

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN
POPÜLER KÜLTÜR ETKİNLİKLERİ VE
BOŞ ZAMAN ALIŞKANLIKLARI**

Serenay AKKAYA

Sosyoloji Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Mayıs-2008

ÖZ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN POPÜLER KÜLTÜR ETKİNLİKLERİ VE BOŞ ZAMAN ALIŞKANLIKLARI

Serenay AKKAYA

Sosyoloji Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs–2008

Danışman: Yard. Doç. Dr. Emre GÖKALP

Bu çalışmanın amacı üniversitesi öğrencilerinin boş zaman alışkanlıkları ve popüler kültür etkinlikleri arasındaki ilişkiyi anlamak ve analiz etmektir. Bu doğrultuda Eskişehir Anadolu Üniversitesi öğrencilerini temsilen seçilen örneklem üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Öğrencilerin ve ailelerinin sosyo-ekonomik özellikleri, ebeveynlerinin eğitimi ve meslekleri ile boş zaman alışkanlıkları, popüler kültür alışkanlıkları ve popüler kültüre karşı tutumları arasındaki ilişki çözümlenmeye çalışılmıştır.

Özellikle popüler kültür etkinliklerini olumsuz olarak değerlendiren birçok öğrencinin, popüler kültürden etkilendikleri ve günlük yaşamları içinde bir şekilde bu etkinliklerin içinde yer aldıkları bu çalışma çerçevesinde yapılan araştırmanın analizlerinde ortaya çıkan önemli bir sonuçtur.

1. Anahtar kavramlar: Popüler kültür, boş zaman, üniversite öğrencileri, gençlik

ABSTRACT**THE POPULER CULTURE ACTIVITIES AND LEISURE TIME HABİTS OF THE
UNIVERSITY STUDENTS****Serenay AKKAYA****Department of Sociology****Anadolu University Institute of Social Sciences, November 2007****Advisor: Assist. Prof. Dr. Emre GÖKALP**

The aim of this study is to figure out and analyze the relation between the leisure time habits and the popular culture activities of the university students. Accordingly, the research was done on a chosen sample group representing Anadolu University. The study aimed analyzing the relationship between social and economic conditions of the students and families, the occupations and educational levels and leisure time habits of the families, their popular culture habits and attitude towards the popular culture.

One of the important results of the survey is that many students who consider the effects of the popular culture unfavorable have, in fact, been influenced by the popular culture and are involved in such activities one way or another in their daily lives.

Keywords: Popular Culture, Leisure Time, University Student, Youth.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Serenay AKKAYA'nın Üniversite Öğrencilerinin Popüler Kültür Etkinlikleri Ve Boş zaman Alışkanlıkları başlıklı tezitarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, Sosyoloji Anabilim dalında Yüksek Lisans Yeterlik tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Adı Soyadı**İmza**

Üye (Tez Danışmanı).....:

Üye :

Üye :

ÖZGEÇMİŞ

Serenay AKKAYA

Sosyoloji Anabilim Dalı
Yüksek Lisans

Lisans 2003 Anadolu Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü

Cinsiyeti: Kadın

Yabancı Dili: İngilizce

TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde, araştırmanın geliştirilip ortaya konmasında, planlanıp yürütülmesinde ve yazım aşamasında yardımlarını, desteğini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Yar. Doç. Dr. Emre Gökalp'e,

Araştırmanın analizlerindeki yardım ve katkılarından dolayı Anadolu üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi Sayın Yard. Doç. Dr. Oya B. Çetin'e,

Değerli düşünceleri ile çalışmama katkıda bulunan İletişim Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi Sayın Yard. Doç. Dr. Hakan Ergül'e,

Beni bu çalışma boyunca desteğini esirgemeyen aileme ve arkadaşlarıma en içten teşekkürlerimi sunarım.

Serenay AKKAYA

Eskişehir-2008

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iv
ÖZGEÇMİŞ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLOLAR LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

BOŞ ZAMAN VE BOŞ ZAMAN SOSYOLOJİSİ

1. BOŞ ZAMAN.....	3
1.1. Boş Zaman Kavramı.....	3
1.2. İnsan Yaşamında “Boş Zaman”ın Yeri ve Önemi.....	6
1.3. Boş Zamanın Tarihsel Gelişimi	8
1.4. Boş Zaman, Tüketim ve Kapitalizm.....	13
1.5. Çalışma ve Boş Zaman	16
1.6. Boş Zaman ve Rızanın Üretimi.....	17
1.7. Dinlenme ve Eğlence Olarak Boş zaman.....	19
1.8. Oyun ve Boş Zaman	21
1.9. Boş zaman ve Modern Zamanlar.....	22
1.10. Toplumsallaştırma Aracı Olarak Boş Zaman	24
1.11. Türkiye’de Yükseköğrenim Gençliğinin Boş Zaman Kullanımına İlişkin Yapılan Çalışmalara Örnekler.....	25

İKİNCİ BÖLÜM

POPÜLER KÜLTÜR

1. Popüler Kavramı ve Popüler Kültür.....	29
1.1. Popüler Kültüre Yaklaşımlar.....	30
1.1.1. Gündüz Yönetme Kuramı ve Frankfurt Okulu.....	31
1.1.2. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu.....	34
1.2. Popüler Kültür ve Tarihsel Gelişimi	37
1.2.1. Türkiye’de Tüketim Kültürünün Tarihsel Gelişimi	38
1.2.2. Tüketim Toplumu.....	41
1.2.3. Türkiye’de Popüler Kültür.....	42
1.2.4. Türk Toplumunda Müziğin Gelişimi.....	44
2. Popüler Kültür ve Medya.....	47
2.1. Eleştirel Yaklaşımlar ve Medya	47
2.2. İdeoloji ve Medya İlişkisi.....	49
3. Gençlik.....	51
3.1. Gençlik Sosyolojisi.....	53
3.1.1. Gençler ve Gündelik Yaşam.....	54
3.1.2. Gençlik Müzik ve Kültür.....	56
3.1.3. Gençlerde Toplumsallaşma Aracı Olarak Müzik.....	57
3.2. Gençlikte Boş Zamanların Değerlendirilmesi.....	59
3.3. Ülkemizde Gençliğin Boş Zamanlarını Değerlendirme Biçimleri.....	59

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN POPÜLER KÜLTÜR ETKİNLİKLERİ VE BOŞ ZAMAN ALIŞKANLIKLARI

1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	62
2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	63
3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	63
3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem.....	64
3.2. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması.....	64
3.2.1. Anket Katılımcılarının Cinsiyetine Göre Dağılımı.....	64

3.2.2. Anket Katılımcılarının Yaşa Göre Dağılımı.....	65
3.2.3. Anket Katılımcılarının Doğum Yerine Göre Bıçımalarının Dağılımları.....	65
3.2.4. Anket Katılımcılarının Halen Yaşadığı İle Göre Dağılımı.....	66
3.2.5. Anket Katılımcılarının Anne Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı.....	67
3.2.6. Anket Katılımcılarının Babanın Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı.....	67
3.2.7. Anket Katılımcılarının Annenin Mesleğine Göre Dağılımı.....	68
3.2.8. Anket Katılımcılarının Babanın Mesleği Göre Dağılımı.....	68
3.2.9. Anket Katılımcılarının Hanesinin Aylık Gelirine Göre Dağılımı.....	69
3.2.10. Anket Katılımcılarının Ortalama Aylık Gelirine (Burs Harçlık Kredi Toplamı)Göre Dağılımı.....	69
3.2.11. Anket Katılımcılarının Eğitimleri Süresince Aylık Gelirlerini Nasıl Sağladıklarına Göre Dağılımı.....	70
3.2.12. Anket Katılımcılarının Öğrenimlerine Devam Ederken Nerde Kaldıklarına Göre Dağılımı.....	71
3.2.13. Anket Katılımcılarının Bos Zaman Etkinliklerine Ne Kadar Para Ayırmalarına Göre Dağılımı.....	71
3.2.14. Anket Katılımcılarının Gün İçinde Vakit Geçirdikleri Aktiviteye Göre Dağılımı.....	72
3.2.15. Anket Katılımcılarının Gazete Okuma Sürelerine Göre Dağılımı.....	73
3.2.16. Anket Katılımcılarının Gazetede Okudukları Bölüme Göre Dağılımı.....	73
3.2.17. Anket Katılımcılarının Düzenli Okudukları Gazeteye Göre Dağılımı.....	74
3.2.18. Anket Katılımcılarının Televizyon İzleme Sürelerine Göre Dağılımı.....	75
3.2.19. Anket Katılımcılarının İzledikleri Televizyon Kanalına Göre Dağılımı.....	76
3.2.20. Anket Katılımcılarının Televizyonda İzledikleri Programa Göre Dağılımı.....	77
3.2.21. Anket Katılımcılarının Düzenli Televizyon Haberleri İzlemesine Göre Dağılımı.....	78
3.2.22. Anket Katılımcılarının Size Göre Türkiye'nin En Önemli 3 Sorunu Nedir Sorusuna Göre Dağılımı.....	78

3.2.23.Anket Katılımcılarının Düzenli Olarak İzlediğiniz Haber Kanalı Göre Dağılımı.....	79
3.2.24.Anket Katılımcılarının Kitap Okuma Durumuna Göre Dağılımı.....	80
3.2.25.Anket Katılımcılarının Okudukları Kitap Türüne Göre Dağılımı.....	80
3.2.26.Anket Katılımcılarının Okudukları Ne Tür Kitap Okuduklarına Göre Dağılımı.....	81
3.2.27.Anket Katılımcılarının Son Bir Yılda Okuduğunuz ve Onları Etkileyen Kitap Türüne Göre Dağılımı.....	82
3.2.28.Anket Katılımcılarının Uğraştıkları Sportlara Göre Dağılımı.....	82
3.2.29.Anket Katılımcılarının Uğraştıkları Sportlara Göre Dağılımı.....	83
3.2.30.Anket Katılımcılarının İnternet'e Ayırdıkları Zamana Göre Dağılımı.....	84
3.2.31.Anket Katılımcılarının İnternet'i Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı.....	85
3.2.32.Anket Katılımcılarının İnternet'te Ziyaret Ettikleri Sitelere Göre Dağılımı.....	86
3.2.33.Anket Katılımcılarının İnternet'te Üye Oldukları Sitelere Göre Dağılımı.....	87
3.2.34.Anket Katılımcılarının Kafeye Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımları.....	88
3.2.35.Anket Katılımcılarının Kahvehaneye Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	89
3.2.36.Anket Katılımcılarının Bara Gitme Sıklıkları Göre Dağılımı.....	89
3.2.37.Anket Katılımcılarının Eğlence Merkezlerine (Disko) Gitme Sıklığı Göre Dağılımı.....	90
3.2.38.Anket Katılımcılarının Klasik Müziğe Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	90
3.2.39.Anket Katılımcılarının Tiyatroya Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	91
3.2.40.Anket Katılımcılarının Sinemaya Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	91

3.2.41.Anket Katılımcılarının Pop Müzik Konserine Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	92
3.2.42.Anket Katılımcılarının Sergilere Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	92
3.2.43.Anket Katılımcılarının Futbol Maçına Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	92
3.2.44.Anket Katılımcılarının Operaya Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	93
3.2.45.Anket Katılımcılarının Alışveriş Merkezine Gitme Sıklıklarına Göre Dağılımı.....	93
3.2.46.Anket Katılımcılarının Söyleşi ve Konferanslara Gitme Sıklığına Göre Dağılımı.....	94
3.2.47.Anket Katılımcılarının Kafe veya Kahvehanelerde Günde Ne Kadar Vakit Geçirdiklerine Göre Dağılımı.....	94
3.2.48.Anket Katılımcılarının Kafe veya Kahvehanelerde Nasıl Vakit Geçirdiklerine Göre Dağılımı.....	95
3.2.49.Anket Katılımcılarının Hangi Tür Müzikten Hoşlandıklarına Göre Dağılımı.....	96
3.2.50.Anket Katılımcılarının Sevdiği Sanatçı veya Müzik Gruplarına Göre Dağılımı.....	97
3.2.51.Anket Katılımcılarının Hobilerinin Olup Olmadığına Göre Dağılımı.....	98
3.2.52.Anket Katılımcılarının Hobilerine Göre Dağılımı.....	99
3.2.53.Anket Katılımcılarının Üniversitede Üye Oldukları Klüplere Göre Dağılımı.....	100
3.2.54.Anket Katılımcılarının Üyesi Olduğu Ya da Aktif Olarak Çalıştığı Sivil Toplum Kuruluşuna Göre Dağılımı.....	101
3.2.55.Anket Katılımcılarının Yakın Çevreleri Dışında Gittikleri Geziler/Turlara Göre Dağılımı.....	102
3.2.56.Anket Katılımcılarının Popüler Kültür Hakkındaki Düşüncelerine (Kavramsal Olarak) Göre Dağılımı.....	102
3.2.57.Anket Katılımcılarının Popüler Kültür Hakkında Düşüncelerine Göre Dağılımı.....	103

3.2.58.Anket Katılımcılarının “Popüler Kültür Etkinliklerinde Kendimi Daha Özgür İfade Edebiliyorum” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	104
3.2.59.Anket Katılımcılarının “Bu tarz etkinlikler Yeni Arkadaşlıklar Kurmamı ve Hoşça Vakit Geçirmemi Sağlıyor” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	104
3.2.60.Anket Katılımcılarının “Bu Tarz Etkinlikler Beni Rahatlatıyor Ve Sıkıntılarımdan Uzaklaştırıyor” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	105
3.2.61.Anket Katılımcılarının “Popüler Kültür Etkinlikleri Yeteneklerimi Fark Etmemi Sağlıyor” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	105
3.2.62.Anket Katılımcılarının “Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	106
3.2.63.Anket Katılımcılarının “Bu Etkinlikleri Anlamlı ve Olumlu Bulmuyorum” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	106
3.2.64.Anket Katılımcılarının “Bu Etkinlikleri Yozlaştırıcı Buluyorum” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	107
3.2.65.Anket Katılımcılarının “Bu Tarz Etkinliklerin Toplumsal/Kültürel Değerlerimizi Zedelediğini Düşünüyorum” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	107
3.2.66.Anket Katılımcılarının “Popüler Kültür; Toplumun Geniş Bir Kesimin Benimsediği Kültürdür” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	108
3.2.67.Anket Katılımcılarının “Popüler Kültür; Eğitimsiz İnsanların İçinde Yer Aldığı Bir Kültürdür” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	108
3.2.68.Anket Katılımcılarının “Popüler kültür; Bayağı ve yoz bir kültürdür” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	109
3.2.69.Anket Katılımcılarının “Popüler Kültür; Değerli ve Anlamlı Bir Kültürdür” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	109
3.2.70.Anket Katılımcılarının “Popüler Kültür; İçinde "İyi" ve "Kötü" Nitelikli ve Niteliksiz Örnekleri Barındıran Bir Kültürdür” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	110
3.2.71.Anket Katılımcılarının “Popüler Kültür; Kolay Üretilen Kolay Tüketilen Ucuz ve Sıradan Bir Kültürdür.” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	110
3.2.72.Anket Katılımcılarının “Popüler Kültür; İnsanların Hayatlarını Anlamlı Kılan Bir Kültürdür.” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	111
3.2.73.Anket Katılımcılarının “Popüler Kültür; Apolitik İnsanları Uyutan Bir Kültürdür” Düşüncesine Göre Dağılımı.....	111
3.2.74.Anket Katılımcılarının Gazete Okur Musunuz Gün İçinde Daha Çok Ne Yapararak Vakit Geçirdiklerine Göre Dağılımı.....	112

3.2.75.Anket Katılımcılarının Gün İçinde Daha Çok Ne Yapararak Vakit Geçirdiklerine Göre Dağılımı ve Cinsiyete Göre Dağılımı.....	113
3.2.76.Anket Katılımcılarının Türkiye'nin en önemli ilk 3 sorununa Verdikleri Cevap ve Cinsiyete Göre Dağılımı.....	114
3.2.77.Anket Katılımcılarının Gazetede en çok okuduğunuz bölüm ve Cinsiyete Göre Dağılımı.....	115
3.2.78.Anket Katılımcılarının Kitap Okumaları ve Cinsiyete Göre Dağılımı.....	116
3.2.79.Anket Katılımcılarının Okudukları Kitap Tarzı ve Cinsiyetine Göre Dağılımı.....	117
3.2.80.Anket Katılımcılarının İnternette Düzenli Olarak Ziyaret Ettikleri Site ve Cinsiyet İlişkiye Göre Dağılımı.....	118
3.2.81.Anket Katılımcılarının İnterneti En Çok Hangi Amaç İçin Kullanıyorsunuz ve Cinsiyet İlişisine Göre Dağılımı.....	119
3.2.82.Anket Katılımcılarının Herhangi Bir Sporla Uğraşıyorlar mı ve Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	120
3.2.83.Anket Katılımcılarının Futbol Maçına Gitme Sıklıkları ve Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	120
3.2.84.Anket Katılımcılarının Alışveriş Merkezlerine Gitme Sıklıkları ve Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	121
3.2.85.Anket Katılımcılarının Bu Tarz etkinliklere ilgi duyma ve Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	122
3.2.86.Anket Katılımcılarının Popüler Kültür; Değerli Ve Anlamlı Bir Kültürdür Diyen Öğrencilerin Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	123
3.2.87.Anket Katılımcılarının Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür Diyen Öğrencilerin Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	124
3.2.88.Anket Katılımcılarının Popüler Kültür Denildiğinde Aklınıza Gelen 3 Şeyi Söyler Misiniz? ve Fakülte Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	125
3.2.89.Anket Katılımcılarının Bu Etkinlikleri Yozlaştırıcı Buluyorum ve Fakülte Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	126
3.2.90.Anket Katılımcılarının Popüler Kültür; Kolay Üretilen Kolay Tüketilen Ucuz ve Sıradan Bir Kültürdür ve Yaşları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	127
3.2.91.Anket Katılımcılarının Popüler Kültür;İnsanların Hayatlarını Anlamlı Kılan Bir Kültürdür ve Yaşları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	128

3.2.92. Anket Katılımcılarının Popüler Kültür; Apolitik İnsanları Uyutan Bir Kültürdür ve Yaşları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	129
3.2.93. Anket Katılımcılarının Gün İçinde İnternette Harcadıkları Süre ve Kitap Okumaları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	130
3.2.94. Anket Katılımcılarının İnterneti Kullanış Amaçları ve Kitap Okumaları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	131
3.2.95. Anket Katılımcılarının Kahveye Gitme Sıklığı ve Kitap Okumaları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	132
3.2.96. Anket Katılımcılarının Bara Gitme Sıklığı ve Kitap Okumaları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	134
3.2.97. Anket Katılımcılarının Eğlence Merkezlerine (Disko) Gitme Sıklığı ve Kitap Okumaları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	135
3.2.98. Anket Katılımcılarının Eğlence Merkezlerine (Disko) Gitme Sıklığı ve Hanenin Aylık Geliri Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	136
3.2.99. Anket Katılımcılarının Klasik Müziğe Gitme Sıklığı ve Kitap Okumaları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	137
3.2.100. Anket Katılımcılarının Tiyatroya Gitme Sıklığı ve Kitap Okumaları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	138
3.2.101. Anket Katılımcılarının Söyleşi ve Konferansa Gitme Sıklığı ve Kitap Okumaları Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	139
3.2.102. Anket Katılımcılarının Kafe Yada Kahvehanelerde Vakit Geçirme Biçimleri ve Kahvehaneye Gitme Sıklığı Arasındaki İlişkiye Göre Dağılımı.....	140
SONUÇ.....	142
EK.....	153
KAYNAKÇA.....	160

GİRİŞ

Bu çalışmada, Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin boş zamanlarını değerlendirme alışkanlıkları ile popüler kültür etkinlikleri arasındaki ilişki anlaşılmaya çalışılmıştır. Popüler kültür etkinliklerinin tüketim aşamasında kişiden kişiye değişen tercih farklılıkları vardır. Popüler kültür etkinliklerinin boş zaman alışkanlıklarını oluşturmada önemli bir etkisi olduğu bu çalışmanın temel varsayımlarından birisidir. Popüler kültür etkinliklerinden yararlanma sürecinde; öğrencilerin cinsiyeti, eğitimi, sosyo-kültürel birikimi ve maddi olanakları belirleyici olmaktadır. Öğrencilerin popüler kültür içinde ne tür etkinlikleri tercih ettikleri ise çalışma adına önemli bir sorudur.

