaşması imzalanmadan, devletin yönetim ve siyasi yönü tam netleşmemişken düzenlenen İktisat kongresi ile yeni yönetim sanayileşme ve kalkınmaya verdiği önemi göstermekteydi. Buna göre hammadde ülke sınırları içinde olan sanayi kuruluşları acilen kurulacak, geleneksel yöntemlerle üretim yapan küçük sanayi işletmeleri makine üretimine yönlendirilerek fabrikalaşmaları özendirilecek, bunu gerçekleştirmek için ucuz kredi sağlayacak milli bankalar kurulacak, sendikalaşmaya müsaade edilerek işçilerin haklarının da korunması gibi ekonomide Avrupai tarzda liberal bir dönüşüm sağlanmak isteniyordu. Türkiye Cumhuriyeti, Osmanlı Devleti’nden devralınan sınırlar içinde ülkede kurulu sanayi tesislerinin sahipleri olan yabancı veya gayrimüslimlerin mallarına el koymak yerine, kanunlara uymaları şartıyla ticari faaliyetlerde bulunmalarını teşvik etmişti. Bu sayede ülkede özel teşebbüsün ve ticari faaliyetlerin artması hedeflenmekteydi.

Bu dönemde endüstriyel alanların gelişmesi için Osmanlı Devleti’nden farklı ve Avrupa’dakine benzer şekilde ekonomi de toplumun aktif rol alması istenmiş, özel teşebbüsün güçlendirilmesi yoluyla gelişim modeli benimsenmişti. Ancak 1929 yılında yaşanan ekonomik kriz nedeniyle hükümetler mecburen kamunun liderliğini yaptığı, devletin çeşitli illerde farklı fabrikalar açması yoluyla

sanayileşmeye çalışılmıştır. Bu nedenle ülke bütçesinin elverdiği ölçüde ülkenin çeşitli bölgelerinde yetiştirilen ürün veya bulunan hammaddeye göre o civarda devlet eliyle çeşitli büyük fabrikalar açılmış hem bölgesel kalkınma ile ticari faaliyetleri arttırma hem de yörede yaşayan insanlara yeni iş kapıları oluşturma gayretine girilmişti. Bu durum uzun süre bu şekilde devam etmiş, 1950'li yıllarda biraz ivme kazanmış ancak sanayileşmede yerlilerin özel sektörlere girişi ve istendik şekilde ön plana çıkmaya başlaması, özelleştirmelerin arttığı 1990'lı yılları bulmuştur. Avrupa'da yaşanan sanayi devriminin öncesi ve sonrasına benzer şekilde halkın ticari faaliyetlerde başat rol oynamaya başlaması ile Avrupa'daki kadar geniş katılımlı ve uzun bir süreç sonu olmasa da Türkiye'de devlet tarafından olduğu kadar halk tarafından da sanayileşmenin önemi kavranmıştır.

	SOSYOLOJİK DÜŞÜN e-ISSN: 2587-2699
	Cilt: 6 Sayı: 1 Haziran 2021 Yayın Geliş Tarihi: 02.05.2021 Yayına Kabul Tarihi: 30.06.2021 DOI Numarası: https://doi.org/10.37991/sosdus.931696 Orcid: 0000-0002-7384-0997

AKADEMİSYENLERİN “SERBEST ZAMAN YOKSUNLUĞUNA” ETKİ EDEN UNSURLAR: DÜZCE ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ


Metin KILIÇ*

ÖZ

Serbest zaman ihtiyacı gündelik yaşamda her geçen gün etkisini artırırken insanlar bu denli önemli bir zamanı elde ettiklerinde anlamlandırmakta güçlükler çekmektedirler. Ekonomik, kültürel ve sosyal sermayelerin yoğun etkisine maruz kalan günümüz insanının en zor elde edip en kolay vazgeçebileceği zaman da kuşkusuz serbest zamandır. Bu açıdan çoğu çalışma serbest zaman kazanımlarından bahsederken, bu çalışmada madalyonun diğer tarafından bakarak serbest zaman yoksunluğunun nasıl üretildiği sosyal sınıf bağlamında anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Araştırma nicel araştırma yöntemine göre üniversitede çalışan 422 akademisyen üzerinden geliştirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında serbest zaman değerlendirme pratiklerinin statüye göre teşekkül ettiği ve daha çok kariyer planlaması bağlamında serbest zaman etkinliklerine yönelim olduğu görülmüştür. Akademik camia için kariyer planlaması serbest zamanın sınırlarını ortadan kaldıran ve serbest zaman yoksunluğuna neden olan bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Serbest zaman, Boş zaman, Rekreasyon, Statü, Kariyer

*  Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
metinkilic@duzce.edu.tr

FACTORS AFFECTING ACADEMICS' "LEISURE TIME DEPRIVATION": THE CASE OF DÜZCE UNIVERSITY

ABSTRACT

While the need for leisure time increases its impact in daily life, people have difficulties in making sense of such an important time. Undoubtedly, leisure is the time that can most difficult be obtained but easily abandoned by today's people exposed to the intense influence of economic, cultural, and social capitals. In this respect, while most studies focus on leisure time gains, in this study, the attempt is to make sense of how leisure time deprivation is produced in the context of social class by looking at the other side of the coin. Quantitative research was conducted with 422 academics working at the university. In the light of the data obtained, it could be seen that leisure time activities are formed according to status, and there is a tendency to leisure activities in career planning. Thus, career planning emerges as a phenomenon that removes leisure time boundaries for the academic community and leads to leisure time deprivation.