Üniversite öğrencilerinin; üniversite yaşamı içinde önemli bir kültürel birikim sağladığı ve bu birikimin de boş zaman alışkanlıklarını yansıttığı varsayılabilir.. Bu doğrultuda, üniversite öğrencilerinin popüler kültür etkinliklerinden benzer şekilde faydalandıkları öne sürülebilir.. Farklı bir ifadeyle, öğrencilerin boş zaman alışkanlıkları arasında çok büyük farklılıkların olmadığı ifade edilebilir.. Bu çalışmanın en önemli varsayımı ise; üniversite öğrencilerinin popüler kültürü en çok tüketen kitle içinde yer almalarına karşın popüler kültürü olumsuz olarak nitelendirerek kendilerini popüler kültürü tüketen kitleden farklı bir şekilde konumlandırmaya çalışmalarıdır.

Üniversite öğrencilerinin içinde yer aldığı gençlik dönemi, insan yaşamının en dinamik, en hareketli dönem olarak bilinir. İşte bu dönemde bireyin kendini gerçekleştirmesinde boş zaman alışkanlıkları ve popüler kültür etkinlikleri etkili olmaktadır. Boş zamanlarında birey popüler kültür etkinliklerine katılarak kendini ifade edebilme imkânını bulur. İnsan yaşamında; çalışma hayatıyla, ev işleriyle, günlük ihtiyaçlarla (yemek, uyku vb.) ilişkisi olmayan etkinlikler, “boş zaman” aktiviteleri olarak tanımlanmıştır. Boş zaman bireylerin problem çözme, grup bilincini geliştirebilme, toplumsallaşma, akıl yürütme, karar verebilme, yaratıcı düşünebilme, farklı bakış açıları kazanabilme yeteneklerini geliştirdikleri ve kişisel gelişimlerini sağladıkları bir süreçtir. Çarpıcı bir ifadeyle, “*Kalitenizin ölçüsü, boş zamanlarınızda ne yaptığınızdır. Medeniyetlerin kalitesi de insanlara sağladığı boş zaman ve bunun kalitesi ile ölçülür*”(Irwin Edman).¹

Aydoğan’a göre boş zaman: “bireylerin özgürleşmesini sağlayıcı bir zaman dilimidir”². Bu çalışmada; popüler kültür etkinlikleri ve boş zaman alışkanlıkları üzerinden üniversite öğrencilerinin bu zaman diliminde -Aydoğan’ın da vurguladığı gibi - özgürleşmelerinden

¹ http://tr.wikiquote.org/wiki/Bo%C5%9F_Zaman

² Aydoğan,F., “**Medya ve Boş Zaman**”, Om Yayınevi,İst.,Ekim 2000, s:21

bahsedilebilir mi sorusuna da yanıt aranmaktadır. Popüler kültür etkinlikleri insan yaşamında geniş yer tutan bir etkinlik türüdür ve boş zaman alışkanlıklarından ayrı düşünülemez. Popüler kültürü olumsuz olarak nitelendirmek popüler kültür etkinliklerinde yer almadığımız ve yer almayacağımız anlamına gelmemektedir. Popüler kültür etkinliklerinin reel hayatın her alanına girmiş olmasından kaynaklanan bir yaptırım gücü olduğu varsayılırsa buna paralel olarak popüler kültür etkinliklerinin bir şekilde içinde yer almanızı sağlayıcı özelliği de vurgulanabilir.

Araştırmada öncelikli olarak boş zaman kavramı tanımlanacaktır. Boş zaman kavramı üniversite öğrencilerinin gerçekleştirdikleri etkinlikler üzerinden anlaşılmalı çalışılacaktır. Araştırmanın diğer bir kavramı olan popüler kültür ise araştırma çerçevesinde tanımlanacaktır. Araştırmanın örnekleme ise; Anadolu üniversitesi'ne 2006-2007 öğretim yılında kayıtlı olan öğrencilerden oluşmaktadır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Tezin birinci bölümünde boş zamanın genel ve özel anlamları üzerinde durularak bu tanım üzerinden boş zaman alışkanlıklarının nitelikleri tanımlanmaya çalışılacaktır. Bu bölümde ayrıca boş zamanın nasıl anlaşılması gerektiği ve nasıl kavramsallaştırılması gerektiği üzerinde durulacaktır. Son olarak, boş zamanın geçmişten günümüze algılanışı tarihsel bir süreçte ele alınarak incelenecek ve boş zamanın eleştirilerine yer verilecektir.

İkinci bölümde; popüler kültür kavramının genel bir tanımı yapılacak ve popüler kültüre ilişkin farklı yaklaşımlara yer verilecektir. Ayrıca, popüler kültürün kitle kültürüyle ne düzeyde örtüştüğü ve ne düzeyde farklılaştığı irdelenecektir. Ayrıca popüler kültürün dünyada ve Türkiye'deki gelişiminden, değişiminden bahsedilecektir. Yine bu bölümde kültür ve gençlik kavramları tanımlanmaya çalışılacak ve gençlik konusundaki yaklaşımlar konu ile bağlantılı olarak ele alınacaktır.

Üçüncü ve son bölümde öğrencilerin popüler kültür etkinlikleri ve boş zaman alışkanlıkları hakkında elde edilen veriler analiz edilerek yorumlanacaktır. Sonuç olarak Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin Popüler kültür'e bakış açıları üzerinden üniversite gençliğinin boş zaman ve popüler kültür etkinlikleri hakkındaki tutumları ortaya konulacaktır. Son olarak çalışmanın bulguları ışığında ileride yapılacak çalışmalara ilişkin önerilere yer verilecek ve çalışmanın genel bir özeti yapılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

BOŞ ZAMAN VE BOŞ ZAMAN SOSYOLOJİSİ

1. BOŞ ZAMAN

1.1 Boş Zaman Kavramı

Boş zaman etkinlikleri, bu etkinliklere katılma biçimi ve bireylerin bu etkinliklere ayırdıkları süreler bireyden bireye farklılıklar gösterir. Boş zamanları değerlendirmek için yapılan etkinlikler de zamansal ve mekansal farklılıklar göstermektedir. Bu etkinliklerden hangisinin tercih edileceği ise; kişinin yapısına, dünyayı algılayışına, cinsiyetine, eğitimine, sahip olduğu olanaklara ve yeteneklerine bağlı olarak değişmektedir. Boş zaman alışkanlıklarını, popüler kültür etkinliklerinin belirlediği görüşünden yola çıkıldığında; üniversite öğrencilerinin bu etkinlikler çerçevesinde alışkanlıklarını oluşturdıkları düşünülebilir.

Bu bölümde boş zamanın tanımının yanı sıra kavramın tarihçesi ana hatları ile ele alınarak, geçmişten günümüze boş zamanın algılanış biçimleri ve boş zaman alışkanlıkları üzerine durulacaktır. Yine bu bölümde boş zamanı olumlayan ve olumlamayan görüşlere yer verilecektir.

Günümüzde çalışma yaşamının ve hayat şartlarının zor olması, boş zaman alışkanlıklarını ve etkinliklerini toplumsal yaşamın çok önemli bir parçası haline getirmiştir. Bu sorun, araştırmamızın temel konusunu oluşturmaktadır.³

Antik Yunan düşünürlerine göre “boş zaman” emek-dışı bir yaşamın ve özgür olmanın çağrıştıracısıdır. Bir yarar için, varlık sürdürmek için yapılması gereken etkinliklerin dışındaki yaşam etkinliklerine ayrılan zamandır. Kölelerin yaptığı işlerin dışında şiiri ve sanatları öğrenmek, müziğin estetik sorunlarını tartışmak, bedenin güzelliğini ve gücünü geliştirecek oyunlar oynamak için yaşanan zamandır. Greklerin bu konudaki anlayışlarını irdeleyip değerlendiren 1900’lerin, 1930’ların kültür tarihçisi Johan Huizinga’nın deyişiyle “*paedia*

³ Aydoğan,F., “Medya ve Boş Zaman”, Om Yayınevi,İst.,Ekim 2000, s:15

amacıyla; insanın kendisini gelişkin ve işlenmiş bir insan yapması amacıyla yaşanan zamandı.” demektedir.⁴

Bir kavram olarak boş zamanı tanımlamak oldukça güç olsa da, etkinlik türleri ve zaman açısından bakıldığında çeşitli tanımlara ulaşılmaktadır. Bu tanımlara göre boş zaman; gelir, mekan, yasalar ve toplumsal kurallar gibi etkenlerle sınırlandırılabilir ya da denetlenebilir gibi görünmektedir. Ama uygarlık insan yaşamının her dakikasını düzenleyemez. Bu nedenle, tüm toplumlarda bireylerin; yasalar, gelenekler, din ve ahlak değerleriyle sınırlanamayan belli zaman dilimleri içinde kendi seçimlerine göre belirledikleri etkinlikler vardır.⁵ Kısacası boş zaman için bu etkinliklerin yapıldığı zaman diliminin genel adıdır. Boş zaman, herhangi bir amaç gütmeyen bir etkinlik olması açısından eğlence ya da dinlenceyle karıştırılan bir kavramdır. Gerçekte boş zaman eğlence ya da serbest zaman kullanma aracıdır. Anlam açısından, İngilizcedeki boş zaman sözcüğü (leisure) Latince'deki (licere) özgür olma sözcüğünden türetilmiştir. Bu nedenle, boş zaman etkinliği, sınırlama olmadan yapılan etkinliktir. Ayrıca, kişisel doyumu sağlamaya yöneliktir bu nedenle de özgürce seçilmiş bir etkinlik türüdür.⁶

Boş zaman kavramı, zaman açısından da tanımlanmıştır. İnsanlar çalışma etkinliğinin dışında doğal, bedensel gereksinimlerinin karşılanmasına, dinlenmeye, uykuya, eğlenceye ve başka doumlara da gerek duyarlar. Bu tanımdaki boş zaman, aylak geçirilen ya da daha yüce etkinliklere girilen özel bir zamandır. Ekonomik bir zorlama olmadan girilen, kendi başına bir amaç olan zamandır. Örneğin; okuma, hobiler, spor, oyun, dinlenme gibi kültürel, sanatsal ve toplumsal etkinlikler de boş zaman etkinlikleri içine girer.⁷

Kısacası boş zaman etkinlikleri bireyin kendi adına kendi kişisel tatmini için yaptığı etkinlikler olduğu kabul edilmiştir. Birey, kendi özgür iradesi ile değil de bir baskı sonucu etkinlikte yer alıyorsa, o etkinlik boş zaman etkinliği değildir. Bir etkinliğin boş zaman olarak tanımlanması için, bireyin gönüllü olması ve etkinlik içinde yer almak istemenin kişiye dayatılmaması, kişinin kendi isteği ile olması gerekmektedir.

⁴ Oskay, Ü., “Önsöz” “Medya ve Boş Zaman,” içinde s.10

⁵ Akt. Aydoğan, “Kenneth Roberts, *South and leisure*, London, 1983, s.46” A.g.e., s:19

⁶ Akt. Aydoğan “John R. Kelly, *Leisure*, Prentice Hall, New Jersey, 1982, 2 Baskı, s.6” A.g.e., s:21

⁷ Akt. Aydoğan, “John Wilson, “*Politics and Leisure*”, Allen and Unwin, London, 1988, s:2” A.g.e., s:19

Butler'e göre boş zamanların değerlendirilmesi; bir deneyim biçimi, zengin bir yaşantı elde etme yoludur. Özel bir etkinlik türü olarak boş zaman, çalışma dışı zaman, bir toplumsal sistem, bir eğitim safhası, duyguların boşalmasını sağlayan bir yoldur.⁸

Türkiye'deki boş zamanla ilgili araştırmalarda "boş zaman" kavramının tanımlanış biçimleri ise şöyledir; Tezcan'a göre "boş zaman bireyin hem kendisi ve hem de başkaları için bütün zorunluluklardan kurtulduğu ve kendi isteği ile seçeceği bir faaliyetle uğraşacağı zamandır".⁹ Abadan-Unat, "Üniversite Öğrencilerinin Boş zaman Faaliyetleri" adlı araştırmasında boş zamanı "uyumak, yemek yemek, vücut temizliği yapmak, fakülteye gidip-gelmek dışında kalan vakit"¹⁰ olarak tanımlamaktadır. Bunun yanı sıra; Demiray çalışmasında Crandall'ın "herhangi bir dürtüye dayandırılan ihtiyaçlar için harcanan boş zaman"¹¹ tanımına yer vermiştir.

Gökçe, "Orta Öğretim Gençliğinin Beklenti ve Sorunları" adlı çalışmasında boş zamana "özgür zaman" der ve şu şekilde tanımlar: "Özgür zaman bireyin tam bağımlılık ve zorunluluklarından -görece- kurtulduğu bir zaman dilimidir."¹² Dumazedier'in "bugünün mutluluğunu yeni ahlak kuralları ve boş zaman üzerine yükselecektir" şeklindeki sözlerinden yola çıkan Abadan-Unat bu düşünceye dayandırdığı boş zaman için "... şu halde boş zaman teknik gelişim ve sosyal önlemler sayesinde kişinin üretime yönelmiş etkinlikleri sırasında veya onu izleyen zamanlarda girişmekte olduğu işler dışında harcayabileceği zamandır"¹³ demektedir.

İnsanlar için bir gereksinim olan boş zaman etkinliklerine katılırken bireyin gönüllü olması, zevk alması, ekonomik faaliyetlerde bulunması ve bireye bağımsızlık duygusu kazandırması beklenir. Bayer'e göre bu tür etkinliklerin üç tür işlevi vardır. Dinlenme, eğlenme ve ilerleme.¹⁴

Kısacası boş zaman alışkanlıkları; reel hayatın zorluklarından, sıkıntılarından kaçmak ve yaşantımızı anlamlı kılmak için yaptığımız, katıldığımız aktivitelerin genelini kapsamaktadır. Yani boş zaman alışkanlıklarımız; yapmamız gerekenler üzerinden değil, eğlence sektörünün

⁸Gökmen H., "Yükseköğrenim öğrencilerinin serbest zaman etkinlikleri kendilerini gerçekleştirme düzeyleri", 1985, s:16

⁹ Tezcan, M., "Kültür ve kişilik : (psikolojik antropoloji)", Ankara : Bilim Yayınevi, 1987, s:4

¹⁰Abadan-Unat, N., "Üniversite öğrencilerinin serbest zaman faaliyetleri : Ankara yüksek öğrenim gençliği üzerinde bir araştırma" Ankara : Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1961, s:3

¹¹Demiray, U. "Açıköğretim Fakültesi öğrencilerinin boş zamanlarını değerlendirme eğilimleri" Eskişehir : Anadolu Üniversitesi, 1987,s:8

¹² Gökçe,B. ve diğerleri, "Orta öğretim gençliğinin beklenti ve sorunları", Ankara : T.C. Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı Gençlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 1984.

¹³ Abadan-Unat, N., a.g.e.s:16

¹⁴ Gökmen,A.g.e.,s:16

bize sunduğu olanaklar arasındaki seçimlerimizden oluşmaktadır. Bu süreçte daha çok bizim birey olarak ne yapmak istediğimizin ön plana çıktığı ve bunun sonucunda gerçekleştirdiğimiz aktivitelerin tümünü kapsamaktadır. Sınırlı da olsa boş zaman alışkanlıkları birey için özgürleşim alanıdır diyebiliriz. Boş zamanlarımızda katıldığımız popüler kültür etkinlikleri; birey olarak bizleri tatmin eden, günlük hayatın rutinlerinden uzaklaşmamızı sağlayan ve kişisel deneyimlerimiz sayesinde bizleri geliştirmektedir.