Keywords: Leisure, Free time, Recreation, Status, Career

1. Giriş

Toplumların dinamik yönüne karşılık gelen niteliğinden ötürü, birçok bilim dalının araştırma konusu olan serbest zaman, o kadar çok farklı biçimlerde çalışılıp incelenmiştir ki, gerçekten de insan onun kadar üzerine yazılıp çizilen başka bir konu olup olmadığından şüphe etmektedir (Öztürk, 2019). Yapılan araştırmalarda, çalışma/iş zamanı her daim sosyal sınıf, cinsiyet, yaş gibi değişkenlere bağlı olarak önemini korumuştur. Çalışma zamanının karşısında yer alan boş zamanın içerisinde var olan serbest zaman; kimi zaman işe hazırlayan, kimi zaman çalışmaktan üstün olan, kimi zaman insanı tembelleştiren, kimi zamanda kapitalist üretime hizmet eden bir zaman olarak yeniden üretilmiştir. Günümüzde ise kurumsal bir yapıya bürünen serbest zamanı insanın kendisini yenilemesine ve yaşam kalitesini arttırmasına imkân tanıyan "değerli zaman" olarak kavramsallaştırmak mümkündür. Değerli zaman olarak atfettiğimiz serbest zamanın boş zamandan farklı ve boş zaman içerisinde kendisini üreten bir üçüncü zaman olduğunu gözden kaçırmamak gerekir (Kılıç, 2020).

Bu üçüncü zamanın sosyolojik bağlamda üretimi kadar tüketimi de günümüzde önemlidir. Makro seviyede serbest zaman toplumunun olabilirliği tartışılırken mikro seviyede de aktörlerin hiç bugün ki kadar serbest zaman ihtiyacı doğmamıştır. Çalışmak kadar hayati öneme sahip olan serbest zaman modernleşmeye bağlı olarak kendini yeniden üretirken serbest zaman yoksunluğu da kendini yeniden üretmektedir. Serbest zaman yoksunluğu, serbest zamanın tüketimi ile doğrudan ilişkilidir. Yaşam tarzını tüketimle özdeşleştiren Paterson’ın (2006), *Tüketim ve Gündelik Hayat* kitabında, tüketimin insanın kendini ifade etmesi olarak görmesi de serbest zaman tüketiminin soyut bir göstergesidir. Serbest zaman tüketimi bu anlamda kültürel bir tüketime dönüşürken, bireylerin statülerine göre değerlendirilmesi gerekir. Serbest zaman ve statü ilişkisi incelendiğinde, sosyoloji literatüründe statü özellikle tabakalaşma tartışmalarında sınıf kavramı ile karşılıklı olarak ele alınır (Olgun, 2019). Bauman’a (2012) göre; üst sınıfa mensup insanları gelecekleri kadar geçmişlerinden de tamamen yalıtılmış olan ve birbiri ardına sıralanan anların içinden geçerek, daimi bir şimdi de yaşarlar. Bu insanlar hep meşguldür. Daima “zaman darlığı” çekerler; çünkü zamanın her bir anı, uzantısı olmayan bir parçadır. Bu ağızına kadar dolu zaman deneyimine özdeş bir deneyimdir. Karşı dünyanın (alt sınıfın) kara kara düşünen umutsuz insanları ise bol, gereksiz, boş ve içini dolduracak hiçbir şeye sahip olmadıkları zamanın yükü altında ezilirler. Onların zamanında, hiçbir şey olmaz. Onlar zamanı kontrol etmezler. Zaman onları yavaş yavaş öldürürken, yapabilecekleri tek şey zaman öldürmektir. Yine benzer argümanı savunan Bourdieu’ya (2016) göre de; zamanlarının bir değeri olmadığı için mülkleri eksik, zamanları fazla olan-proleterlerin aksine, işkolek yöneticilerin mülkleri fazla, zamanlarıysa olağanüstü eksiktir. Csikszentmihalyi’e (2018) göre de zor elde edilen serbest zamanlarından zevk almaları gerekirken insanlar genelde şaşırtıcı derecede kötü bir ruh halinde olduklarını söylerler; ama daha fazla serbest zaman istemeye devam ederler. Sınıfsal olarak ortaya

konulan serbest zaman kullanımı farklı sınıfların serbest zaman yoksunluğunu net bir şekilde göstermektedir. Toplumsal sınıf ayrımları gözetildiğinde çalışmaktan yoksun olan ve çok çalışan insanların serbest zamanının az ya da çok olması serbest zaman yoksunluğunu farklılaştırmamaktadır. Bauman ve Bourdieu'nun çözümlenmelerinden hareketle sınıf ve serbest zaman ilişkisi makro düzeyde ifade edilirken, statü bağlamında serbest zaman yoksunluğunun nasıl bir kültürel tüketim nesnesine dönüştüğünü görmek mümkündür. O halde serbest zaman yoksunluğu nedir? diye sormak gereklidir. Kılıç'ın (2019) yazdığı "*Leisure Time Deprivation*" adlı makalede serbest zaman yoksunluğunun kuramsal temelleri net bir şekilde ifade edilmiştir. Ona göre, "*Serbest zaman yoksunluğu; insanların serbest zaman aktivitelerine katılacak zamanının olmaması, sosyo-kültürel sermayesinin yetersiz olması ya da serbest zamanı olmasına rağmen bu zamanı nasıl kullanacağını bilememesi/kullanamamasıdır*".

Değerli olarak atfettiğimiz böyle bir zamanın yoksunluğunun temelleri sorgulandığında, kişilerin doğuştan gelen statü ölçütleriyle (yaş, cinsiyet, soybağı-sosyal çevre) sonradan kazanılan statü ölçütleri (eğitim, meslek, servet) arasındaki ilişkiye bakmak gerekir. Bu ölçütler esasında serbest zaman yoksunluğunu modern toplumda yeniden üretir. Serbest zamanın varlığının kültürel tecrübelerle dayandığını öne süren MacCannell'in (1999) düşüncesinden hareketle, kişilerin kültürel hedeflere ulaşmak için kurumsal araçları kullanma çabası içerisine girmesi, yani kariyer planlama süreci serbest zaman yoksunluğunu günümüzde oldukça arttırmaktadır.