1.2.Boş Zaman'ın Yeri ve Önemi

Boş zaman dilimindeki yapılan etkinlikler oldukça önemlidir. Çünkü bu etkinlikler; toplumdaki kültürel değişimleri yansıtan bir özelliğe sahiptir. Boş zaman alışkanlıkları geçmişten günümüze farklılaşarak yeni anlamlar kazanmıştır. Öyle ki bu yeni anlamlar boş zamanı, çağdaş yaşamla birlikte insanın ve insan hayatının merkezine yerleştirmiştir. L. P. Smith'e göre; *“Eğer boş zamanınız yoksa, ruhunuzu kaybediyorsunuz”* demektedir.¹⁵ Boş zaman; bireyin eğlenme, dinlenme, hoşça vakit geçirme, toplumsallaşma, arkadaş grupları ile bütünleşme, kişiliğini geliştirme, kendisi olabildiği ve kendisini keşfedebildiği aktivitelerin bütünüdür. Bireyin kendini yeniden gerçekleştirmesini, içinde bulunduğu toplumsal yapıya uyumunu ve kültürel gelişimini sağlamaktadır.

Boş zamanı değerlendirme etkinliklerine katılma üzerine yapılan çalışmalardan 1959'da Havighurst ve Donald'ın yaptıkları çalışma ve yine Havighurst'un 1961'de yaptığı çalışmaya göre, boş zamanları değerlendirme etkinliklerine katılmanın en önemli nedenlerini şöyle sıralıyor¹⁶:

1. Boş zamanı zevk alarak yaşamak,
2. İşten farklı bir şeyler yapmak,
3. Arkadaşlarla etkileşim kurmak,
4. Yeni deneyimler yaşamak,

¹⁵ http://tr.wikiquote.org/wiki/Bo%C5%9F_Zaman

¹⁶ Kılbaş, Ş., *Gençlik ve Boş Zaman Değerlendirme*, Çukurova Üniversitesi Basımevi, Adana 1994,s.34

5. Bir şeyler başarma duygusu yaşamak,
6. Yaratıcılık duygusunu tatmak,
7. Toplumsal yarar elde etmek,
8. Zaman geçirmek.

Pierce 1980’de yaptığı çalışmada iş ve boş zaman etkinliklerine katılmadan sağlanan doyuma ilişkin ölçüt şöyle¹⁷:

1. Dostluk (intimacy)
2. Dinlenme ve rahatlama (relaxation)
3. Başarı (achievement)
4. Güçlü (power)
5. Üstünlük (transcendence)
6. Coşku (exciment)
7. Yenilik (novelty)
8. Entelektüellik (intellection)
9. Hoşsohbetlilik (sociability)
10. Zaman değerlendirme (time filling)
11. Yapıcılık (constructiveness)

Boş zamana yönelik yukarıda belirtilen tüm bu nitelikler göz önünde bulundurulduğunda, günümüzde üniversite öğrencilerinin boş zamanlarında içinde bulundukları faaliyetler kişisel gelişimleri için kullanacakları zaman dilimi olabileceği gibi kendilerini geliştirmedikleri, sistemin bir parçası oldukları, boşa harcanmış zaman dilimi de olabilir. Üniversite öğrencilerinin boş zaman etkinliklerinde harcadıkları zaman; kendi özgürleşim alanlarını oluşturmak ve geliştirmek için kullandıkları bir zaman dilimi veya kültür endüstrisinin onlara verdiklerini

¹⁷ Kılbaş, a.g.e., s:35

sorgulamadan içselleştirdikleri günü birlik tüketilen ve kendilerini popüler kültürün bir parçası haline getiren zaman dilimi de olabilir.

1.3. Boş Zamanın Tarihsel Gelişim Süreci

Boş zaman tarihin ilk dönemlerinden beri süregelen bir kavramdır. Son dönemlerde insanoğlunun boş zamanlarının artması ile boş zamanları değerlendirme faaliyetlerinde bir artış gözlenmektedir. Bu nedenle boş zamanın tarihsel gelişimi ve dönüşümü irdelenmelidir.

İnsanlık tarihinin ilk dönemlerindeki endüstrileşmemiş olan kültürlerde çalışma saatleri günümüze oranla daha uzundur. Bununla birlikte iş ve boş zaman bir bütün halindedir. Bu dönemde tarım, toplayıcılık ve avcılıkla uğraşan toplumlarda iş ve boş zaman modern toplumlara göre daha çok birbirini tamamlar niteliktedir.¹⁸

Arkaik ve toprağa bağlı toplumlarda çalışma ve dinlenme birbirini tamamlar görünümündedir. Yerleşik tarım ekonomisi ile daha disiplinli olmuştur. Zaman ayinlerin yapıldığı kutsal zaman ile ayin yapılmayan ve çalışılan zaman ise kutsallık dışı zaman olarak zaman ikiye ayrılmıştır. Bu dönemde yoğun çalışmanın yaşandığı ancak dinlenmenin de ihmal edilmediği bir dönemdir. İnsanlık tarihinde ilk kez boş zamanların ortadan kalkmasıyla zaman artık kutsallık dışı çalışma süresi olarak tanımlanmaya başlamıştır.¹⁹

Bu dönemden sonra çalışmanın farklılaşmasının sonucu toplumda yeni bir -elit bir tabakanın- sınıfın oluşmasını sağlamıştır. Boş zaman politik, kültürel ve sosyal dayanaklı ileri bir kültürle birleşmiştir. Örneğin Mısır, Asur ve Babil medeniyetleri çok fazla boş zaman faaliyetine sahipti. Fakat bu boş zaman faaliyetleri toplumun belli bir zümresine -dini, askeri liderlere veya toplumun üst sınıfına- aitti. Bu dönemdeki toplumlarda başlıca boş zaman faaliyetleri; at biniciliği, güreş, boks, okçuluk, sanat, dans, müzik, drama, avcılık, savaş v.b. aktiviteleri iken bunun yanı sıra boş zamanlarında içmek ve kumar oynamak da bu faaliyetler arasındaydı²⁰.

¹⁸ Godbey, G., "Leisure in your life : an exploration" State College, Pa. : Venture Pub., c1990.s:26

¹⁹ Karaküçük, S. "Rekreasyon : (boş zamanları değerlendirme) kavram-kapsam ve bir araştırma Ankara", 1997, Ankara, Seren Ofset, s:39

²⁰ Torkildsen, G.. "Leisure and recreation Management", London : E. & FN Spon, 1992, s:16

Boş zaman aktiviteleri antik çağdan beri üzerinde düşünülen bir kavramdır. İnsanı ve onun dünyasını anlayabilmek için, insana ait çeşitli etkinlikleri de inceleyen Antik yunan düşünürlerinden Aristo'ya göre “özgür yaratıcı zaman kullanımı” temelinde köle emeği bulunan bir toplumsal yaşamda, özgür insanlar için hem bir erdem, hem de bir yücelmeydi. Ayrıca, özgür insanlardan biri olmanın yükümlüğü idi.²¹

Antik Yunan Dönemi'nde yaşayan erkeklerin çok fazla boş zamanı vardı. Bu zamanı dinlenmeye, eğlenmeye ve spora ayırırlardı. Aynı zamanda dini festivallerle, gymnasium, bahçeler ve açık hava tiyatrolarıyla boş zamanlarını geçirdikleri faaliyetlerdi. Bu dönemde kadın ikinci sınıf statüsündeydi.²²

M.S. 354'te Romalıların yılda 200 güne yakın tatil günleri vardı. Boş zaman alışkanlıkları Antik Yunan'dakinden farklılaşmıştır. Romalılardaki boş zaman çalışmak için kondisyon sağlamak amaçlıydı ve bunu yapmalarındaki temel amaç savaşta fiziksel kondisyon sağlamaktı. Bu dönemde boş zamanları değerlendirmek amacıyla halk için 800'den fazla umumi hamam yapılmıştır.²³

Aristo, Politika adlı eserinde boş zamanla ilgili: “...bütün yaşam çalışmakla boş zamana, savaşla barışa bölünebilir; yapılan şeylerden bazıları ahlaki değeri olan eylemler sınıfına girerler, ötekilerinse zorunlu olmalarına karşılık böyle bir değerleri yoktur ...savaşı barış için seçeriz; çalışmayı boş zaman bulmak için, aşâğılık ve faydalı eylemleri soylu eylemler için seçeriz” demektedir. Aristo boş zamanın önemini vurgulamak için “Bir kimse çalışabilmeli ve savaşabilmeli, ama daha önemlisi zorunlu ve faydalı şeyleri yapmak için barış içinde yaşayabilmeli, incelikle bezenmiş boş zamanı olan bir yaşam sürdürmelidir.”²⁴ demektedir. Aristo'ya göre, boş zaman; toplumun kendini eğitmek için kullanacağı kıymetli zaman dilimidir ve bunun için kullanılması gerekmektedir. Aristo'ya göre “savaşın amacı boş zaman sağlamaktır.”²⁵

Ortaçağ Döneminde aristokrat sınıf ve onlara bağlı serflerden oluşan bir sınıftan bahsedebiliriz. Tarıma dayalı bir üretimin yoğun olduğu bir dönem. Bu dönemde kadın ile hizmetkârın boş zamanı, erkeğinkinden farklıdır. Bu, geniş ölçüde, efendiye hizmet veya ev

²¹ Oskay, Ü., “XIX. yüzyıldan günümüze kitle iletişiminin kültürel işlevleri : kuramsal bir yaklaşım”, Ankara : A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1982,s:16

²² Godbey, a.g.e., s.13

²³ Torkildsen, a.g.e., s.19

²⁴ Aristoteles, İ.Ö. 384-322. “Politika”; çeviren Mete Tuncay. – 1. baskı. – İstanbul : Remzi Kitabevi, 1975,s: 222

²⁵ A.g.e.,s:224

eşyalarının korunması şeklindedir. Bu sınıfın harcadığı emek üretici bir iş kapsamında sayılmaz. Kadının ya da ev çalışanlarının yaptığı işler sıklıkla zor işlerdir ve tüm evin rahatını sağlamadıkları sürece üretici güç olarak hesaplanmamaktadır. Sadece bu işten geriye kalan işler boş zaman çalışması olarak değerlendirilmektedir.²⁶

Sanayi devrimiyle birlikte, 1778’de Fransa’da “ticaret düşmanı” diye adlandırılan tatil günleri ve dinlenme kısıtlatmış, içki içmeyi önleme bahanesiyle pazar günleri de çalışma yaşamına dahil edilmiştir. Sanayileşme sürecine girilmesinin ilk yıllarında, çalışma ön plana fazlaca çıkartılmış, boş zaman tembellik olarak nitelendirilmiştir.²⁷

Endüstri devrimi yalnız üretim ve tüketim ilişkilerini etkilememiş, aynı zamanda insanlara çalışma zamanı dışında kalan “boş zaman” ortamı sağlamıştır. Endüstrileşme ile birlikte insanların yaşam alanları (ev-konut) ile işyerlerinin ayrılması sonucu “boş zaman etkinlikleri” önem kazanmıştır. Ondokuzuncu yüzyılda haftalık çalışma süresi 75 saat iken son yıllarda bu süre 40-45 saate inmiştir. Çalışma saatlerindeki bu değişim sonucunda çalışanların günde 2-3 saat boş zamana sahip olması sağlanmıştır.²⁸

Bu dönemde çok çalışanlar çalıştıkları halde yoksullaşırlarken, üretime katılmayan burjuvalar zenginleşmekteydi. 1883’de Paul Lafargue, *Tembellik Hakkı* adlı kitabında çalışmanın aslında işçinin bireysel ve toplumsal felaketine yol açan bir eylem olduğunu, bireysel ve toplumsal yoksunlukların nedeninin de, kapitalist ahlak ve ekonomi olduğunu söylemiştir.²⁹ Boş zamanı “bütün kötülüklerin anası” saymıştır. Günümüzde “boş zaman ve kültürel etkinlikler” en az bir yaşama bütçesi ve asla kısaltılmaması gereken evrensel bir insan hakkı sayılmaktadır.³⁰

1880’lerde Fransa ve İngiltere’de çalışma saatleri uzamıştır ama buna rağmen çalışan grupların ücretli izin hakkı olmadığı halde Paskalya vs. gibi dönemlerinde işçilerin tatile çıktıkları görülmüştür. 19. yüzyılda teknolojik ilerlemelere karşın çalışma süreleri de artmaya başlamıştır.³¹ Örneğin Amerika’da fabrikalarda haftalık çalışma saati 70 saate ulaşmıştır.

Sanayi devrimiyle başlayan otomasyon, fazla üretim, gelişmeler ve insanların boş zamanlara duydukları ihtiyaç sonucunda çalışma saatlerinde azalmalar, bunun sonucunda boş

²⁶ Veblen, T., “Aylak sınıfın teorisi”, Babil yayınları, İstanbul :2005, s:51

²⁷ Karaküçük, a.g.e., s.39

²⁸ Abadan-Unat, N., **Batı Almanya'daki Türk işçileri ve sorunları**, Ankara : T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, 1964, s:50

²⁹ Akt. Aydoğan, “Marx,K., “1844 Felsefe Yazıları”, çev. Murat Belge, V yayınları, Ankara, 1986, s:73-74”, a.g.e., s:91-92

³⁰ Abadan-Unat, N., a.g.e., s:51

³¹ Karaküçük, a.g.e., s.40

zamanlarında artışa neden olmuştur. Ancak bunlar özellikle sanayi devrimi yıllarındaki uzun mücadeleler sonucu kazanılmış haklardır. Uzun iş saatleri sonucu çalışanların fiziksel ve ruhsal rahatsızlıklarına neden olmuştur. Çalışanların verdikleri bu mücadeleler aşırı çalışma-çalıştırma zihniyetinin yıkılmasıyla sağlanabilmiştir.³²

İş ve boş zaman ilişkisi üzerine gelişen düşünceler, endüstri devriminin oluşumuna etkili olmuştur. Weber, “Protestan Ahlakı” adlı eserinde üretkenlik ve çalışmayı yüceltirken boş zamanı kaybedilen zaman olarak tanımlamaktadır. Ona göre çalışmak ve bir şeyleri üretiyor olmak insanlar için gerçek bir rekreasyondur. Avrupa’daki toprak soylu aristokrat sınıf Veblen’in de vurguladığı boş zamanı çok olan “aylak sınıf”, yerini sanayi devrimiyle birlikte çalışmaya dayanan ve çalışmasını elde ettiği kar marjı ile ölçen burjuva sınıfına bırakmıştır. Bu köklü değişim ve dönüşüm çalışma süresini ve buna bağlı olarak da boş zaman alışkanlıklarını düzenlemesini gerekli kılmıştır.

Boş zaman alışkanlıklarında Sanayi Devrimi ile birlikte köklü değişimler yaşanmıştır. Çalışma hayatındaki değişimler, gelişmeler boş zamanların şekillenmesinde önemli rol oynadı. Kentleşmeyle birlikte toplumsal yapıda da büyük değişimler yaşandı. Yeni dönemle birlikte çalışma ve boş zamanın düzenlenmesi ihtiyacını da beraberinde getirdi. Evde üretim yerine fabrikada üretim dönemi başladı, bireylerin tüketim anlayışında köklü değişimler yaşandı.

1930’lardan itibaren endüstrileşme ve otomasyonla çok kazanan çok üreten toplumlar da artık çalışma saatlerinde azalma ve boş zamanlarında ise artmalar görülmüştür. Ücretli izinler ve 40 saatlik haftalık çalışma uygulamaları, çalışanların boş zamanlarında hissedilir bir artış sağlamıştır. Böylece son yüzyılın içinde, yıllık çalışma süresinin 3000’den 2200 saate indirilmesiyle kişilerin dinlenme süresi çoğalmıştır³³

Ancak Kapitalizm, kentleşme ve endüstrileşme toplumlar arasında bölünmeleri de beraberinde getirmiştir. Bu bölünmeler sonucu boş zaman adı altında yeni bir toplumsal sınıf oluşmuştur. Bu sınıflamaya karşı çıkanlar olmuştur, bunlardan biri de Veblen dir. Ona göre boş zaman; üretmeden tüketmektir. Boş zamanı sömürü olarak görmekteydi.³⁴

Endüstriyel kapitalizm sadece para ve zamana sahip küçük bir boş zaman sınıfını değil çalışmak zorunda olan işçi sınıfını da doğurmuştur. Teknolojik gelişmelerle birlikte işçiler daha

³² Karaküçük, a.g.e., s.38

³³ Hacıoğlu,N., Gökdeniz, A., Dinç,Y. ; editör Gökdeniz, A., “Boş zaman & rekreasyon yönetimi : (örnek animasyon uygulamaları)”, – 1. bs. – Ankara : Detay Yayıncılık, 2003.s:19

³⁴ Godbey, a.g.e.,s.28

fazla üretmeye başlamıştır. Bunun sonucunda ise, işçilerin boş zamanlarında bir artış meydana gelmiştir. Örneğin seyahat etme şansları artmış, bu hareketlilik eğitim seviyesini de arttırmıştır. İnsanlar daha çok aktivite ile uğraşmaya teşvik edilmiştir. Modernizmin ilk dönemlerinde Avrupa’da görülen halk temsilleri ve şenlikler yavaş yavaş yerlerini ticari olarak desteklenen tiyatro, müzik, dans, spor vs’ye bırakmıştır. 18.yy.ın İngiltere’indeki kaplıcalar gibi turistik tesislerin gelişmesiyle 18.yy.ın başlarında kültür ve sporun elit sınıfa has özel etkinlikler olmaktan yavaş yavaş uzaklaşarak giderek halka açık etkinlikler olmaya başlamıştır ve bu olay 19.yy.da gelişmeye devam eden boş vakitleri ticarileştirmesini sağlamıştır.³⁵

Boş zamanların, dinlenme, eğlenme, kendini geliştirme, sosyal ilişkilerde bulunma, spor yapma, tatile çıkma gibi keyif alınan bir zaman dilimi olarak öneminin arttığı, sendikalar ile diğer kesimlerin bu yüzden daha az çalışıp, daha fazla boş zamana sahip olma arzularının geliştiği dönemler de yaşanmıştır.³⁶ Boş zaman ile turistik tatiller meydana geldikten sonra ortaya 3 sekiz adıyla bir teori atılmıştır. Bu teori 8 saat iş, 8 saat gevşeme ve 8 saat de dinlenmeyi içermektedir. Bu teoriyle birlikte 20.yüzyılda boş zamanı ve tatili bir hak olarak kabul eden ülkeler, yıllık ücretli izin hakkını zaman içinde kabul etmişlerdir.³⁷

Birinci Dünya Savaşı’ndan sonraki yıllarda, çalışanlara boş zaman hakkını teslim eden “ücretli izin” hakkının yer aldığı ilk hukuki çalışmalar yapıp bu konuda mevzuatlar çıkarılmaya başlanmıştır. 1930’lu yıllarda Uluslararası Çalışma Örgütü ve Birleşmiş Milletler Topluluğu’nun gündemine gelen bu konu, 1936’da pek çok Avrupa ülkesinde yasa olarak kabul edilip uygulamaya konulmuştur. Örneğin İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi 24. maddesine “herkesin dinlenmeye, boş zamana, özellikle iş saatlerinin makul ölçüde sınıflandırılmasına ve belli dönemlerde ücretli tatillere hakkı vardır” ibaresi konulmuştur. Bu çalışmaları 60 kadar ülke takip etmiştir. Mevcut yasalar ilk ücretli izinleri 6 gün olarak belirlemiş daha sonra 12 güne çıkararak geliştirmiş ve halen de geliştirmeye devam etmektedir. Bu sadece ücretli izin haklarının verilmesiyle de sınırlı kalmamış ayrıca turizmi teşvik eden indirimli ulaşım biletleri gibi kolaylıklar da sağlanmıştır. Ayrıca bu uyumla boş zamanları değerlendirme etkinlikleri, turizm ve bağlı sektörlerde büyük hareketlilik ve gelişmeyi de sağlayabilmiştir.³⁸

³⁵ Tenekecioğlu, B., Ersoy, Nezihe F., “**Ekonomik Kalkınmada Makro Pazarlama**”, (Eskişehir, Birlik Ofset Yayıncılık, 2002), s.152

³⁶ Karaküçük, a.g.e., s.43

³⁷ Hacıoğlu, a.g.e., s.19

³⁸ Karaküçük, a.g.e., s.46

Post-endüstriyel toplumlara gelindiğinde işçiler materyal üretmekten çok hizmet üretmeye başlamışlardır.³⁹ Bu dönemde boş zaman alışkanlıklarına yönelik yapılan üretimler hizmet sektörünün gelişmesini sağlamıştır. Boş zaman endüstrisinin gelişmesini sağlayan bu yeni dönem insanların çalışmadan arta kalan zamanlarda haza yönelik davranış biçimleri geliştirmesini sağlamıştır. Çalışma saatlerinin azalması yıllık tatil günlerinin artması sayesinde; tatil dönemlerinde yurt içi ve yurt dışı gezilere yönelik hizmet veren seyahat acentelerinin çoğalmasından bahsedebiliriz.

1.4. Boş Zaman, Tüketim ve Kapitalizm

Çalışma saatlerinin azalması, boş zamanlarımızda önemli bir artışa neden olmuştur. Boş zamandaki bu artışla birlikte, daha fazla alışveriş ve tüketime dayalı bir boş zaman anlayışını da beraberinde getirmiştir. Tüketime yoğun yaşandığı zaman olarak “boş zaman” önceden Veblen’in kavramsallaştırmasıyla “aylak sınıf”ın yani aristokrat sınıfın zamanıydı. Sanayi devriminden sonra çalışma saatlerinin azaltılması ve üretimin artmasıyla birlikte orta sınıfı ve özellikle işçi sınıfının da boş zamanı olmuştur. Boş zaman; gerek tüketilen gerekse özgürleştiğimiz bir zaman dilimi olarak her sınıftan insanı içine alan bir süreçtir. Böylece, her geçen gün yaşam alanımızı kuşatarak, sisteme dahil olmamızı sağlamaya devam edeceği varsayılmaktadır.

Değişen yeni dünya düzeniyle birlikte çalışan kesimin yaşam koşullarında belirgin iyileşmeler gerçekleşmiştir. Çalışma saatlerinin azaltılması, hastalık sigortaları, işsizlik sigortası, emekli aylığı gibi yardımlarla bu kitleler önceki kötü koşullardan bir ölçüde kurtulması sağlanmıştır. Çalışanların sosyal ve ekonomik haklarını kazanmaları yalnızca yerleşim mülkiyetinin sağlanması, daha iyi beslenme ve eğitim koşullarının edinilmesini sağlamamış aynı zamanda eğlenceye yönelik olanaklara kavuşmalarını beraberinde getirmiştir.

Kapitalizm ile boş zaman arasındaki ilişki sanıldığı gibi basit bir ilişki değildir. Gündelik hayatta kapitalizmin çalışma üzerine kurduğu denetimi boş zamanları da planlayarak, denetlemeye çalışmaktadır.

³⁹ Godbey, a.g.e.,s.35

David Reisman, “Work and Leisure in Post-Industrial Society/ *Sanayi Sonrası Toplumlarda Boş Zaman ve Çalışma*” adlı makalesinde, modern dönemde boş zamanın toplumun diğer alanlarda yaşadığı eksiklikleri gidermek için kullanılan bir kuruma dönüştüğünü ama böylelikle özgürlük ve yaratıcılık kazandırma işlevlerini yitirdiğini belirtmiştir. Yazar, yapılan araştırmalarda daha iyi eğitilmiş ve boş zaman sıkıntısını çekmeyen kitleye göre, boş zamana ve tüketime görece daha yeni bir zamanda sahip olan ve yoksulluktan buna bağlı olarak seçme sınırlılığından yeni kurtulan kitlelerin, tüketicilik tutumlarını sürdürmeye daha yatkın olduklarını belirtmiştir. Ayrıca, Reisman görece incelikli değerlere ulaşmış orta sınıf insanın maddi mallara ilgisinin azalmasına karşın, işçi sınıfında yeni elde ettikleri haklarından dolayı orta sınıftaki benzer durumun ortaya çıkmasının uzun zaman alacağını belirtmiştir. Reisman boş zamanla birlikte ortaya çıkan bütün olumsuzlukların çalışmanın daha anlamlı hale getirilmesiyle ortadan kaldırılabileceğine öngörmüştür. Çalışmayı daha anlamlı kılma konusunda ümitsiz olan Reisman çalışan kitlelerin boş zamanlarını ve tüketiciliklerini, toplumsal düzen tarafından kendilerinden alınmış olan doyumları ve onurlarını elde etmek üzere kullanmak zorunda oldukları bir zaman olarak tanımlamıştır.⁴⁰

Tüketim alışkanlıklarının en yoğun yaşandığı yaşam alanları ise çalışmadan arta kalan zamanlar yani boş zaman alanlarıdır. Kapitalizm, insanlara tüketim bilinci oluşturarak boş zamanlarını ele geçirmeye çalışmaktadır. Diğer bir deyişle, tüketicilik bir yaşam biçimine dönüştürülerek, marka ve sembollerin peşinden koşan tüketici bilinç inşa edilmeye çalışılmaktadır.⁴¹ Kapitalizmin tüketime yönelik yeni alanlar oluşturmaya sürecinde boş zaman endüstrisinin gelişmesini sağlamıştır. Boş zaman alanları artık büyük endüstrilerin ilgi odağı haline gelmiştir. Bu endüstriler, boş zamanda gerçekleştirilen etkinliklerin malzemelerin üretilmesinde ve pazarlanmasında oldukça belirleyici bir rol oynar. Bu endüstrilerin hedef kitlesi gençliktir ve dolayısıyla da üniversite çağındaki gençler bu endüstrinin en yoğun tüketicisidir.

Günümüzde boş zamanlarımızın çoğu, bedenin korunmasına, geliştirilmesine ve cilt bakımına harcanmaktadır. Benzer biçimde boş zaman sanayii bedenlerimizi giydirmeye, çekiciliğimizi arttırmaya, gençliğimizi korumaya çalışmaktadır. Boş zamanın, sağlığın ve kişisel yararın sembolü olarak kullanılması, günümüzün modasında da karşımıza çıkmaktadır. 1980’li ve 1990’lı yılların giysileri, hem çalışma hem de teşhir için giyilen spor kıyafetlerdir. 2000’li

⁴⁰ Akt. Aydoğan, “Reisman, “Work and Leisure in Post-Industrial Society”, Mass Leisure, s.371”, a.g.e., s:169-170

⁴¹ Aytaç, Ö., “**Kapitalizm Ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman**” C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Aralık-2004, Cilt:28No:2, s:116

yıllarda giysiler post modernliğin yansıması olarak çeşitlenmiştir. Rahatlığın, yöreselliğin, etnik simgelerin (hızma, şalvar, hint kıyafetleri) yeniden tasarımıyla gençler arasında rağbet gören yeni bir giyim tarzı ortaya çıkmıştır. Bu gençler kıyafetleri yoluyla kendilerini görünür kılmaya çalışmıştır. Buna benzer olarak, modern dönemden önce güneşte yanmak beden emeğiyle güneş ışığında çalışanlara özgü bir şey sayıldığından bir alt sınıf göstergesi iken, günümüzde tatile gidip güneşte yanmak güzelleşmenin ve tatile gidebilecek parası olduğunu göstermenin yolu olmuştur.⁴²

Kapitalizm, bütünleşik bir iktisadi/siyasi/sosyal sistem olarak, tüm çevresel etkileşim seçeneklerini kendisi yeniden örgütler. Bu örgütlenmenin kapsamı alanında çalışma ortamı olduğu gibi, sosyal yaşam, kültürel etkileşim süreçleri ve tüm politik ilişkilerini de kapsar. Kapitalist aklın denetimine giren ilişki süreçleri, yeni anlam ve değerler kazanır. Kapitalizm, kâr'a dönüştürebileceği her şeyi kendi mantığı içinde değiştirir. Boş zaman, kapitalizmin yeniden biçim verdiği "*çalışma ethosu*" ile yakından ilişkilidir. Hatta boş zaman genelde çalışma ile birlikte tanımlanır, çalışmanın baskısından uzaklaşma anlamı taşır. Bu anlamda, kapitalist çalışma ve boş zaman arasında yakın bir ilişki oluşur. Antik dönemde var olan boş zamandan kapitalizmle birlikte; örgütlü, disiplinli, metodik ve çoğu zaman sıkıntılı çalışma düzeninin bir sonucu olarak çalışma dışı zamanı da (leisure) net çizgilerle ayıran bir yaşam alanına dönüştürmüştür.⁴³

Pronovost'a göre boş zaman kapitalist anlamda kendi ekonomik alanını oluşturmakta ve bu sektörün yüksek kâr paylarının döndüğü kârlı bir sektör haline geldiğini belirtmektedir. Pronovost, boş zaman ekonomilerini iki kategoride tanımlar. Bunlardan biri, boş zaman ekonomilerinin örgütlenmesi, ikincisi ise; boş zaman etkinlikleri ekonomisinin sosyal ve kültürel boyutu, kültürel kalıplar vs.den oluşur.⁴⁴

Georg Lukacs'a göre ise zaman kavramı bile artık metalaşmıştır. Sanayileşme ile birlikte çalışma dünyasındaki değişimlerle birlikte kavramının da sınırlarını genişletmiştir. Kapitalizmin ürettiği mallar ve hizmet bu zaman diliminde tüketilmesi ile sınırlandırılma durumuna gelmiştir. Kapitalizmin ticaretleştiremediği etkinlikler ise boşa geçirilen zaman olarak nitelendirilmiştir.⁴⁵

⁴² Belge, M., "**Tarihten Güncelliğe**", Alan Yay, İstanbul, s.223-224

⁴³ Akt. Aytaç, Ö., "**Kapitalizm Ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman**" C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Aralık-2004, Cilt:28No:2, "Juniu, Susana.(2000), "**Downshifting: Regaining the Essence of Leisure**" s:70", a.g.e., s: 117

⁴⁴ Akt. Aytaç, "Pronovost, 1998:86" a.g.e.s:118

⁴⁵ Aydoğan, a.g.e., s:172-173

Boş zaman, kapitalizm ve modernite ile birlikte, çok farklı toplumsal alanlarda örneğin, sınıf, statü, yaşam tarzı, tüketim, medya, kültür endüstrisi, yabancılaşma vs. ilişkilendirilmiştir. Bu ilişki alanları, çok belirgin bir şekilde boş zamanın içerisinde yaşanan zenginleşmeyi ve farklılaşmayı da göstermektedir. Boş zaman bu nedenle, ticari, ideolojik, kültürel ve medyatik bir yaşam alanı olarak görülebilir.⁴⁶

Kısacası boş zaman; sanayileşme ve çalışma zamanının kısaltılması ile birlikte kapitalizmin kendi devamlılığını sağladığı bir alan olmuştur. Boş zaman kapitalist sistem için tüketim bilinci oluşturma, ve tüketim kültürün yeniden üretilmesi sürecinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Boş zamanın meta olarak sunulmasını ve kullanılmasını sağlayan başlıca araçlar medya, eğlence sektörü, turizm, alışveriş merkezleri ve alışveriş, spor, moda, müzik, mekan, sinema, internet vb olarak sayılabilir.

1.5.Çalışma ve Boş Zaman

Çalışma yaşamındaki gelişmelerin ve çalışma yaşamındaki köklü değişimlerin bir yansıması olarak boş zamanlarımız da değişime ve dönüşüme uğramıştır. Böyle bir değişimin sonucunda; öncelikli olarak çalışma hayatının planlanmasını gerekli kılmıştır.

Marx, günümüzde bir dayatma, bir para kazanma yolu olması, kendi başına amaç taşıyan bir etkinlik olmaması nedeniyle sıkıcı bir duruma gelen çalışmanın, aslında zevkli bir etkinlik olduğunu belirtmiştir. Çünkü Marx'a göre çalışma, bir yandan insanın ihtiyaçlarını karşılarken, bir yandan da insanın temel doğasının gereksinmesine denk düşen bir nesne yaratmanın verdiği hazı yaşamasını sağlayan bir etkinliktir. Ayrıca, çalışma, gerçek hayatta karşımıza çıkan engelleri aşmamızı, dünya içinde ve dünya aracılığıyla amaçlarımıza ulaşmamızı ve yeteneklerimizi geliştirmemizi sağlar.⁴⁷

Freud'a göre ise insanlarda çalışma içgüdüğü diye bir şey yoktur. Çalışma, haz vermeyen, sıkıntılı bir şey olduğundan itici gücünü cinsiyetten ya da saldırganlık içgüdülerinden alır; bu içgüdülerin çalışarak ve dolayısıyla toplumsallaşarak ortaya çıkmasıyla da uygarlığın, maddi ve

⁴⁶ Aytaç, Ö., "Tüketimcilik ve Metalaşma Kısacasında Boş Zaman", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(11)2006 /1,s:30

⁴⁷ Aydoğan, a.g.e., s:27

düşünsel ortak birikimi oluşur.⁴⁸ Freud'a göre, gerçeklik ilkesinin ardında kıtlık; yani yaşama savaşı, kısıtlama ve fedakârlık düşüncesi yatmaktadır. Bu da çalışma baskısının toplumsallaşmasına ve bireyin emeğine yabancılaşmasına neden olmaktadır. Bireyin isteğinin aslında toplumsal otoritenin kendisinden beklediği şeyler haline gelmesinden bahseder. Birey kendisinden istenenleri kendisi istiyormuş gibi düşünüp istemeye başlamakta, doygunluklar ve hazlara verildiği kadarıyla sahip olmakta ve birey kendine verilenler üzerinden mutlu olduğunu sanmaktadır. Bu nedenle, bireyin boş zamanlarında ya da çalışmada hissettiği mutluluk, yaşamını sürdürmesine yarayan "sahte" ya da Marcuse'nin deyiimiyle "part-time" mutluluktur. Boş zamanın gün içindeki toplam süresi, ortalama iş günü, işe gitme gelme, işe hazırlanma, uyuma ve beslenme gibi gereksinmelerin karşılanması için harcanan süreler çıkarıldığında 4 saattir.⁴⁹ Dinlenmek için geçirilen bu zaman 4 saate sığdırılmaya çalışılsa bile, çalışmada yaşanan yabancılaşma, baskı ve denetim, dıştan bir zorlama olmaksızın boş zamana da taşar.

Çalışmanın sıkıcı olmasının ana nedenlerinden biri para kazanmanın tek koşulu olmasından kaynaklanmaktadır. Aslında çalışma; işlevsel olarak da kişinin sadece isteklerini, haz aldığı şeylere ulaşabilmesini sağlayan, maddi olarak karşılık gördüğü bir gereksinimdir. Çalışma hayatının düzenlenmesi ile birlikte boş zamanların da düzenlenmesi gerekli hale gelmiştir. Eğlence sektörü bu süreçte; boş zamanlarımızı planlama işlevini görmektedir.

1.6. Boş Zaman ve Rızanın Üretimi

Boş zaman mevcut düzen ve gerçeklerden kaçmanın farklı bir yolu olarak ya da uzun geçen yorucu bir günün ardından gerçekleştirilen sosyal bir aktivite olarak değerlendirilse de bireyin içinde yaşadığı hayata katlanmasını ve bir sonraki güne ruhsal olarak hazırlanmasını sağlaması açısından önemli bir zaman dilimidir. Diğer bir deyişle, boş zaman bireyi mevcut düzene karşı tahammül etmesini ve gerçek hayatın zorluklarından kısmen de olsa uzaklaşmasını sağlayan bir zaman dilimidir. İşte bu bölümde boş zaman alışkanlıklarının rıza üretimindeki önemi ve reel hayata karşı tahammül sağlamadaki özelliği tartışılacaktır.