Yüksek bir seviyede uygar bir hayat sürmek için kişinin maddesel kaygılardan uzak kalması gerekirken insanların iş yaşamına hazırlanmak için işten daha çok çalıştıkları dönem kariyer planlaması dönemidir. Bu dönem okul çağının her aşamasına girmiş, yoğunluklu olarak serbest zaman yoksunluğu üreten bir evredir. İnsanlar çoğunlukla kariyer planlaması için zamanlarının haz ve

mutluluk veren bölümlerinden ödün vermektedirler. Kariyer planlaması yoğun bir çalışmayı gerektirdiğinden en kolay vaz geçilecek zaman dilimi kuşkusuz serbest zamanlardır (Kılıç 2019a).

Akademisyenler söz konusu olduğunda kariyer planlamasında yaşam boyu öğrenme ve üretme fikri gözden kaçırılmamalıdır. Akademisyenlerin sürekli yenilenme ve üretme fikri yaşamlarının her evresinde anlam bulurken, serbest zaman yoksunluğunun çoğunlukla plansız üretilmesinde “iş koliklik” ya da daha yumuşak bir tanımla “işe adanmak” söz konusudur. Kendini adama ya da mesleki adanmışlık diyerek kavramsallaştırabileceğimiz bu durum Stebbins’e göre (2016), kişilerin kendini geliştiren çalışmalara karşı güçlü bir adanmışlık ya da güçlü, pozitif bağımlılık hissettiklerinde gözlenir ve temel etkinlik yoğun bir çekicilik (kariyer planlama) sunduğundan, çalışma ve serbest zaman arasındaki çizgi adeta silinir.

Kendini adamak kişinin entelektüel sermayesini yaşam boyu arttırmak ve yenilemek için, bulunmaz bir şarttır. Kimileri için öğretim, kimileri içinde araştırma, merakı tatmin etme ve buluş yapma zevkini ve şerefini beraberinde getirmesidir (Rosovzky, 1996). Daha detaylı düşünüldüğünde profesyonel eğitim vermek, branşında günceli takip etmek, araştırma yapmak, bilimsel yayın-kitap yazmak, ulusal ve ulus ötesi toplantı ve sempozyumlara katılmak, danışmanlık yapmak, proje ve tezleri denetlemek, araştırmacılara yol göstermek, üniversitede akademik ve idari çalışmalara katılmak gibi belli bir zaman dilimine sığdırılmayacak birçok konu akademisyenlerin serbest zaman sınırlarını ortadan kaldırmada etkindir.

Serbest zaman aktivitelerine katılmak gibi bilim yapmakta insanlara haz ve mutluluk verir. Thomas Kuhn’un *Bilimsel Devrimlerin Yapısı* adlı kitabında bilimin çekiciliğini tanımlaması, kaya tırmanışının, yelken yapmanın, satrancın veya

diğer serbest zaman aktivitelerinin ödülleri benzer. Csikszentmihalyi'e (2018) göre de yüzlerce yıl boyunca mütevazı koşullar altında, fikirlerle oynamaya hayatını adanmış insanların işlerini, bu onların bir mesleği olduğu ve yağlı devlet fonları olduğu için değil de, icat ettikleri yöntem onları büyülediğinden bir hobi olarak yaptıklarını ifadelendirmesi serbest zamanın hazzının akademisyenler tarafından yaptıkları bilimde anlamlandırılmasına kapı açmaktadır. Akademik bakış açısı hayatın her alanına o kadar sirayet etmiştir ki, üniversitelerin akademisyenlere sunduğu kampüs içi ve dışı rekreasyon olanaklarından yeterince faydalanmadıkları (Kılıç, 2013; 2016) görülmektedir.

2. Yöntem

Akademisyenlerin serbest zaman pratiklerini ve serbest zaman yoksunluklarını belirlemeyi amaçlayan bu araştırma nicel araştırma yöntemiyle tasarlanarak tesadüfi örneklem tekniğine göre 2019 yılında Düzce Üniversitesinde çalışan farklı akademik unvanlara sahip 422 kişiye anket uygulanarak tasarlanmıştır. 46 sorudan oluşan ankette bireylerin demografik özelliklerini, akademik kariyerlerini ve serbest zaman alışkanlıklarını tespiti yönelik sorular yer almıştır. Sorular kapalı uçlu, açık uçlu ve yarı açık uçlu olarak hazırlanmış ve uygulama sonucunda araştırmacı tarafından standartlaştırılmıştır. Veriler SPSS programına yüklenerek analiz edilmiş; frekans dağılımı ve ki-kare analizleri yapılmıştır.

3. Bulgular

Araştırmaya katılan örneklemin % 39,6'sı kadın ve % 60,4'ü erkek akademisyenlerden oluşmaktadır. Kadınların % 59,3'ü evli, % 34,1'i bekâr ve % 6,6'sı boşanmış, erkeklerin ise % 81,1'i evli, % 18,1'i bekâr ve % 0,8'i boşanmış olarak tespit edilmiştir. Kadınların % 3'ü Profesör, % 7,9'u doçent, % 30,5'i doktor öğretim üyesi, %37,2'si öğretim görevlisi, % 21,3'ü araştırma görevlisi unvanlarına sahipken erkeklerin % 8,5'i profesör, % 14,9'u doçent, % 31,9'u

Akademisyenlerin “Serbest Zaman Yoksunluğuna” Etki Eden Unsurlar: Düzce Üniversitesi Örneği

doktor öğretim üyesi, % 28,6’sı öğretim görevlisi ve % 16,1’i araştırma görevlisi unvanlarına sahiptir. Cinsiyete bağlı olarak örneklemin hizmet yılı değerlendirildiğinde kadınların % 44,6’sının 1-5 yıl arası, % 35,5’inin 6-10 yıl arası, % 10,2’sinin 11-15 yıl arası, % 5,9’unun 16-20 yıl arası ve % 4,2’sinin 21 yıl ve üstü akademi de çalıştıkları, erkeklerin ise % 38,6’sının 1-5 yıl arası, % 36,1’inin 6-10 yıl arası, % 8,8’inin 11-15 yıl arası, % 6,8’inin 16-20 yıl arası ve % 9,6’sının 21 yıl ve üstü akademide çalıştıkları tespit edilmiştir.

Evli kadınların % 37,8’i 1-5 yıl arası ve % 41,8’i 6-10 yıl arası akademide çalışırken evli erkeklerin % 32,4’ü 1-5 yıl arası ve % 39,2’si 6-10 yıl arası akademide çalışmaktadırlar. Örneklemin haftalık girilen toplam ders saatleri değerlendirildiğinde evli kadınların % 32,6’sı haftada 13-20 saat arası, % 30,2’si 21-30 saat arası ve % 20,9’u 6-10 saat arası derse girerken evli erkeklerin % 36,6’sı 21-30 saat arası, % 26,9’u 13-20 saat arası ve % 16,7’si 31-40 saat arası derse girmektedir. Bekâr kadınların % 35,7’si 21-30 saat arası, % 23,8’i 13-20 saat arası ve % 19’u 31-40 saat arası derse girerken bekâr erkeklerin % 26,7’si 13-20 saat arası, % 23,3’ü 31-40 saat arası ve % 20’si 6-12 saat arası derse girmektedir. Örneklemin akademik çalışmalarının yanında idari görevlerini de göz önünde bulundurduğumuzda evli kadınların % 66,7’sinin (% 37,5’i bölüm başkanı, % 20,8’i müdür yardımcısı ve % 8,3’ü müdür) ve evli erkeklerin % 65,1’inin (% 40’ı bölüm başkanı, % 10’u müdür yardımcısı, % 8,2’si dekan yardımcısı, % 6,4’ü müdür ve % 0,9’u dekan) idari görevleri olduğu tespit edilmiştir. Bekâr kadınların % 33,3’ü bölüm başkanı, % 16,7’si dekan yardımcısı, % 5,6’sı dekan ve % 5,6’sı müdür yardımcısı iken bekâr erkeklerin % 30’u bölüm başkanı ve % 30’u müdür yardımcısı idari görevlerini yürütmektedir. Yine boşanmış kadın akademisyenler bölüm başkanı ve boşanmış erkek akademisyenlerde müdür yardımcısı idari görevlerini yürütmektedirler.

Tablo 1. Cinsiyet bağlamında çalışma dışında örneklemin kendisine ayırdığı günlük ortalama serbest zaman

Cinsiyet	Çalışma dışında kendinize ayırdığınız günlük ortalama serbest zaman ne kadardır?					Toplam	
	Hiç	Yarım saatten az	31-60dk	61-120dk	121 ve üstü		
S	6	7	50	55	43	161	
Kadın	% Cinsiyet	3,7%	4,3%	31,1%	34,2%	26,7%	100,0%
	% Kendinize ayırdığınız günlük ortalama zaman	46,2%	53,8%	62,5%	37,2%	29,5%	40,2%
S	7	6	30	93	103	239	
Erkek	% Cinsiyet	2,9%	2,5%	12,6%	38,9%	43,1%	100,0%
	% Kendinize ayırdığınız günlük ortalama zaman	53,8%	46,2%	37,5%	62,8%	70,5%	59,8%
S	13	13	80	148	146	400	
Toplam	% Cinsiyet	3,2%	3,2%	20,0%	37,0%	36,5%	100,0%
	% Kendinize ayırdığınız günlük ortalama zaman	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

X2: 25,321

sd: 4

p=0,00

Tablo 1 de çalışma dışında örneklemin kendisine ayırdığı günlük ortalama serbest zaman tespit edilmeye çalışılmıştır. Kadınların % 34,2’si 61-120 dakika arası, % 31,1’i 31-60 dakika arası, % 26,7’si 121 dakika ve üstü zaman ayırırken, erkeklerin % 43,1’i 121 dakika ve üstü, % 38,9’u 61-120 dakika arası, % 12,6’sı 31-60 dakika arası kendisine zaman ayırdığını belirtmiştir. Yine kadınların % 8’i ve erkeklerin % 5,4’ü yarım saatten az ve hiç zaman ayırmadıklarını belirtmişlerdir.

Evli olan kadınların % 9,5'i yarım saatten az ve hiç, % 42,8'i 31-60 dakika arası kendilerine zaman ayırdıklarını belirtirken, evli olan erkeklerin % 6,2'si yarım saatten az ve hiç, % 20,3'ü 31-60 dakika arası kendilerine zaman ayırdıklarını belirtmişlerdir. Evli kadınların % 35,2'sinin ve evli erkeklerin % 19,3'ünün çocuğu olmaması da göz önünde bulundurulduğunda çocuğu olan kadın ve erkeklerin çocuğu olmayan evli kadın ve erkeklere oranla kendilerine ayırdıkları zamanın daha da azaldığı tespit edilmiştir.

Bekâr kadınların ise % 38,2'si 61-120 dakika arası, % 32,7'si 121 dakika ve üstü, % 21,8', 31-60 dakika arası kendilerine zaman ayırırken, bekâr erkeklerin % 50'sini 121 dakika ve üstü, % 40,9'unun 21-120 dakika arası kendilerine zaman ayırdığı tespit edilmiştir. Elde edilen veriler ışığında, serbest zaman yoksunluğu toplumsal cinsiyet bağlamında düşünüldüğünde, kadınların erkeklere oranla daha fazla serbest zaman yoksunluğu içerisinde olduğu söylenebilir (Kılıç, 2015, 2019). Yapılan araştırmalarda evli kadınlar kendilerine ayırabildikleri kısıtlı zamanda dahi erkeklere oranla daha az memnuniyet hissettikleri (Mattingly ve Bianchi, 2003) tespit edilmiştir. Bu memnuniyetsizlik kadınların serbest zamanlarındayken, yarım kalan işleri için endişe duymalarından, serbest zaman aktivitelerinde yalnızca kendi zevklerini değil diğer aile üyelerinin mutluluklarını da dikkate almalarından veya kendilerine zaman ayırmaları nedeniyle hissettikleri suçluluktan kaynaklanmaktadır. Kısacası, yetişkin bireylerin serbest zaman yoksunluğu ile toplumsal cinsiyet arasında yakın bir ilişki vardır (Mullahy ve Robert, 2008).