⁴⁸ Akt. Aydoğan, "Marcuse,a.g.e.,s.102-104-166"s:23-24

⁴⁹ Akt. Aydoğan, "Horkheimer-Adorno,"**Aydınlanmanın Diyalektiği I**",çev.Oğuz Özgül, Kabalcı Yayınları, İstanbul,1995,s.63-66", s:29-31

Ritzer ve Rojek, günlük rutinlerden ve sıkıcı olandan kaçma adına yöneldiğimiz etkinliklerin birer tuzak olduğuna işaret ederler. Onlara göre, boş zaman ve rekreasyon hayatımızın rasyonalitesinden kaçmaya hizmet etmekle birlikte aslında bu kaçışın yönü yine rasyonalitenin ve bürokratik prensiplerin var olduğu bir dünyaya doğrudur ve bunun yanılmasadan başka bir şey olmadığından bahsetmektedirler. Bazen, “gerçekdışı endüstri” olarak da adlandırılan heyecan ve eğlence endüstrisi, örneğin, Disneyland, Dreamworld ve Movie World gibi mekânlarda “sahte heyecanlar” üretir. Son dönemlerde bu mekânlar örneğin; süper marketler, alışveriş sarayları ve alışveriş merkezlerindeki tema parkları, kamusal tiyatro ve eğlence yerleri haline dönüşmektedirler.⁵⁰ Eco da artık gerçek ve fantazyanın ayırt edilmesinin imkânsız olduğu bir gerçekliğe (hiper gerçeklik) dönüşmesinden bahseder. Gerçek olanla sahte veya taklit olan arasındaki ayrım kaybolmuştur. Bu yüzden, günlük hayat tecrübeleri sanrsal ve ironik hale gelmiştir. Tüketici, böyle bir dünyada sınırsız yeniden üretim ve simülasyondan oluşmuş kitsch kültürden vazgeçemeyen ve bu kültürün bir parçası olan tüketiciler haline dönüşmüştür. Bu durumda kişi, tanıklık ettiği şeyi tanıyamaz buna rağmen, yine de heyecanlı görünür.⁵¹

Baudrillard yaşanan bu irrasyonalliteye, modern bireyin, çalışma yaşamında denediği zorlama etiği, boş vakitlerinde de deneyimlemesine bağlamaktadır. Bu etkinliklerin; eğlence, alışveriş, turizm, bronzlaşma saplantısı, güneş altındaki jimnastik ve çıplaklık, vb. etkinliklerin sanki zorunlu, yapılması gerekli bir ödev bilinciyle yerine getirilmektedir. İsteğe bağlı yapılan bir etkinlik, artık bireylerin diğerlerinden ayrı kalmamak adına yapılan zorunlu olarak gerçekleştirilen “görev”leri halini almıştır.⁵²

From’a göre; bireyselleşmeye yol açan toplumsal, ekonomik ve siyasal koşulların, bireyselleşmeyi engellenmekte ve bireyselliğin gerçekleşmesi açısından temel sunmamaktadır. Modern dönemde, bireyin özgürleşmesi imkânsızdır. Böyle bir yaşamda özgürlük, bireyi özgürlükten kaçarak (*Escape from Freedom*) boyun eğmeye ya da diğer bireylerle kendisini bu belirsizlikten kurtaracak ilişkiler kurmaya mecbur bırakmıştır.⁵³ Kültür sanayiinin ürettiği ürünler bireye kaçış ideolojileri sunsa da bu kaçış ideolojileri sonucunda bireyin özgürleşiminden bahsetmek güçtür. Bir şekilde özgürlükten kaçışa zorlanan bireyler çevresindeki uyaranlardan bu

⁵⁰ Aytaç, 2004, a.g.e.s:135

⁵¹ Aytaç, a.g.e.,s:135

⁵² Aytaç, a.g.e., s:135

⁵³ Akt. Aydoğan, Fromm, Erich, **Özgürlükten Kaçış**, çev. Selçuk Budak, Öteki Yayınları, Ankara, 1995, 3.Baskı,s.43-44” s:154

iletileri alır. Bu iletler, günümüzde özellikle reklâmcılıkta ve televizyon dizilerinde kullanılmaktadır.

Boş zamanı günlük yaşamdan kaçış olarak değerlendirenler, modern toplumdaki kaçış çabalarını bireyin kendisine ait bir deneyim, kendini ifade etmesini sağlayan bir etkinlik olarak görürler; bu nedenle boş zaman etkinlikleri, bireyin bilincini ertelediği yaşam biçimleridir. Bu kaçış çabaları hobiler, oyunlar, spor, tatilleri bu politikalara, dâhil ederler. Böylelikle, tüketim kültürünün kaçışçı mesajları tüketicileri rutinden uzaklaştırarak, sözde özgürlük sözü vererek onlardaki engellenme duygusunu ve modern yaşamın olumsuzluklarını unutturmaktadır. Kitle iletişim araçlarını da içine alan kültür sanayii bir yandan tüketicilerin tüm gereksinimlerini karşılarken, öte yandan kitlelere kendilerine sunulanlarla yetinmelerini önermektedir.⁵⁴ Bu nedenle, kültür sanayii yoluyla boş zamanlarda kitlelere sunulan kaçış mekanizması, toplumda var olan insan ilişkilerinin gerçekliğini örten tepki daha da sevimli, eğlenceli hale getirmek, toplumsal gerçekliğe daha rahat biçimde katlanmayı sağlamaktadır.

Modern toplumu oluşturan bireyler, dönüşen dünya düzeniyle birlikte reel bilince karşı eleştirel bir tutum edinmeyi gerektirmeyen popüler kültür edebiyatı kitaplarını tüketmekte, televizyonda, İnternet’te, gazetelerde, reklamlarda verili olan bütün uyaranları almaktadırlar. Rekreasyon veya boş zaman alışkanlıkları başlığı altında spor, geziler vb. aktivitelerle bu süreç dâhil olmaktadır. Üniversite öğrencilerinin gün içinde yaptıkları aktiviteler incelendiğinde internet ve televizyon vb. kitle iletişim araçlarının önemli bir yeri olduğu söylenebilir. Öyle ki, üniversite öğrencilerinin; gazete okumaya, arkadaşları ile iletişim kurmaya, müzik dinlemeye, dünya hakkında bilgi edinmeye, kendi iş alanları hakkında bilgi edinmeye, iş bulmaya, hatta yeni arkadaşlıklar edinmeye ve kendilerini özgürce ifade edebilecekleri forumlara katılabilmeye yönelik aktiviteleri bile artık bu kitle iletişim araçları ile sağlanmaktadır.

1.7. Dinlenme ve Eğlence Olarak Boş zaman

Boş zaman alışkanlıklarını çalışma dışı kalan zamandır. İnsanlar boş zamanlarında dinlenmek için yaptıkları etkinliklerden doyum sağlayabilir ve günlük yaşam stresinden

⁵⁴ Akt. Aydoğan, “Horkheimer-Adorno, “Aydınlanmanın Diyalektiği II”, Oğuz Özgül, Kabalcı Yayınları, İstanbul, 1996, s.32-33.”, s:158

uzaklaşabilirler. Grup oyunlarında; birlikte olma, toplumsallaşma, arkadaşlık kurma gibi gereksinimleri karşılar. İşte bu çalışma dışı dinlenmeyle geçirilen zaman son yüzyıl içinde eğlence kültürünün gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Öyle ki bu eğlence kültürü çalışma yaşamının içine kadar sızmıştır.

Adorno'ya göre, modern dönemde çalışma ve haz eşit olarak yaşanmaktadır. Buradan hareketle gerçekte eğlence ya da dinlenme etkinliklerine ayrılan boş zamanların günümüzde rasyonel çıkarların hizmete girdiğini, insanların bu etkinliklerden hoşlandıkları için değil; toplumsal konumlarını yükseltmek ya da sağlamlaştırmak için kullanılan zamanlara dönüştüğünden bahsetmektedir.⁵⁵

Martha Wolfenstein, Amerikan kültüründe özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra eğlence ahlakı denen yeni bir yaşam biçiminin ortaya çıktığından söz etmektedir. Schiller; *"İnsan ancak gerçek ciddiyetini yitirdiği ve ihtiyaç hafıflediği zaman özgür olur... Gerçekten insancıl bir uygarlıkta insan yaşamı, çalışmak yerine eğlenmek olacak ve insan ihtiyaç yerine gösteriş içinde yaşayacaktır"* demektedir. Wolfenstein, modern dönemde artık eğlencenin, tabu olmasa bile zorunlu bir etkinlik olduğunu, sıradan insanın aşırı eğlenmeden dolayı suçluluk hissetmek yerine eğlenmediğinde utandığını belirtiyor. Amerika'da 1914 ile 1945 yılları arasındaki Emekçi Çocuklar Bakanlığı'nın yayınlarını araştırarak inceleyen yazar, oyun ile çalışma arasındaki kalın duvarların yıkılışından bahsetmektedir. Yazara göre eğlence ahlakı çalışma yaşamını da kuşatmıştır. Önceden çalışmadan ayrı olarak gerçekleştirilen eğlencelere ya da yemeklere gitme gibi etkinliklerin bugün artık çalışma ilişkilerinin bir parçası durumuna geldiğini, yine daha önceleri çalışma etkinliği ile ilgili görülmeyen kişilik özelliklerinin de artık çalışma yaşamında çok önemli yer tutmaya başladığını ifade ediyor.⁵⁶

Kentsel sanayi toplumundaki toplumsal roller, etkileşim çerçeveleri, toplumsal ritüeller ve boş zaman davranışlarıyla ilgili çalışmalar yapan Erwing Goffman'ı, yüzme havuzları, casinolar, diskolar, parklar, spor alanları ve oyun alanları gibi eğlence mekânlarındaki etkinlikleri incelemiştir. Goffman, bu eğlence mekânlarını, bireyin kendisi için yapıldığını hissettiren mekânlar olarak tanımlamış ve "hayal imalathaneleri" olarak adlandırmıştır. Goffman, hayal imalathanesi terimiyle başkalarıyla kıskanmacı tüketime dayalı toplumsal ilişki biçiminin gerçekleştiği yerleri ya da yalnızca haz alınan yerleri kastetmektedir. Hayal imalathanesi, farklı

⁵⁵Akt. Aydoğan, "Theodor W. Adorno, *The Stars Down the Earth*, Yay. Stephen Crook, Routledge, New York, 1994, s:71-72-76" a.g.e.,s:165-166

⁵⁶Akt. Aydoğan, "Martha Wolfenstein, *"The Emergence of Fun Morality"*, Mass Leisure, ss.86-93", a.g.e.,s:162

toplumsal konumlardaki insanlarla bir arada olmayı ve kişiye empati deneyimi duygusunu yaşatır.⁵⁷

Boş zaman alışkanlıkları farklı zevklere sahip insanları bir araya getiren özelliğe sahiptir. Tüketim toplumunda, kültür sanayi tüketicilerin eğlenceye dönük birçok isteğini karşılarken, aynı zamanda eğlenmeye ayrılan zamanları da kontrol altına almaya çalışır. Günümüzde de üniversite öğrencilerinin arkadaş gruplarında dinlenmek ve eğlenmekten farklı olarak toplumsal açıdan kabul görmek için yaptığı boş zaman aktivitelerinin de mevcut olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle de eğlencenin ve dinlenmenin sadece bireysel hazlardan oluştuğunu söylemek güç olacaktır.

1.8.Oyun ve Boş zaman

Bu bölümde boş zaman alışkanlıklarının en önemli enstrümanlarından biri olan oyunun insan yaşamındaki önemi ve düşünürlerin bu konu hakkındaki yorumlarına yer verilecektir. Oyun kişiyi reel yaşama hazırlayıcı bir özelliği vardır ve boş zaman alışkanlıklarından biridir. Birey olarak yeteneklerimizi keşfetmemizi ve geliştirmemizi sağlayan bir alandır. Bu açıdan oyun; toplumsal baskılardan kurtulmak isteyen özneye bireyselliğini anlamlandırabileceği bir alan sağlamaktadır.

Schiller'e göre, özgürlüğü sağlamasından dolayı, siyasal sorunların çözümüne gidilirken bile oyuna başvurulması gerekir. Çünkü insan ancak iç ve dış baskılardan kurtulduğu zaman özgür olur; bu durumda özgürlük, yerleşik gerçeklikten kurtulma özgürlüğüdür. Ona göre, gereksinmenin yerini bolluğun almasıyla iş ve baskılar ortadan kalkacak, oyun özgürlüğüne kavuşacaktır. Çalışma dünyasında oyun, çalışmayı ve çalışma sonrası boş zamanı da çevreleyen baskıcı özellikleri ortadan kaldırma öznelliğinden dolayı üretici ve yararlıdır.⁵⁸

Oyun, diğer kültürel görüngüler gibi varoluşsaldır. Bu nedenle de onları biçimlendirmesi olanaklı değildir. Tam tersine oyun, belli bir toplumsal yaşamın reel yanlarının, kendi düzenlemeleri içinde birer fantazyaya olarak algılanmasını sağlamaktadır. Oyun bu işleviyle, oyun oynayan kişiyi hem gündelik yaşamını devam ettirdiğini, hem de yaşamının her alanında oyunu

⁵⁷ Aydoğan, a.g.e.,s:168

⁵⁸ Aydoğan, a.g.e.,s:24

sürdürebildiğini sanmasına sağlaması açısından önemli bir olgudur. Oyun işlevi açısından bireye gerçek yaşamdan kısmen de dahi olsa kendini çekebilme olanağını sağlamaktadır.⁵⁹ Oskay'ın oyun tanımı; bireyin toplumsallaşması ve toplumsal yapıyla bütünleşebilmesini sağlayan önemli bir unsur olarak yorumlanabilir. Oyun bireyi gerçek yaşamdan koparmaması ama gerçek yaşamın; yorucu, tüketici yanından kendini nispi de olsa çekerek başka bir yöne kanalizetmesi ve rahatlamasını sağlamaktadır.

Kısacası bireyler olarak günlük yaşamın zorluklarından kaçmak ve nispi de olsa yaşamı çekilir kılmak için oyuna yöneliriz. Hayatı anlamlandırmak için yapılan bu çaba bizleri bir anlamda reel yaşamdan da uzaklaştırmaktadır.. Bireyin özgürleşim alanı oyun, bu süreçte gerçek hayata da hizmet etmektedir ve bireyin toplumsallaşmasına da yardım etmesi bağlamında işlevsel bir role sahiptir.

1.9. Boş Zaman ve Modern Zamanlar

Endüstriyel kapitalizm sadece para ve zamana sahip küçük bir boş zaman sınıfını değil aynı zamanda çalışmaya mecbur edilen bir işçi sınıfını da doğurmuştur. Endüstri öncesi dönemden endüstri toplumuna dönüşüm fabrika işçisine olan talebin artmasını sağlamıştır. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte az emekle daha fazla üretebilme olanağı doğmuş ve işçilerin zamanları artmaya başlamıştır. İnsanlar daha çok aktivite ile uğraşmaya teşvik edilmiştir. Ayrıcalıklı üst sosyal sınıflarının yaptığı etkinlikler, orta sınıf için lüks iken son dönemlerdeki gelişmelerle artık kendileri içinde uygun olduğunu düşünmeye başladığı, boş zamanlar ve boş zamanları dolduran eğlencelerden alınan zevkler olmuştur. Avrupa'da görülen halk temsilleri ve şenlikler yerlerini ticari olarak desteklenen tiyatro, müzik, dans, spor vb.lerine bırakmıştır. 18. yy.ın başlarında kültür ve sporun elit sınıfa ait etkinlikler olmaktan uzaklaşarak halka açık etkinlikler olmaya başlamıştır. Bu olgu 19.yy.da gelişmeye devam eden boş vakitleri ticarileştirme sürecidir.⁶⁰

⁵⁹ Oskay, Ü., "XIX.Yüzyılın Günümüze Kitle İletişimini Kültürel İşlevleri", A.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları:495, Ankara,1982,s.166

⁶⁰Tenekecioğlu, a.g.e., s:152

Modern dönemin boş zaman açısından getirdiği en çarpıcı sonuçlar: herkes için boş zaman sağlayan teknolojik gelişmeler, işsizlikteki artış, orta sınıf kadınlarının boş zamanının çok olması ve boş zaman olanaklarındaki artıştır.

Günümüzde boş zaman etkinliklerinin gittikçe ev merkezli bir duruma gelmesi nedeniyle, ev dışı eğlencelerin yerini ev içi eğlencelere bırakmıştır. Televizyonda da *do-it-yourself* etkinlik biçimlerinin çeşitlenmesine yardım etmiştir. Ev onarımı, bahçe bakımı oldukça sık görülen hobilerdir. Boş zaman harcamalarının büyük kısmı, telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojilerine yapılmaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak sinema, tiyatro, spor izleyici sayıları azaldığından, içki, film ve spor izleyicileri için ev içi tüketime uygun bir biçimde üretilmektedir. Daha fazla zamanın evde geçirilmesi, ev içi eğlencelerine daha fazla para harcanmasına neden olmaktadır. Ev dışı boş zaman etkinlikleri ise spora katılım ve turizm etkinlikleri biçimlerinde gerçekleştirilmektedir. Boş zaman endüstrisi günümüzde büyük bir sanayi durumuna gelmiştir. Boş zaman endüstrisi ev içi boş zaman etkinlikleri için olduğu gibi, ev dışı boş zaman etkinlikleri için de ev içi spor donanımları üretilmeye ve şehir dışı geziler için paket turlar düzenlemeye başlamıştır.⁶¹ Önceki dönemlerde olduğu gibi, gelir, etkinliklerin niteliğini belirleyen en önemli öğelerden biridir. Modern dönemde de insanlar boş zamanlarını değerlendirirken gelirlerine göre bu etkinliklere katılmak zorundadırlar.