Araştırmaya katılan örneklemin günlük kendilerine ayırdıkları zamanı unvanlara göre incelediğimizde kendilerine hiç zaman ayıramadıklarını belirten kadınların % 66,7'sinin ve erkeklerin % 42,9'nun doktor öğretim üyesi unvanına sahip olduğu tespit edilmiştir. Yine kendilerine hiç serbest zaman ayıramayan kadınların % 33,3'ü ve erkeklerin % 28,6'sı öğretim görevlisi/Dr unvanlarına sahiptir. 61-120 dakika ve üstünde kendilerine zaman ayırdıklarını belirten

örneklem grubuna gelindiğinde çoğunlukla doçent ve profesör unvanlarında olan akademisyenler ön plana çıkmaktadır. Bu durum kariyer planlamanın serbest zaman yoksunluğu üzerine etkisini (Kılıç, 2019a) de ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 2. Cinsiyet bağlamında serbest zamanları verimli geçirme(me) durumu

Cinsiyet	Serbest zamanlarınızı verimli geçirip geçirmeme		Toplam
	Evet	Hayır	
S	83	84	167
Kadın	49,7%	50,3%	100,0%
% Cinsiyet			
% Serbest zaman verimliliği	36,6%	43,1%	39,6%
S	144	111	255
Erkek	56,5%	43,5%	100,0%
% Cinsiyet			
% Serbest zaman verimliliği	63,4%	56,9%	60,4%
S	227	195	422
Toplam	53,8%	46,2%	100,0%
% Cinsiyet			
% Serbest zaman verimliliği	100,0%	100,0%	100,0%

X²: 1,86

sd: 1

p<0,01

Örneklemin cinsiyet bağlamında serbest zamanlarını verimli geçirip geçirmeme durumları tablo 2 de tespit edilmeye çalışılmıştır. Cinsiyet göz önünde bulundurulduğunda kadın ve erkeklerin neredeyse yarısına yakını (% 46,2) serbest zamanlarını verimli geçiremediklerini belirtmiştir. Bu oran azımsanmayacak kadar yüksektir. Yine kadınlara oranla erkeklerin serbest

zaman yoksunluğu biraz daha düşük seviyededir. Tablodan elde edilen veriler tablo 1'i destekler niteliktedir. Serbest zamanı verimli geçirme(me) durumu biraz daha detaylandırıldığında evli kadınların % 49,9'u ve evli erkeklerin % 42,2'si serbest zamanlarını verimli geçirmediklerini ifade etmişlerdir. Bekâr akademisyenler incelendiğinde kadınların % 53,1'i ve bekâr erkeklerin % 47,8'i serbest zamanlarını verimli geçirmediklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 1 de akademisyenlerin unvanları gözetildiğinde serbest zaman olarak ayırdıkları zamanın unvanın artmasıyla orantılı arttığını tespit etmiştik. Serbest zamana ayrılan zamanın serbest zaman yoksunluğu çerçevesinde düşünüldüğünde bu zamanın verimli geçirileceği anlamına gelmemektedir (Kılıç, 2019a). Araştırmaya katılan kadın profesörlerin % 80'inin ve erkek profesörlerin % 57,1'inin serbest zamanlarını verimli geçirmemeleri ve doçent kadın örneklemin % 33,3'ünün ve erkek doçentlerin % 40,5'inin verimli geçirmedikleri tespit edilmiştir. Yine doktor öğretim üyesi kadınların % 48'i ve erkek doktor öğreti üyelerinin % 40,5'inin, öğretim görevlisi/öğretim görevlisi doktor kadınların % 53,3'ü, erkeklerin % 36,6'sı ve araştırma görevlisi kadınların % 56,2'si ve erkeklerin % 62'si serbest zamanlarını verimli geçirmediklerini belirtmişlerdir. Serbest zamanlarını verimli geçirmediklerini belirten akademisyenlerin daha çok meşgul oldukları serbest zaman aktivitelerini değerlendirmek gerekir. Akademisyenlerin en çok meşgul oldukları serbest zaman aktiviteleri aşağıda tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Cinsiyet bağlamında akademisyenlerin ne tür serbest zaman etkinliklerine katıldıkları arasındaki ilişki

Cinsiyet	Meşgul olduğunuz serbest zaman etkinlikleri en çok hangi alanda toplanır?						Toplam	
	Eğitim	Çeşitli Eğlenceler	Sanat ve Genel Kültür	Yardım	Yaratıcılık	Spor		
S	58	45	45	2	3	14	167	
Kadın	% Cinsiyet	34,7%	26,9%	26,9%	1,2%	1,8%	8,4%	100,0%
	% Serbest Zaman Etkinliği	39,5%	37,8%	50,6%	33,3%	33,3%	26,9%	39,6%
S	89	74	44	4	6	38	255	
Erkek	% Cinsiyet	34,9%	29,0%	17,3%	1,6%	2,4%	14,9%	100,0%
	% Serbest Zaman Etkinliği	60,5%	62,2%	49,4%	66,7%	66,7%	73,1%	60,4%
S	147	119	89	6	9	52	422	
Toplam	% Cinsiyet	34,8%	28,2%	21,1%	1,4%	2,1%	12,3%	100,0%
	% Serbest Zaman Etkinliği	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

X2: 8,73

sd: 5

p<0,013

Akademisyenlerin cinsiyet bağlamında serbest zaman pratikleri değerlendirildiğinde araştırmaya katılan kadınların ve erkeklerin % 34,8’inin “eğitim” ile ilgili serbest zaman aktivitelerine katıldıkları tespit edilmiştir. Bu

durum esasında pasif serbest zaman olarak adlandıracağımız ve mesleği destekleyici, onun uzantısı olarak görülen aktivitelere yönelimi göstermektedir. Stebbins'in (2016) deyiimiyle "kendini adamak", mesleki ve kariyere katkı yapan zamandan öte bir şeydir. Ve serbest zaman etkinliğinden ziyade serbest zaman yoksunluğunu besleyen bir paradigmadır. Tablo 2'de örneklemin serbest zamanlarını verimli geçirmedeğinin yoğun bir şekilde tespit edilmesinin arkasında yatan sebeplerden birisi de kendini adamakla ilgilidir.

Eğitim dışında kadın akademisyenlerin % 26,9'u "çeşitli eğlenceler", % 26,9'u "sanat ve genel kültür" ile ilgili aktivitelere katılırken, erkek akademisyenlerin %29'u "çeşitli eğlenceler", % 17,3'ü "sanat ve genel kültür" ile ilgili aktivitelere katılmaktadırlar. Akademisyenlerin cinsiyet farkı gözetmeksizin kişide serbest zaman doyumunu ve tatmin duygusu yaratacak olan "yardım" ve "yaratıcılık" gibi etkinliklere katılım oranlarının oldukça düşük olması da serbest zaman yoksunluğunu desteklemektedir. Yardım ve yaratıcılığa oranla daha yüksek katılımın olduğu spor etkinlikleri serbest zaman için oldukça önemlidir. Spencer'ın 1896 yılında yazdığı *Psikolojinin Prensipleri* adlı önemli eserinde sportif aktivitelerin insanın gerilimini düşürdüğü ve kişiye olumlu katkı sağladığından, gün boyu fiziksel çaba gerektiren bir işte çalışan bireylerin zihinsel etkinliklerle, gün boyu zihinsel çaba gerektiren bir işte çalışan bireylerinde fiziksel etkinliklerle meşgul olmasının faydalı olacağı (Kılıç, 2019b) gözetildiğinde zihinsel açıdan yoğun çalışan kadın akademisyenlerin sadece % 8,4'ünün ve erkek akademisyenlerin % 14,9'unun sportif aktivitelere katılması akademisyenler açısından serbest zamanların pozitif faydasını azaltmakta ve serbest zaman yoksunluğunu desteklemektedir. Yine medeni durum gözetildiğinde evli –bekâr, kadın ya da erkek arasında belirgin bir farklılık bulunmamaktadır. Medeni durumla ilgili aktivitelere (eğitim, çeşitli eğlence, sanat ve genel kültür) katılım oranları benzerdir.

Tablo 4. Örneklemin serbest zamanlarını değerlendirme biçimleri arasındaki anlamlı ilişki

Etkinlik Türleri	Ki-kare analizi
Hiçbir şeyle uğraşmam dinlenirim	0,761
Kitap, gazete, dergi okurum	0,002
Tv izlerim	0,262
Sinema ve tiyatroya giderim	0,074
Sosyal ve kültürel faaliyetlere katılırim (sergi, konferans, toplantı, söyleşi)	0,029
Spor yaparım	0,739
Çarşı Pazar gezerim, alışveriş yaparım	0,857
Ailem ve çocuklarımla ilgilenirim	0,027
Arkadaşlarla sohbet ederim/gezerim	0,155
İnternette yararlanırım (oyun vb)	0,214
Komşularıma veya akrabalarıma giderim	0,355
Hobilerimle ilgilenirim	0,115

Tablo 4’te ki-kare analizine göre elde edilen veriler tablo 3’ü destekler niteliktedir. Tablo 4’te anlamlı sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda cinsiyet farkı gözetmeksizin örneklemin “kitap, gazete, dergi okurum”, “Sosyal ve kültürel faaliyetlere katılırim (sergi, konferans, toplantı, söyleşi)”, “Ailem ve çocuklarımla ilgilenirim” cevaplarını vermesi serbest zamanlarını daha çok işin uzantısı olarak kullandıklarını göstermektedir. Şöyle ki bu iddiayı desteklemek adına “Serbest zaman aktivitelerinin sağlığını olumlu etkilediğini düşünüyor musunuz?” sorusuna kadınların % 94,6’sı ve erkeklerin % 91,3 evet cevabını vermiştir. Yine “Serbest zaman aktivitelerine ayırabileceğiniz zamanın daha fazla olmasını ister miydiniz? Sorusuna kadınların % 89,9’u ve erkeklerin % 87,7’si evet cevabını vermiştir. O halde daha fazla serbest zamanları olması durumunda yine benzer işi destekleyici faaliyetler içinde bulunacakları ve bu faaliyetlere

ayrılan zamanın yeterli olmadığı görülmektedir. Bu sonuçlar çerçevesinde serbest zamanın üretilmeden tüketilmesi yani serbest zaman yoksunluğunun artması söz konusudur.