Habermas, boş zamanı, modern dönemde özel alan ile kamusal alan arasında özgürlüğün sağlanacağı özel alana konumlandırmıştır. Boş zaman, politika dışı zaman olarak da kabul edilmiştir. Boş zamanın düzenlenmesi, grupların ve bireylerin mutluluğa ulaşmasında kamu denetimin kullanılmaktadır. Kitleler için yapılacak tek şey ise vakit geçirmek ve eğlenmektir. Habermas'a göre, modern dönemle birlikte kamusal alanda feodal koşullara bir geri dönüş yaşandığını ve büyük örgütlerin birbirleriyle ve devletle yarışır hale geldiklerini, kendi yönelimlerine bir bakıma halkın desteğini sağlamak için halkla ilişkiler stratejilerine başvurdıklarından bahseder. Bunun sonucunda ise, kamuoyu küçülüp, siyasal yaşamla ilgilenmeyen ve hiç bir eleştiri getirmeyen duruma gelir.⁶²

Kısacası modern dönemlerde boş zaman alışkanlıkları sistematik bir şekilde planlanmış bir zaman dilimidir. Çalışma saatlerinin azalması ile sistem kalan zaman dilimini programlama ve planlama gereğini duymuştur. İşte buna yönelik yeni teknolojik gelişmeler ve boş zamanda yapılacak olan aktivitelerin çeşitliliğinde bir artıştan bahsetmek mümkün olacaktır. Öyle ki ev içi

⁶¹ Aydoğan, a.g.e.,s:129-130

⁶² Aydoğan, a.g.e.,s:135-137

ve ev dışı yapılacak aktiviteler bile planlanmış durumdadır. Tüketime yönelik eğlence sektörü bu dönemle birlikte hızla gelişmiş ve son dönemlerde hayatımızın her alanında yer almaktadır.

1.10. Toplumsallaştırma Aracı Olarak Boş zaman

Boş zamanlarımız çalışma dışı zamanda kendimizi ifade etmek, zevk aldığımız/haz aldığımız aktiviteler içinde yer almak, kendimizi geliştirmek için çeşitli aktiviteleri birarada yaptığımız zaman dilimidir. Bu zaman dilimleri, içinde bulunduğumuz toplumun bir parçası olduğumuzu hissederek sosyalleştığımız, birey bilincine vardığımız zamanlar olarak da tanımlanabilir. Bu bakımdan boş zaman toplumsallaşmanın bir aracıdır denilebilir.

Toplumsallaşma aşaması; insanoğlunun birarada yaşamaya başlaması ve daha sonra birbirleriyle ilişkiye girmesi ile gerekli hale gelmiştir. Bu ilişkinin yarattığı anlamlar, değerler, kurallar(kültürel yapı) ve yönetim biçimlerinin(siyasal yapı) oluşmasından sonra zorunlu olarak ortaya çıkmıştır.⁶³

Toplumsallaşma aracı olarak boş zaman, toplumsal sistemin düzenli işlemlerini sağlayan bir zaman dilimidir. Modern toplumsal yapıda bireyin ve toplumsal refahı sağlayan, toplumsal dayanışmayı sağlayan zorunlu bir öğedir. Durkheim'a göre, modern dönemle birlikte dini inanç azalmış ve yerini boş zaman kurumlarına ve etkinliklerine bırakmıştır. Devlet boş zaman törenlerini, ulusal eğlence ve spor olaylarını yeni bir takvime bağlamıştır. Laik toplumdaki bu düzenleme coşku, serbestlik ve haz duygularını arttırdığını belirtmiştir. Eskiden dinin verdiği amaçlılık duygusu, bağımsızlık duygusu gibi kavramların artık boş zamanlarda medya aracılığıyla kazandırılmaya çalışılmasından bahseder.⁶⁴

Günümüzde toplumsallaşma önemli bir olgudur çünkü; birey kendini gerçekleştirmek için başkalarının onayına ve yardımına ihtiyaç duyar. Bu yüzden de toplumsallaşma birey için önemli bir süreçtir. Birey yaş, cinsiyet, ırk açısından kendine benzeyenlerle toplumsallaşırken, içinde bulunduğu toplulukta kabul görmek için grup normlarını benimsemek zorunda kalır. Kabul görme davranışı birey için toplumsallaşma açısından en önemli aşamalardan biridir. Aile

⁶³ Kocacık, F., "Toplumsal Değişme ve Kentleşme" Davranış Bilimlerine Giriş, 2. Fasikül, Açıköğretim Fakültesi Yayın No:75, Eskişehir:1986, s:151

⁶⁴ Aydoğan, a.g.e.s:150-152

kurumu ise; toplumsallaşma sürecinde çocukların toplumsallaşabilmesinde belli bir noktaya kadar denetim sağlamaktadır, çocuklar ve gençleri etkileyen çevresel uyaranlara belli bir aşamaya kadar müdahale etmektedir.

1.11. Türkiye’de Yükseköğrenim Gençliğinin Boş Zaman Kullanımına İlişkin Yapılan Çalışmalara Örnekler

Üniversite öğrencilerinin üniversite yaşamına dair yapılan birçok çalışma var. Boş zamanla ilgili çalışmalar 1960’lı yıllardan sonra yoğunlaşmıştır. Ünlüer (1988) Türkiye’de Yükseköğrenim gençliğinin Boş Zaman Kullanımına ilişkin çalışmalara tezinde yer vermiştir.

Türkiye’de Boş zaman kullanımına yönelik yapılan ilk çalışma Nermin Abadan’ın 1961 yılında gerçekleştirdiği “Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Faaliyetleri” adlı çalışmasıdır. Bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin boş zaman etkinliklerine katılımının bireysel ve toplumsal düzeydeki dağılımını incelemek amacıyla yapılmıştır.⁶⁵ Abadan’ın çalışma sonunda elde ettiği veriler şunlardır: Sinema ve radyo (televizyon ve video –bunun yanı sıra vcd, dvd, Internet- o dönemde yoktur) gibi kitle iletişim araçları üniversite gençliğinin boş zamanını önemli ölçüde doldurmaktadır. Dolayısıyla pasif, boş zaman etkinliklerinin ağır bastığı, ekonomik etkenlerin de boş zaman etkinlikleri seçimini etkilemekte olduğu, öğrencilerin bu yüzden fazla harcama gerektirmeyen etkinliklere yöneldikleri, gençlerin yazı yazmak, resim yapmak, tartışmak vb. gibi düşünsel etkinlikler yanında müzik dinlemek, spor yapmak ve seyahat etmek gibi etkinlikleri benimsediği ortaya çıkmıştır.⁶⁶

Ünlüer’in çalışmasında, Türkiye’deki boş zamanla ilgili çalışmalara verdiği örneklerden bazıları şöyledir;

- Türkiye Halk Sağlık Eğitim Milli Komitesi tarafından gerçekleştirilen 1964-Nisan ayında “Sağlık Haftası” kapsamında “Boş Zamanları Değerlendirme” sorununa eğilmiştir. Düzenlenen seminer’de boş zamanlar ve değerlendirilmesi hakkında; sosyolojik, psikolojik,

⁶⁵ Kılbaş, Ş., “Gençlik ve Boş Zaman Değerlendirme” Çukurova Üniversitesi Basımevi, Adana, 1994, s:66

⁶⁶ Ünlüer, A.O., “Türkiye’de üniversite ortamında toplumsal kişilik geliştirme kavram ve süreçleri temelinde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi öğrencilerinin boş zaman etkinliklerinde kitle iletişim araçlarının yeri”, 1988 yüksek lisans tezi, s:14

eğitim bilimsel açıdan ele alınmış ve bu kapsamda bildiriler sunulmuştur. Konunun önemi vurgulanmış, çözüm yolları önerilmiştir.

- 1967 yılında Kredi Yurtlar Kurumu Genel Müdürlüğü'nce gerçekleştirilen bir başka çalışmada “Kurum Yurtlarında Barınan Öğrencilerin Boş Zamanlarını Değerlendirme Anketi”dir. Çalışmanın amacı; yurtlarda, barınma, iletişim ve hizmet ortamının iyileştirilmesi ve aynı zamanda gençlerin istek ve beklentilerinin ne derece gerçekleştirildiğini ortaya koyabilmektir.

- Mahmut Tezcan'ın “Boş Zamanlar Sosyolojisi” adlı çalışması boş zamanla ilgili ilk kuramsal çalışma olarak tanımlanabilir. Tezcan, boş zamanların değerlendirilmesinde belirli etkenlerin olduğu bunların; bireylerin aldıkları eğitimle ilgili olduğunu, boş zaman etkinliklerinin gerekli oluşu ve boş zamanların toplumsal işlevleri üzerinde vurguda bulunur. Ülkemiz ve batı toplumlarından bazı örnekler vererek boş zaman kavramı ve değerlendirilmesine ilişkin kuramsal bilgilere değinir.

- Köknel 1972 yılında gerçekleştirdiği, “Cumhuriyet Gençliği ve Sorunları” adlı çalışmasında gençliğin içinde bulunduğu ortam, eğitim çevresi, öğrenci dernekleri ve gençlik dönemindeki sorunları üzerine durmuştur ve bunların çözümüne dair çözüm öneriler sunmuştur.

- Ekşi'nin 1982 yılında, 1974-75, 1975-76, 1977-78 öğretim yıllarında İstanbul Üniversitesi öğrencileri üzerine yaptığı “Gençlerimiz ve Sorunları” adlı yaptığı çalışmadaki konular şunlardır: Günümüz gençlerinin ruhsal ve cinsel gelişimi üzerine kurumsal bilgiler ve yayın taramaları, gençliğin ruh sağlığı, gençlik döneminin özellikleri ve sorunları ruhbilim, psikanaliz ve toplumbilim açısından ele almıştır. Ayrıca yüksek öğretim araçları, yüksek öğretimdeki genel eğilimler ve günümüz yüksek öğreniminde karşılaşılan sorunlarda bu kapsamda ele alınan konulardır.

- Gökmen, Açıkalın, Koyuncu ve Saydar'ın 1985 yılında ortaklaşa hazırladıkları çalışmada “Yükseköğrenim Gençlerinin Boş zaman Etkinlikleri Kendilerini Gerçekleştirme Düzeyleri” on bin öğrenci üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırmanın amacı ise; yükseköğrenim öğrencilerinin boş zamanlarını değerlendiriş biçimleri, katılmak istedikleri etkinlik türleri ve öğrencinin genel nitelikleri arasındaki ilişkidir. Öğrencilerin katıldıkları boş zaman etkinliklerinin kendilerini gerçekleştirme düzeyinin yönünü belirlemektir.

- Ünver, Tolan, Bulut ve Dağdaş'ın 1986 yılında ortaklaşa hazırladıkları, “12-24 Yaş Gençlerin Sosyo-Ekonomik Sorunları” adlı çalışmadır. Bu çalışmanın bir bölümünde boş zamanlarını değerlendirme konusunda değinilmiştir. Bu araştırmanın amacı; gençlik kesiminin sorunlarının devletçe çözülmesinde; yeni strateji, plan ve hedefler tesbit edilmesi, dolaylı/dolaysız katkı sağlayacak bilgilerin elde edilmesi, gençlerin davranış, ihtiyaç, görüş ve yönelimlerinin ortaya konması, psikofizyolojik, cinsel ve kişisel özellikleri ile ekonomik, sosyal ve boş zamanlara ilişkin sorunlarına çözüm yolları bulunmasıdır.

- Demiray'ın 1985-1986 öğretim yılında Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi öğrencilerinin boş zamanlarını değerlendirme eğilimlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirmiştir. Çalışma bugüne dek yapılan çalışmalardan farklılık gösterir. Çünkü bu zamana kadar çalışılan yükseköğrenim öğrencileri örgün eğitim gören öğrencilerinden oluşmaktadır. Açıköğretim ise örgünden öğretimden farklı olarak devam zorunluluğu olmadan okunan bir yüksek öğrenim sistemidir. Açık öğretimin öğrencilere sunduğu olanaklar; televizyondan yayınlanan ders programları, kendilerine önceden ulaştırılan ve aynı üniteleri içeren basılı ders malzemelerinden yararlanarak sınavlara girdikleri bir sistemdir. Demiray, çalışmada kamuoyunca Açıköğretim öğrencilerinin “bütün günü boş öğrenciler” şeklindeki genel kanının doğruluk derecesini irdelemiştir.⁶⁷

Bu bölümü kısaca özetlemek gerekirse, boş zaman alışkanlıkları insanın gerçek yaşamdaki sıkıntılardan kurtulma isteğinden doğmuştur. Bu kaçışın ilk zamanlar insana özgürleşim sağladığını düşündürse de günümüzde bu mümkün görünmemektedir. Çünkü eğlence sektörü bireylere sözde özgürleşim olanağını sunma üzerine kurulan bir yanılsamadır. Eğlence, eğlence sektörü tarafından yönlendirilmekte ve planlanmaktadır.

Kişi sadece boş zamanlarında bu sisteme dahil olma veya olmama özgürlüğüne sahiptir. Ama insan doğası gereği sosyal bir varlıktır. Toplumsallaşma aşamasında da grup içi ilişkiler yoluyla kendini ifade etme fırsatını bulur. İşte böyle bir süreçte birey boş zaman faaliyetlerine katılmama kendini soyutlama şansına sahip değildir.

Boş zaman kişilerin toplumsallaşması, kendini ifade edebileceği yeni alanlar yaratması açısından önemli bir zaman dilimidir. Günümüzde bireyin bu zaman diliminde yaptığı veya yapacağı aktivitelerde bir özgürleşimden bahsedebilmek giderek zorlaşmaktadır.

⁶⁷ Ünler, A.O., a.g.e., s:14-17

Boş zaman alışkanlıkları, bireyin oyun, kitle iletişim araçları, dinlenerek, arkadaşları ile iletişim halinde olduğu, müzik dinlerken ve kitap okurken kendi tercihleri doğrultusunda yaptığı bütün aktiviteleri kapsamaktadır. Boş zaman aktivitelerinin reel hayatın sıkıntılarından kurtulmayı sağlaması açısından da önemli bir zaman dilimidir. Bu yüzden bireyin tercihleri doğrultusunda eğlence sektörünün sunduğu olanaklarda nispi de olsa boş zamanlarında özgür kılabilmektedir veya özgürleştirici etkisi kısıtlıda olsa vardır diyebilmekteyiz.

İKİNCİ BÖLÜM

POPÜLER KÜLTÜR

1. Popüler Kavramı ve Popüler Kültür

Bu bölümde boş zaman alışkanlıklarımızı belirleyen popüler kültür kavramı tanımlanmaya ve bu süreçteki önemi anlaşılmaya çalışılacaktır. Popüler kültür etkinlikleri her yönüyle yaşamımızı çevreleyen bir özelliğe sahiptir ve boş zamanlarımızı da etkilemektedir. Popüler kültürün tanımlanmasının yanı sıra, popüler kültüre ilişkin farklı yaklaşımlar ele alınarak çalışmanın kapsamı doğrultusunda tartışılacaktır. Son olarak araştırmamız üniversite öğrencileri üzerine olduğu için gençlik olgusu irdelenecektir.

Popüler kültürü tanımlamaya başlarken ilk önce popüler'in günümüzde kullanıldığı biçimiyle iki temel tanımı ele alacağız. Birinci tanımında popüler “yaygın olarak beğenilen, tüketilen” anlamına gelmektedir. İngilizcedeki tanımı ve dilbilimsel kaynağı geç Ortaçağdaki “halka ait” anlamından türeyen “popüler” kavramı, sivil toplumun ortaya çıkmasıyla, bugünkü hakim kullanımıyla “insanların çoğu tarafından sevilen ve tercih edilen” anlamını kazanmıştır. Bu tanıma Stuart Hall, “ticari” tanım demektir.⁶⁸

Herder popüler kültür kavramının babasıdır. Herder, popüler kültürün ikinci tanımını açıklarken, “öğretilen kültür” (learned culture) kavramına karşıt olarak açıklıyor. Herder'in popüler kültür tanımına göre popüler kültür halka ait anlamına gelmektedir. Stuart Hall, bu tanımın halkın yaptığı ve yapmış olduğu her şeyi kapsamaya çalıştığı için “betimleyici” tanım demektir.⁶⁹

Modern toplumlarda kültürü, yüksek/alçak kültür ya da sanat/popüler kültür gibi kavramlara ayıranlar popülerin birinci tanımına dayanmaktadırlar. Popüler kültür ya da kitle kültürü 19. yüzyıl sonundan itibaren, gelişmiş kapitalist ülkelerde kitlesel üretim koşulları ile birlikte oluşan kitle toplumuna ait kültürdür. Popüler kültür ve kitle kültürü kavramını eşanlamlı olarak kullananlar da, 19. yüzyıl sonu popüler kültürün, modern kültürden farklı olduğunu

⁶⁸ Özbek, M., “Popüler kültür ve Orhan Gencebay Arabeski” ,İletişim Yay. 1991, İst., s:81

⁶⁹ Özbek, a.g.e.,s:81

belirtmektedirler. Lowenthal “modern popüler kültür” kavramını kullanmaktadır. Peter Burke ise, geleneksel ve modern popüler kültürü birbirinden ayırmaktadır. İki kavramı yer değiştirebilir nitelikte kullananlar ise, popülerlerin ticari anlamına uygun olarak kitle iletişim araçlarını kültürel analizin odak noktası haline getirilmekte ve hatta kitle kültürü ile kitle iletişim araçlarını yer değiştirebilen kavramlar olarak kullanabilmektedirler.⁷⁰

Hall’un da belirttiği gibi “Popüler”i “halka ait” anlamında bir kavram olarak tanımlayanlar genel olarak popüler kültüre olumlu bakmaktadırlar. Bu yaklaşım aslında popülerleri “halka ait” anlamında kullansa da “ticari” tanımı göz ardı etmemekte ve temel kriter olarak çoğunluğu almaktadır. Böylece bu anlamda seçkincilik, yalnızca bir azınlığın statü hobisi olarak görülebilen yüksek kültüre karşı, halkın çoğunluğu beğenerek tükettiği ve ürettiği için popüler kültürünün üstünlüğünü savunuyor: kısacası kitle kültürü popüler olduğu için yüksek kültürden daha gerçektir.

Popüler kültürü olumlu olarak görenlerin bir kısmı, halkı, işçi sınıfı ile özdeş olarak ele alır. Onlara göre halkın büyük bir kesimi işçi sınıfından oluşur. Toplumun emekçi kesimini meydana getirmektedir. Buna göre işçi sınıfı toplumdaki üretim ilişkilerinin her düzeyinde yer alan ve toplumsal yaşamında merkezi bir yere sahip olan kesimdir. O halde işçi sınıfının ürettiği kültür de toplumda aynı ölçüde merkezi bir konumda bulunmaktadır. Oysa işçi sınıfının karşısında yer alanlar halka, dolayısıyla da topluma yabancıdır. Yüksek kültür olarak adlandırılan bu kültür, toplumda azınlığa seslenmektedir. O halde toplumun asıl kültürü olan işçi sınıfının -popüler kültürün- kültürünün korunması ve geliştirilmesini sağlamak gerekmektedir.⁷¹

1.1. Popüler Kültür Yaklaşımları

Popüler kültürün niçin incelenmesi gerektiği önemli bir sorudur. Sorgulanması gereken ise bu geniş paylaşım alanında popüler kültürün ne gibi özelliklere sahip olduğu, nasıl bir işleyiş süreci içinde bulunduğu ve ne tür etkiler yarattığıdır. Popüler kültüre ilişkin literatürde bu olguya ilişkin farklı yaklaşımlar söz konusudur. Şimdi bu yaklaşımlar incelenecektir.

⁷⁰ Özbek, a.g.e.s:82-83

⁷¹ Akt.Erdoğan, “Popüler kültür ve İktidar” der. Nazife Güngör, Vadi yay, 1999, Ankara, “Craig, D., “Marxism and Popular Culture”, (der) C.W.E Bigsby, Approaches to Popular Culture, London, 1972.134”, s:11-12

1.1.1. Güdüp Yönetme Kuramı ve Frankfurt Okulu

Bugün popüler kültür analiz ve eleştirilerinin çoğunda 1930'ların kitle kültürü eleştirileri ile 1940'ların özellikle metaların üretimi ve dolaşımı açısından Marksist popüler kültür eleştirisinin izleri h l  etkisini göstermektedir. Bu etki popüler kültür üzerine düşünmeyi, bu kültürün çoğunlukla da olumsuz olduğu varsayılan işlevlerinin tespitiyle sınırlar.^{72 73}

Frankfurt Okulu'nun yaklaşımı; sanatın ütopik yanının ve kitle kültürünün güdüp yöneten yanının kuramlaştırılmasına dayanmaktadır. Sanatsal  r n bireye ait ve hakim ekonomik sistemin tek boyutlulu una direnme gücü ile ilgilidir. Gerçek hayatla arasına mesafe koyabilen birey, kendi bireysel  zg rleşimini sağlayabilmektedir. Kitle içinde adapte olmuş birey ise ancak toplumsal mekanizmaların dayattığı biçimde duyabilir. Bilinen dünyaya karşı yeni bir dünyanın, yeni bir toplumun olabileceğini duyup, bunun içinde direnememektedir.⁷⁴

19. yüzyılı tanımlayan g   iilişkileri ve sanayi toplumunun kitleselleşmeye başlaması ve bu süreçte varlığını sürdüren birey, söz konusu değişimin bir yansıması olan kitle kültürünün yeniden üretiminde yer almıştır. Bu koşullar altında birey, yeniden üretim döngüsünde yok olmak üzere olan özgün kimliğini, söz konusu değişimin temel değerleri üzerine yapılandırılan bir edebiyat türünde, “Sentimental edebiyat”ta aramaktadır. Romanların tefrika olarak gazetelerde yayınlanması, anlatıların sı  içerikli insan kimliği üzerine kurulması, okuyucunun metinlerde kendi yenilmişli inin yansımalarını araması, konuların işleniş ve sunululul biçimlerine kadar genişletilebilir. Sentimental edebiyat daha çok, bireylerin benzer yaşamlarına ve ortalama be enilerini yansıtmaktadır.⁷⁵

⁷² Mutlu, E., “Popüler Kültürü Eleştirmek” Doğu-Batı Düşünce dergisi, Sayı:15, Temmuz-2001, 2.Baskı, s:9-10

⁷³ *Ancak Frankfurt okulunun bir diğer önemli temsilcisi olan Walter Benjamin'in yaklaşımı okulun bu olumsuz vurgusundan farklıdır. Benjamin, teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının “demokratikleşme” potansiyeline sahip olduğunu ve popüler kültüründe “ zg rleşmeci/özgürleşimci” yanlarının olabileceğini vurgular.. “Mekanik Yeniden  retim  a ında Sanat Eseri” adlı yazısında, sanatın üretim koşullarının de işti ini, geleneksel yapısından kopan sanat eserinin bu süreçten sonra politik bir işleve sahip olmaktadır. Benjamin'e göre, sanatın artık bambaşka bir bağlamda üretiliyor olmasının yani kitle iletişim araçları yoluyla üretiliyor olması sanat olmadığı anlamına gelmemektedir ( zbek:70).

⁷⁴  zbek, a.g.e.s:64-65

⁷⁵ Ergül, H. “Televizyonda Haberin Magazinleşmesi”, İletişim Yayınları, İstanbul, 2000,s:53.

Sentimentalizm 19.yüzyıldan başlayarak sanayi kapitalizminin ürünü olan yeni insanın iç yaşamını metalaştırmasının bir ifadesi olmuştur. Sentimental edebiyat, direnci kırılmış insanın, yani kitle toplumu insanının yeni benliğini gösterildiği bir edebiyat alanı olmuştur. Sentimental edebiyat, içeriksizleştirilmiş insanı sergilerken; bir yandan da insanları kıskanmaya yönelterek, bireyleşmesi engellenmiş, insanları homojen bir kitleye dönüştürmüştür. Toplumsal hayatta, yaşamını istediği şekilde sürdüremeyen insanlar, sanatlarını ve yaşamlarını aynı düzlemde yapamadıklarından ve ürün ürettikleri pazardan da etkilenmişlerdir. Hayatı değiştiremediklerinden dolayı sanatın bir ucu Sentimentalizm bir ucu da nihilizme yani korku öykülerindeki hiçliğe varan bir anlatım tarzına yönelmişlerdir.⁷⁶

Çağdaş insanın 19. yüzyıldan itibaren yöneldiği sentimental edebiyat, toplumu değiştirmeye değil, insanları birbirlerini kıskanmaya ve özenmeye yöneltmektedir. Bir yandan da bireyleşmekten uzaklaştırdığı insanları tektipleştirilmiş bir kitleye dönüştürmektedir.

Dönemin tükenmekte olan insanını konu edinen ve anlatı yapısını sentimental konularla sınırlayan sığ bir yazınsal anlayış, dönemin edebi eserleri üzerinde belirleyici olmuştur. Metinler de giderek ortalama beğenin ön plana çıkması, metni "popüler" değerler üzerinde yapılandırılması ve alegoriden çokça yararlanılması, "yaratıcı" sürecin temel ölçütleri arasında yer almaya başlamıştır.⁷⁷ Hauser sentimental edebiyatı tanımlarken;

“Sentimentalizm, değiştirilmekten umut kesilmiş bir toplumsal yaşamdan edindiği deneyimler ve toplum yapısı karşısındaki yenik bireyin kendisinin, değiştiremediği toplumsal yaşamdan edindiği edilgin benliğinden kaynaklanan yok etme, yıkma, onu dışa vurarak kendini acındırma, kendini onursuzlaştırmadır”⁷⁸

demektedir. Reel hayattan kaçışını sağlayacak, onu mutsuz eden gerçeklikle arasındaki, tarihsel-kültürel ve sınıfsal kaçış olanağıyla geçici bir süre her şeyi unutmak isteyen birey, söyleme dönüşen magazinelleşmeyle de bu süreçte tanışacaktır. Magazin söylemi, an'lık olanı öne çıkarırken, olayların/olguların ikincil öğelerini vurgulamaktadır. Anlatım biçimiyle de yaşanan anı, zaman-dizinden soyutlarken, bu yolla aktarılan olayları tarihsel akışından koparmaktadır. Aynı zamanda da ikonografik anlatımın belleksiz ve tarihsiz anlatımını yüceltmektedir.⁷⁹

⁷⁶ Oskay, a.g.e,s:114-116

⁷⁷ Ergül, H., a.g.e., s:54

⁷⁸ Hauser, A., “**Sanatın Toplumsal Tarihi**”, çev. Yıldız Gölönü, İstanbul, Remzi, 1984, s.224.

⁷⁹ Ergül, H., “**Absürdün Sınırında Haber* Magazin Söylemi ve Duygalarımız**”, <http://gridergi.com/medya/magazin>

Horkheimer'a göre, 19. yüzyıl öncesindeki modern dönemde her ne kadar aile ve iş ayrımı ortaya çıkmış olsa da aile, toplumun kendisini yansıtsa bile toplumsal yapıya direnmek için bir kaçış alanı oluşturması açısından aile önemli bir yapıdır. Birey, iş ile belirlenen, işbölümü aracılığıyla toplumun dayattığı işlerden arta kalan zamanlarda, bu özel alanda, varolan hayat ile arasına mesafe koyabiliyordu. Ancak, endüstri toplumunun gelişmesiyle birlikte, sanatın ilişkili olduğu özel alan, yani aile giderek tehlike altına girmeye, erimeye başladı. Kişisel hayat, "boş zamana", boş zaman da yönetilen ritüeller haline dönüştü. Bireysel olarak korumaya çalıştığı özel alanların yok olmasıyla birlikte birey farklı bir dünya tasarımı ütopyasını yitirmiştir.⁸⁰

Frankfurt Okulu'nun eleştirel kuramının merkezinde yer alan "kültür endüstrisi" kuramı, Adorno'nun 1930'lardaki müzik üzerine yazdığı ve popüler müziğin meta karakteri ve şeyleştirici etkileri üzerine yazdığı ilk yazılarına kadar gitmektedir. 1940'larda Lowenthal ve Marcuse'un çalışmaları, Amerikan kitle kültürü çalışmalarını etkilemiştir. Yönetilen bilinç ve "güdüp yönetme" temel kavramları, "kültür endüstrisi" kuramı radikal düşünörlere dek herkesi etkilemiştir. Popöler eğlence, güdüp yönetilmiş taleplere yani kültür endüstrisi tarafından oluşturulmuş taleplere dayanmaktadır. Popöler eğlence endüstrisinin sanatla ilgisi yoktur. Popöler eğlence her popöler metaya yapılan yatırımın ekonomik bir gereksinim yaratmasına dayanmaktadır. Demokratik ölkelerde son zamanlarda arz ve talep toplumsal ihtiyaçlara göre değil, eğlence endüstrisine göre belirlemektedir.⁸¹

Yüksek sanat yanlısı hümanist ya da muhafazakâr düşünörlere Frankfurt Okulu'nun (Horkheimer, Adorno) Marksist çizgisinin ortak noktası, yüksek sanata verilen önemde yatmaktadır. Frankfurt Okulu'na göre, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla kültürün kendisinin de bir endüstri haline gelmiştir. Frankfurt Okulu'na göre özgürleşim yüksek sanatta mevcuttur. Kitle kültürü ise tüketicileri varolan düzenle uzlaştırması, kapitalizmin çıkarlarına hizmet etmesini sağlamaktadır. Kültür endüstrisinin tüketicileri güdüp yönetmesinde, yanlış ihtiyaçlar ve yanlış bilinçlilik, Frankfurt Okulu'nun güdüp yönetme kuramının temel kavramlarıdır.⁸²

Adorno'ya göre gerçek tecrübenin yerini yönetilen bir bilinç almıştır. Bu nedenle, popüler kültür ürünleri, kültür endüstrisinin oluşturduğu, güdüp yönetilmiş deneyimleri

⁸⁰ Özbek, a.g.e. dip nottan s:64-65

⁸¹ Özbek, a.g.e.s:64-65

⁸² Modleski, T. "Eğlence incelemeleri : kitle kültürüne eleştirel yaklaşımlar ", çev: Nurdan Gürbilek, İstanbul : Metis Yayınları, 1998, s:9-10.

yansıtmaktadır. Kültür endüstrisi ürünleri, kültürel egemenlerin istekleriyle sınırlı kalmaktadır. “Yüksek kültür”, “Alçak kültür” kavramlaştırmasında yüksek kültüre sahip olan kitlenin kendi çıkarları için, halka kendi kültürlerini aşlatmak yerine daha düşük bir kültür empoze etmektedir. Yani bu empozenin temel görevi halka “iyi” olanı vermek yerine kendi çıkarları doğrultusundaki “iyiyi” vermektir. Yüksek kültür sahipleri bunu yaparken kullandığı en etkin araç tabii ki “medya”dır. Bu yüzden de kendi istediklerini vermesini sağladığı aracın yaptığı her şeyi haklı gösterme çalışmaktadır.

Oskay’a göre popüler kültür, bir yandan bizi sisteme sınırsız bağlarken diğer yandan da sisteme karşı başkaldırışımızı dile getirmek ister gibidir. Ancak bu karşı çıkış, gerçek bir karşı çıkış değildir ve genellikle popüler kültürün tüketim anıyla sınırlıdır. Ancak popüler kültür aracılığıyla yaşanan farklılık, başkaldırış ve karşıtlık içinde bulunan sistemi kesinlikle tehdit etmeyecek bir dozda ayarlanmıştır.⁸³

1.1.2. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu

İngiliz Kültürel Çalışmalar okulunun en önemli isimlerinden Stuart Hall “güdüp yönetme” kuramı yerine Gramsci’nin “hegemonya” kavramını önermektedir. Bu kuramı önermesinde, hem insanların duygu ve düşüncelerinde, kaçınılmaz iç çelişkilerin olduğunu, hem de kültürel biçimlerin yoz ya da gerçek denebilecek kadar tutarlı olmadığı, onların da iç çelişkileri bulunduğundan bahsetmektedir. Hall’a göre; “Sıradan insanlar”, “kültürel aptallar” olmadıklarına göre, popüler kültür biçimlerinde kendi hayatlarına ilişkin gerçeklerin nasıl temsil edildiğinin basbayağı farkındadırlar”⁸⁴ Bundan dolayı Hall, “kültürel iktidarın, her yerde ve her zaman, ‘yüksek geleneğe’ neyin dahil edileceği ve neyin dışta bırakılacağına dair çizginin çizilmesine dayandığını” belirtmektedir. Ona göre kültürel iktidar kendi sınırlarını oluşturmaya çalışır. Eğitim ve kültür kurumları da kültürel iktidarın sınırlarını belirlemede yardımcı kurumlardır. Bu açıdan “popüler kültür”,

“... iktidarda olanların kültürüne karşı ya da onun adına mücadelenin alanlarından biridir. O mücadele içinde aynı zamanda, kaybedilecek yada kazanılacak olan şeydir:

⁸³ Oskay, Ü., “Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım”, YKY, 1998, s.156

⁸⁴ Özbek, a.g.e., s:87

boyun eğme ve direnme alanıdır. Kısmen hegemonyanın yükseldiği ve güvenlik altına alındığı yerdir... popüler kültürün önemli olması bu nedenledir.”⁸⁵

demektedir. Popülerin “ticari” ve “betimleyici” tanımı yerine Stuart Hall, her iki tanımı kullanıp onları değiştirerek yeni bir popüler tanımı önermektedir. Herhangi bir belirli dönemde, bağımlı sınıfların toplumsal ve maddi koşullarında olan ve popüler gelenek ile pratikler içine sinmiş biçimler ve faaliyetlere bakmaktadır. Bu süreçte esas olarak, kültür alanını tanımlayan, sürekli değişen iktidar ilişkileri vardır. Yani, önemli olan hegemonya⁸⁶ problemi ile kültür arasındaki ilişkidir.

Gramsci’nin yaklaşımına göre popüler kültürü bir egemenlik aracı olarak ya da egemen kesimin karşısında yer alan bağımlı (halk) kesimin ürünü olarak görmek önemli bir yanlış tanımlamaya neden olabilir. Ona göre popüler kültür için her iki kesime de aracılık ettiğinden sözetmek doğru değildir. Egemen kesim egemenliğini pekiştirmek için bağımlı kesimin kültürünü tümüyle yok etmek gibi bir çaba yoktur. Gramsci’ye göre böyle bir çaba istenen sonucu da doğurmaz. Bunun yerine egemen sınıf, işçi sınıfının -halkın- kültürü içinde kendi kültürüne eklemlemeye çalışır. Böylece bu iki sınıf arasındaki mücadele bu eklemleme sürecinde ve hegemonik ilişki ortamında sürdürülür. Kısacası bu eklemleme sürecinde kültürel kesim, karşıt kültürel kesim içerisine ne kadar çok eklemlenebilirse ona egemen olmakta da o ölçüde başarılı olabilir. Gramsci’ye göre bu eklemleme süreci sonunda kültürel durum ne işçi sınıfının ne de egemen sınıfın kültürüyle tam bir özde aynı olmamaktadır. Ama sonuçta eklemleme sürecine katılımda daha başarılı olan kesim diğer sınıf üzerinde hegemonik üstünlüğü ele geçirebilmektedir.⁸⁷

İngiliz Kültürel Çalışmalar okulunun bir diğer temsilcisi Fiske’ye göre ise; popüler kültüre dönüştürülmüş bir metin, hem egemenlik altına alma gücünü, hem de bunlara karşı konuşma fırsatını; karşı koyma ve onları tamamıyla güçsüzleştirmiş olmasa bile tabi konumlarından sıyrılma fırsatlarını içermesi gerekiyor. Popüler kültür halkın içinden üretilen bir kültürdür, yukarıdan onlara dayatılamaz. Popüler kültür, mevcut sistemin sağladıklarıyla idare

⁸⁵ Akt.Özbek,Hall,1981b:239” a.g.e.s:87

⁸⁶ *Gramsci’nin *hegemonya* kavramı; kapitalist Batı toplumlarında hakimiyetin nasıl sağlandığını açıklamasından dolayı önemli bir kavramdır. Hegemonya; yönetici sınıfların bağımlı(yönetilen) sınıflar üzerinde yalnızca kendi çıkarları doğrultusunda bağımlı sınıfların rızasını sağlayarak bütünlüklü bir otorite kurmasını sağlamaktadır. Devlet, politika ve üstyapılar alanında organize edilmelidir. Üstyapılar -yani aile, eğitim sistemi, dinsel kurumlar, kitle iletişim araçları ve kültürel kurumlar- devletin hegemonyasının başarıldığı esas alanlardır. Ve *ideoloji* aracılığıyla işler. Ama hegemonyanın sürekliliğinden bahsetmek mümkün değildir.