4. Sonuç

Serbest zamanın günümüzde kullanım şekilleri oldukça çeşitlilik göstermektedir. Kimilerine göre sağlık, sosyalleşme, kendini gerçekleştirme imkânı sağlayan zaman olarak anlamlandırılırken, kimilerine göre de dinlenme, eğlenme ya da ulaşılması zor bir zaman olarak anlamlandırılmaktadır. Gündelik yaşamda en çok ihtiyaç duyulan böylesine değerli bir zamanın sosyal sınıf bağlamında kullanım şekilleri de değişiklik göstermektedir. Akademisyenlerin sınıfsal özellikleri gözetildiğinde belki de en çok düşünülen ve üzerine yeterince çalışma yapılmayan alanlardan birisi serbest zaman pratikleridir. Çünkü akademisyenlik üzerindeki genel geçer algıların başında kuşkusuz mesai kavramından öte gece-gündüz sürekli çalıştıkları üzerinedir. Bu açıdan bu çalışmada serbest zaman yoksunluğu kavramından yola çıkarak akademisyenlerin serbest zamanlarını nasıl ürettiklerinden ziyade nasıl tükettikleri argümanını sorgulama çabasıdır. Akademisyenlerin günlük kendilerine ayırdıkları serbest zamanlarını incelediğimizde serbest zaman tüketimini görmek mümkündür. Çünkü araştırmaya katılan akademisyenlerinin bazılarının günlük hiç serbest zamanlarının olmadığını belirtmelerinin yanında ciddi bir oranının 1 saatten az kendilerine zaman ayırabilmeleri serbest zaman yoksunluğunun niceliksel göstergesidir. Yine cinsiyet bağlamında düşünüldüğünde kadınların-erkeklerle oranla serbest zamanlarının daha az olduğu tespit edilmiştir. Bu tespit sınıfsal yapıları aşan ve toplumsal açıdan düşünülmesi gereken bir realitedir. Yapılan çalışmalarda farklı toplumlarda kadınların erkeklerle oranla daha az serbest zamanlarının olduğu (Shaw, 1994; Sayer, 2005; Mattingly ve Bianchi, 2003) tespit edilmiştir.

Araştırmada serbest zaman yoksunluğunu destekleyen en önemli göstergelerden birisi kuşkusuz kariyer planlamasıdır. Akademisyenlik mesleğinin sürekli kendini yenilediği ve bir üst aşamaya geçebilme çabasının güdüldüğü bir meslek olması açısından sürekli çalışmayı önceleyen bir bakışa kapı açması söz konusudur. Bu açıdan düşünöldüğünde unvanlara bağlı olarak kendilerine hiç serbest zaman ayıramadıklarını belirten kadınların % 66,7’sinin ve erkeklerin % 42,9’nun doktor öğretim üyesi unvanına sahip olduğu tespit edilmiştir. Yine kendilerine hiç serbest zaman ayıramayan kadınların % 33,3’ü ve erkeklerin % 28,6’sı öğretim görevlisi/Dr unvanlarına sahiptir. Bu unvanlar göz önünde bulundurulduğunda bir üst aşamaya geçme istenci diğer akademik unvanlara göre daha yüksektir. Ve bu tür akademik unvanlar serbest zaman yoksunluğunu kariyer planlaması bağlamında üretmektedir. Akademik unvanlar yükseldikçe (doçent-profesör) serbest zamanın niceliksel oranı artması söz konusuysen, serbest zaman pratikleri değerlendirildiğinde unvan ve cinsiyet farkı gözlemeksizin akademisyenlerin çoğunlukla eğitim, sanatsal kültürel faaliyetler içerisinde yer aldığı tespit edilmiştir. Bu serbest zaman pratiklerinin akademisyenlik mesleğini destekleyen serbest zaman pratikleri olması da gözden kaçırılmaması gereken bir durumdur. O halde akademisyenlerin işin devamı niteliğindeki yani işi destekleyen etkinliklere yönelmesi serbest zamanının kişiye kazandırdığı birçok pozitif etkiden yoksun kalmalarında etkindir. Bu durum somut bağlamda serbest zaman yoksunluğunu ortaya çıkarmaktadır. Şöyle ki, kariyer planlaması için serbest zamana ayıracak zamanları olmayan ara unvanlardaki akademisyenlerle en üst akademik unvanlara sahip olan akademisyenlerin serbest zaman pratiklerinin aynı olması “yardım”, “yaratıcılık” gibi kişilerde tatmin duygusu oluşturacak etkinliklerden ziyade “eğitim”, “kültürel”, “sanatsal” gibi akademisyenlerde haz ve mutluluk duygusu yaratacak etkinlikler içerisinde yer alınması, serbest zaman türünün de akademisyenler için uzun vadede değişmesi zor ve sınırlı bir alanda var olması

anlamına gelmektedir. İçeriği oldukça geniş olan serbest zaman aktivitelerinin bu şekilde sınırlandırılması da akademisyenler tarafından serbest zaman yoksunluğunun yeniden üretilmesine imkân sağlamaktadır. Çünkü serbest zaman aktivitelerinin sınırlandırılması, belli etkinliklerin dışına uzun vadede çıkılmaması da serbest zaman yoksunluğudur.

Son olarak akademisyenler serbest zamanın önemli bir zaman olduğunu ve daha fazla serbest zamanlarının olması gerektiğini belirtmeleri söz konusudur. Değerli zaman olarak atfettiğimiz serbest zamanı üreten ve tüketen kuşkusuz kişinin kendisidir. Bu açıdan düşünüldüğünde akademisyenler bu değerli zamanın farkındadırlar ama daha fazla serbest zaman elde ettiklerinde (elde edilen verilerden hareketle) bu zamanların büyük bir çoğunluğunu yine standartlaşan ve işin devamı niteliğindeki serbest zaman aktivitelerine harcanmaları serbest zaman yoksunluğunu yeniden üretir.

Kaynakça

- BAUMAN, Z. (2012). Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları, 4. Basım, (Çev. Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BOURDİEU, P. (2016). Akademik Aklın Eleştirisi Pascalca Düşünme Çabaları, Çev. P. Burcu Yalım, 2. Basım, İstanbul: Metis Yayınları.
- CSİKSZENTMİHALYİ, M. (2018). Akış: Mutluluk Bilimi, (Çev. Esra E. Orhan), 3. Basım, Ankara: Buzdağı Yayınevi.
- KILIÇ, M. ve ŞENER, G. (2013), Üniversite Öğrencilerinin Rekreasyon Etkinliklerine Katılımlarındaki Sosyolojik Etkenler ve Yapısal Kısıtlamalar, Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 3(3): 220-227.
- KILIÇ, M. (2015). Aile ve Serbest Zaman İlişkisi Düzce Örneği, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(1): 27-49.
- KILIÇ, M. (2019a). Leisure Time Deprivation, Modern Leisure Studies, 1(1): 1-12
- KILIÇ, M. (2019b), Suç ve Eğlence, Psiko Sosyal Yönleriyle Eğlence(İç), s:227-249, (Edt. Metin Kılıç), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- KILIÇ, M. (2020). Sapkın Serbest Zaman, Modern Leisure Studies, 2(1): 1-10
- KİLİC, M. (2016). Leisure Time Use of University Youth within the Campus: Duzce Example, 5th Annual International Conference on Humanities and Social Sciences, 22-25 September, Budapest, Hungary, pp: 328-333.
- MACCANNELL, D. (1999). The tourist: a new theory of the leisure class. Los Angeles: University of California.
- MATTINGLY, M. J. ve Bianchi, S. M. (2003). Gender differences in quantity and quality of free time: The U.S. experience. Social Forces, 81: 999–1030.

MULLAHY, J. ve ROBERT, S. A. (2008). *No time to lose?Time constraints and physical activity*. Cambridge, MA.

ÖZTÜRK, E. (2019). Serbest Zaman ve Eğlence: Serbest Zaman ve Eğlence İlişkisi Üzerine *Holistik* Bir Yaklaşım, Psiko Sosyal Yönleriyle Eğlence(iç), s:13-62, (Edt. Metin Kılıç), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

PATERSON, M. (2006). *Consumption and everyday life*. London and New York: Routledge.

ROSOVSKY, H. (1996). Üniversite Bir Dekan Anlatıyor, (Çev. Süreyya Ersoy) 9. Basım, Ankara: TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları.

SAYER, L.C. (2005). Gender, time, and inequality: Trends in women's and men's paid work, unpaid work, and free time. *Social Forces*, 84:285–303.

SHAW, S. M. (1994). Gender, Leisure, and Constraint: Towards a Framework for the Analysis of Women's Leisure. *Journal of Leisure Research*, 26(1):8–22.

STEBBİNS, A.R. (2016). Serbest Zaman Fikri Temel İlkeler, (Çev. Mehmet Demirel, Nurullah E. Ekinci, Ümit D. Üstün, Utku Işık, Osman Gümüşgül), Ankara: Spor Yayınevi ve Kitabevi.

OLGUN, K. C. (2019), Statü ve Eğlence, Psiko Sosyal Yönleriyle Eğlence(iç), s:137-166, (Edt. Metin Kılıç), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Extended Summary

Today, how leisure time is used vary considerably. According to some, it is understood as a time that provides the opportunity for health, socialization and self-realization. In contrast, there are others interpreted as a time of rest, fun or hard to reach. The use of such valuable time, which is most needed in daily life, also varies in social class. Considering the class characteristics of academics, one of the areas considered the most and not studied enough may be leisure time practices because one of the common perceptions on academics would be that they work day and night beyond working hours. In this respect, this study attempts to question the argument that academics consume their leisure time rather than how they produce it, based on the concept of leisure time deprivation. It is possible to see leisure time consumption when we examine the time that academics allocate for themselves daily. Because some of the academics who participated in the research stated that they have no daily leisure time, and the fact that a significant proportion of them could spare less than 1 hour for themselves would be a quantitative indicator of leisure time deprivation. Considering gender differences, it was reported that women had less leisure time than men. This finding may be a reality beyond class structures, and it needs to be considered socially. Studies presented that women in different societies had less leisure time than men (Shaw, 1994; Sayer, 2005; Mattingly & Bianchi, 2003).

Without a doubt, one of the most important indicators supporting leisure time deprivation in the research would be career planning. Since the academic career is a profession that constantly renews itself and strives to move to the next level, it opens the door to a perspective that prioritizes continuous work. From this point of view, it was found that 66.7% of the women and 42.9% of the men, who stated that they could not spare any leisure time depending on their

titles, had the title of assistant professor. Similarly, 33.3% of women and 28.6% of men, who could not spare any leisure time for themselves, hold lecturer/Dr titles. Considering these titles, the desire to move to the next level was higher than other academic titles. And such academic titles would produce a leisure time deprivation in the context of career planning. While the quantitative ratio of leisure time increased, academic titles were also promoted (associate professor-professor). When leisure time practices were evaluated, academics were mostly involved in education, artistic and cultural activities, regardless of title and gender. It should be noticed that these practices were leisure time activities that could support the academic profession. In that case, the fact that academics tended to activities that were a continuation of the work, that is, supporting the work, could be a factor in their deprivation of many positive effects of leisure time. This situation reveals leisure time deprivation in a concrete context. Namely, there was a reality that the leisure practices of the academics with intermediate titles who do not have time to spare for career planning and those who hold the highest academic titles were the same. This would lead to taking part in activities that would create a sense of pleasure and happiness in academics such as "education," "cultural," and "artistic" rather than activities that would create a sense of satisfaction in people such as "help" and "creativity" resulting in the existence of leisure time in a restricted area that can be difficult for academics to change in long-term. Such restrictions in leisure time activities, which have a very wide content, also led academics to reproduce leisure time deprivation because restricting leisure time activities and the inability to stay out of certain activities in the long term may also be leisure time deprivation.

Finally, academics reported that leisure time is an important time and needed to have more. Undoubtedly, it is the person himself who could produce and consume leisure time that we attribute as valuable time. From this perspective,

Akademisyenlerin "Serbest Zaman Yoksunluğuna" Etki Eden Unsurlar: Düzce Üniversitesi
Örneği

academics were aware of this valuable time, but when they have more leisure time (based on the data obtained), spending most of this time on leisure activities that were also standardized and continuation of work would reproduce leisure time deprivation.