⁸⁷ Erdoğan, a.g.e.s:13

etme sanatıdır. Sistemin kültüre ve maddi metaları sağlaması, bu metaların tüketim sürecinin, insanları endüstri patronlarının insafına terk edilmiş tektip bir kitle olarak metalaştıran bir süreç diye layıkıyla betimlenebileceği anlamına gelmemektedir.⁸⁸

Fiske, kitle kültürünün insanı tektipleştirme özelliği olmadığını düşünmektedir. Ona göre kitle kültürünün böyle bir özelliği yoktur. **Fiske göre,**

Endüstri toplumlarında popüler kültür kendi özüyle çelişkilidir. Popüler kültüre dönüştürülen metanın, aynı zamanda halkın çıkarlarını da temsil etmesi gerekmektedir. Popüler kültür tüketim değildir, kültürdür- toplumsal bir sistem içerisinde anlamları ve hazları yaratan, onları dolaşıma sokan etkin bir süreçtir: Kültür, endüstrileştirilmiş de olsa, metaların alınıp satılması çerçevesinde öyle adamakıllı betimlenemez.⁸⁹

H. M. Enzesberger Gündü� Yönetme kuramını “yanlış bilinçlilik” tezinden dolayı eleştirmiştir. 1970 yılında yazdığı “Bir “Kitle İletişimi Araçları teorisi”nin Oluşturucu Öğeleri” adlı bu yazıda Enzesberger, kitle kültürünün insanlara tümünden “yanlış bilinçlilik” ve “yanlış ihtiyaçlar” dayatmadığı sol düşünürlerin bu konuda yanıldığını, çünkü kitle kültürü stratejik olarak “gerçek” ihtiyaçlara hitap ederek başarılı olabileceğini söylemektedir. Ancak “gerçek ihtiyaçlar”ın da “bilinç endüstrisi” tarafından çarpıtıldığını yadsımamaktadır.⁹⁰

Enzesberger’in ardından Jameson ve Dyer gibi düşünürler de, kitle kültürünün ütöpik öğeler taşıdığı konusunda bir yaklaşım geliştirdiler. F. Jameson, Frankfurt Okulu’ndan “gündü� yönetme” kavramını kullanarak kitle kültürü kavramını sadece ticari bir beyin yıkama, boş bir oyalanma ve her açıdan uluslar arası şirketler tarafından belirlenmesi gibi bir “*komplo*” kuramına göre tanımlanmasına karşı çıkar. Gündü� yönetme kuramını kültürün günlük hayattaki işlevini ve işleyişini gözardı ettiğinden dolayı eleştirir.⁹¹

Jameson’un belirttiği ikinci nokta, gündü� yönetme ve ütöpik işlevle ilgili; sanat-popüler kültür ikilemine karşı gelen bir “ideolojik gündü� yönetme modeli” önermektedir. Jameson, popüler kültür ürünlerinin olumlu işlevinden bahsetmenin gerekliliğinden bahsediyor. Çünkü ona göre, kültürün olumlu işlevinin varlığından bahsedilmediğinden dolayı popüler kültürün ideolojik işlevlerini anlamada yetersiz kalınmaktadır. F. Jameson, Frankfurt Okulu’ndan etkilenecek bu işleve ütöpik potansiyel demektedir. Jameson’a göre;

⁸⁸ Fiske, a.g.e.,s:37-38

⁸⁹ Fiske,J., “Popüler Kültürü Anlamak Metalar ve Kültür”,1991, s:35

⁹⁰ Akt. Özbek, “Enzesberger,H., “Bir Kitle İletişim Araçları Teorinin Oluşturucu Öğeleri”, Birikim, no:58-59,1980:20-27”, a.g.e., s:71-72

⁹¹ Özbek, a.g.e.s:71-72

“Kitle kültürü ürünleri eğer ütöpik bir nitelik taşımazlarsa, zaten güdüp-yönetici (ideolojik) bir etki yapamamaktadır. Kitle kültürü ürünlerinin çağırma gücü, güdüp yöneterek, kitleye bir fantezi-rüşveti olarak hakiki bir içerik parçası sunmasına dayanmaktadır. Yani hakiki bir içerik parçası sunmasına dayandırmaktadır”.⁹²

Dyer da, kitle kültürünün aynı zamanda, gerçek ihtiyaçları karşılayarak, onlara estetik düzeyde çözüm getirerek ütöpik geleneği canlı tutmakta olduğunu ama bunun yanında bu ihtiyaçları kapitalist sistemin karşılayabileceği sınırlarda tutup güdüp yönettiğini belirtmektedir. Güdüp yönetme kuramına getirilen eleştiriler; Birincisi, insanların, kültür endüstrisinin stratejilerinde tamamen bir “yanlı bilinçlilik” içinde olmadığı, güdüp yönetmenin ancak “gerçek ihtiyaçlara” karşıladığında başarılı olduğu; ikincisi ise, kültürel ürünlerin de, çelişkili bir ideolojiye sahip olduğudur.⁹³

1.2. Popüler Kültür ve Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de popüler kültürü anlayabilmek amacıyla popüler kültürün tarihsel süreçte nasıl bir yol izlediği incelenecektir. Popüler kültürün geçmişten günümüze genel olarak nasıl değişime uğradığı ve gelişme sağladığı ülkemizdeki popüler kültürü anlamamıza ve yorumlamamıza yardımcı olması açısından önemlidir.

Popüler kültür Mısır, Sümer gibi ilk kent devletlerine kadar uzanmaktadır. Bu kent devletlerinde işgücünü denetlemek amacıyla, merkezden uzak yerlere sulama kanallarının, kentleri çevreleyen surların ve hisarların yapılması gibi kamusal işleri gerçekleştirmesi amacıyla işgücü burada toplanmaktadır. Egemen ideoloji içinde yetişen zihinsel emek gerçek yaşama karşı eleştiri geliştirilmeden, bedenle yapılan emekten ayrı tutuluyor, böylelikle zihinsel ve bedensel emeğin bütünleşmemesi sağlanıyordu. Ortaçağ’da popüler kültürün, özellikle Rönesans öncesi toplumsal yaşamda ortaya çıktığı görülür. Kent yaşamı, eskisine nazaran canlıdır. İyi yaşam şartları belli bir sınıfın egemenliğinde olması yüzünden Ortaçağ, bu değişimi yaratacak sınıfın ortaya çıkmamıştır.⁹⁴

⁹² Özbek, a.g.e.s:73

⁹³ Özbek, a.g.e.s:74

⁹⁴ Aydoğan, F., “-Düşlerimizi Artık Televizyon Kuruyor-Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar”, Media Cat/Kapital Medya Hizmetleri, İstanbul, 2004, s:32-33

1830'lu yıllarda başlayan kapitalist sanayi toplumuna geçiş sürecinde üretim tekniklerinde geliştirilen yenilikler, siyasal ve kültürel düzeylerde de geliştirilmesini gerekli kıldı. Gelişen teknolojinin sadece yeni egemen sınıfın, burjuva sınıfının refahı için değil aynı zamanda çalışan kesimlerin de bu refahtan yararlanması gerektiği, bunun sistemin devam etmesi için verimliliğini arttırmanın en kolay yolu olduğu fark edildi. 1830'lu yılların çok çalışıp azla yetinmeyi öğütleyen burjuva Protestan ahlakı, XIX. yüzyılın sonundan başlayarak tüketimi bütün sınıflara da açarak bu süreçten sonra tüketim demokratikleşmeye başlamıştır. Kapitalist sanayi toplumuna geçişle birlikte pazar için meta üretme olgusu, sanat alanına da yansımıştır. Öyle ki sanat ürünü de sanat ürününün taşıdığı değişim değerine göre değerlendirilmeye başlanmıştır. Kapitalist sanayi toplumuna geçişle birlikte teknolojik gelişmelerin sonucu; müzikteki değişimler, kültürdeki değişimlerin yanı sıra son olarak çalışma saatlerinde de değişim yaşanmaktadır. Çalışma saatlerindeki düzenlemeler sonucu, boş zamanın düzenlenişini de değiştirmiştir. Bugün ortalama sekiz saat çalışan insanın fizyolojik gereksinimlerini karşıladığı saatler çıkarıldığında, kendine ayracağı boş zaman en fazla dört saattir. Bununla birlikte, çalışmanın getirdiği, baskı yabancılaştırma boş zamana da taşar.⁹⁵

Popüler kültürün tarihsel gelişimi incelendiğinde, popüler kültürün egemen sınıfların hegemonik ideolojilerini sürdürmek için kullandıkları kültürel bir alan olduğu söylenebilir. Bu oluşum tarihin ilk dönemlerinde kamusal hizmet alanında çalışanlar aracılığı ile sağlanırken; hegemonya günümüzde egemen sınıfların kullandığı araçlar yardımıyla sağlanmıştır. Eğlence endüstrisinin gelişimi bu sürece en iyi örneklerdendir.

1.2.1. Türkiye'de Tüketim Kültürünün Tarihsel Gelişimi

Türkiye'deki tüketim kültürünün oluşum süreci Batıdakinden farklıdır. Bu durum kültürel gelişme, içinde söylenebilir. Bunun nedenlerinden biri ve en önemlisi Müslümanlıktaki dayanışmacı cemaat ahlakıdır ve kültürel olarak batıdan farklı bir gelişim izlemiştir. Gösterişçi tüketim modasının oluşmamasının diğer bir nedeni ise, geçmişten günümüze Türkiye'de sermaye birikiminin, kullanımının küçük çapta olmasıdır. Bu bakış açısı Osmanlı döneminde yaygındır.

⁹⁵ Aydoğan, a.g.e.,s:34-36

Örneğin, padişahın yaşadığı Topkapı sarayında bile şatafat Avrupa'daki saraylardan daha mütevazıdır.⁹⁶

Yöneticiler dışında halk seçim yapma olanağından mahrumdur. Osmanlıdaki geleneksel üretim biçimlerinin değişmesi, reklamın ortaya çıkışını sağlamıştır. Türk toplumuna reklamın girişi, Tazminat döneminde günün resmi ve özel gazeteleriyle olmuştur. 19.yüzyılın 2.yarisında toplumdaki hacıcı istekler reklamlara da yansımıştır. Bu dönemde Selanik, İstanbul, İzmir gibi kentlerde teknolojik gelişmeler, ekonominin ticarileşmesi geleneksel yapı da değişime uğramıştır. Osmanlı burjuvazisinin ortaya çıkışı bu döneme denk düşer Reklam sektörü de bu yeni sınıfla hedeflemiştir. Bu tüketim anlayışı Osmanlının dış ticaretini arttırmış, ekonomi Batı ile bütünleşmeye başlamıştır. Eski kanaatkarlığa dayalı yaşamın değişmesiyle reklam, Osmanlıdaki gelir düzeyindeki değişimin sonucu; kişilerin beğenilerine göre seçim yapabilmesinin sağlanması sonucunda işlevsel bir hal almıştır.⁹⁷

Osmanlı ile yaşanan bu gelişmeler I. Dünya Savaşı ile sekteye uğramıştır. Osmanlı İmparatorluğu yıkılmış yerine kurulan Türkiye Cumhuriyeti, Osmanlının mirası olan borçlar ve ekonomik istikrarsızlığı devralmıştır. Bu yüzden de ülkeyi kalkındırma çalışmalarına öncelik verilmesi gerekli hale gelmiştir. Yeni kurulan devlet iktisadi kalkınma programlarıyla ekonomiyi yeniden canlandırmaya çalışmıştır.

1950 seçimlerinde tek partili dönemden çok partili döneme geçiş sağlanmıştır. Uygulanan görece popülist ama buna karşılık enflasyonist politikalar sonunda 1980'li yıllara ekonomik durumlarında bir düzelme izleyerek gelmiştir. 1978'den sonraki yüksek enflasyonla birlikte piyasada aşırı bir mal bollaşması olmuş ve bunun sonucunda harcama güçlerinin artması sonucu kitlelerin tüketim istekleri de doğal olarak artmıştır. Bu süreç sonunda popüler kültür ürünlerini alan tüketen çalışan sınıf ve benzer kesimlerde, küçük burjuva yaşam biçimi oluşmuştur. Bu dönemde kırsal kesimdeki vatandaşların bile evlerinde; televizyon, buzdolabı, çamaşır makinesi vardır. Kentlerde ve İstanbul gibi metropollerde yaşayan; hizmet sektöründe çalışanların, sanayi de işçi olarak çalışanlar, resmi ve özel sektörde görevli odacı, temizlikçi vb. işlerde çalışanların küçük burjuva tüketime dönük eğiliminin olduğunu söyleyebiliriz.⁹⁸

Bu tüketim biçimi için; Türkiye gibi dünya kapitalist sisteminin periferisinin de bulunan ve bu sistemin yarı-çevresine girebilmek için çırpınan (Avrupa Topluluğu vb. girişimler için

⁹⁶Akt.Aydoğan, "Belge,M., "Tarih Boyunca Yemek Kültürü", İletişim yayınları, İstanbul, 2001",a.g.e.,s:124

⁹⁷ Aydoğan,2004 , a.g.e.,s:125

⁹⁸ Oktay, a.g.e.,s:25

verilen çabalar düşünüldüğünde) bir ülkede, popüler kültür egemen ideolojinin yaygınlaştırılması işlevini görmektedir.

Oskay'a göre;

“Popüler kültür, üretiminin de tüketiminin de denetim geniş kitlelerin dışındaki endüstrilerin ve toplumsal egemenlik odaklarının elinde olduğundan, bugün için, öncelikle olumsuz yanları çok iyi incelenmesi gereken bir olgu. Ama maddi temelleri kalmamış olan folk kültürüne dönülemeyeceğine, seçkin kültür ise, bu kültür tarih boyunca birbirlerinin yerine geçen egemen kesimleri birbirinin kültürel mirasçısı kıldığından umut bağlanamayacağına göre, popüler kültür *evrimleştirerek* bireylere erişmek için yol gösterici, şevklendirici, başat kültürün çelişkilerini gözler önüne serebilecek bir silklenme ve toparlanma dönemi kültürüne *dönüştürmek* gerekiyor. Bunun belirli sınırlılıkları var. Fakat olanakları da var. Hegemonik ideolojinin hiçbir zaman mutlak bir etkinliği, mutlak bir *iç tutarlılığı* olmadığı düşünülecek olursa, hegemonik ideolojinin kendi içindeki çelişkilerden yola çıkılarak bile önemli evrimleştirmeler sağlanabilir”⁹⁹

Türkiye’de 27 Mayıs 1960’ta ve 1971 yılında askeri müdahalelerle demokrasi kesintiye uğramıştır. Bu dönemlerde ekonomik politikalar açısından kalıcı değişiklikler yaşanmamıştır. Karma ekonomi politikası altında devletçilik anlayışı, dışa kapalı ekonomik düzen olan ithal ikame politikaları ise 1970’li yılların 2. yarısına kadar sürmüştür. Ekonomik gelişme denetimli ekonomi uygulamaları sayesinde gerçekleşmiştir. Türkiye’nin 1980’li yıllarla birlikte serbest piyasa ekonomisine geçmesi 1980’li yıllarda ABD’de Reaganism, İngiltere’de Thatcherism ile başlayan serbestleşme süreci ile paraleldir. Ama Türkiye bu süreci diğer ülkeler gibi başka ülkeleri borçlandırarak, ucuz emeğini kullanarak değil, IMF, Dünya Bankasına borçlanarak geçmiştir.

Askeri darbeden sonra sol siyasi akımlar susturulmuş, örgütlü ve sendikal mücadele felce uğramıştır. Bu ekonomik ve siyasi kriz dönemi özellikle kentli çalışanların sınıf bilincinin kollektivist kültürünün hızla aşınmaya başlamasına yol açmıştır. Bu aşınma bireyselleşme, dine sarılma, toplumsal yaşam odağının işyerinden ve üretimden mahalleye, semte, semt (veya kent) takımlarına, aile içine kayması gibi eğilimler içinde ortaya çıkmaktadır. Kriz koşullarında, emeğin maddi ve manevi değerlerinin aşınmaya uğraması sayesinde bireyci ve tüketimci yaşam biçiminin gelişmesi için uygun ortam sağlamıştır.

⁹⁹.Oskay, Ü. “**Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri**”, s. 341, SBF Yayınları, 1982 vurgulamalar, Ahmet Oktay,a.g.e.s:27

Geniş halk kesimlerinde, niteliksel ve niceliksel olarak baş döndürücü bir hızda gelişen medya ve reklam endüstrisi sayesinde asla sahip olamayacakları ürünleri edinmenin ve daha çok tüketmenin amaç olduğu bir tüketim bilinci geliştirilmeye çalışılmaktadır.

1.2.2. Tüketim Toplumu

Geç dönem kapitalizmindeki tüketim toplumunda herkes bir tüketicidir. Tüketim, maddi-işlevsel (yiyecek, giyinme, ulaşım) gösterebilimsel-kültürel (medya, eğitim, dil) yapılmaktadır. Ve bu yüzden de tüketim yaşam kaynaklarını elde etmenin tek yoludur. Tüketimde maddi-işlevsel kaynaklar ve gösterebilimsel- kültürel kaynaklar iç içedirler. Ancak sınırları belirlenmemiştir.

Teknolojik gelişmelerdeki hızlı değişim, bireyin ev içi ve ev dışında hayatını kolaylaştıracak yeni ürünler üretilmesi, ve bunlara sahip olma isteği tüketim yapma isteğini tetiklemektedir.. Kapitalizmin sunduğu olanaklar sayesinde birey doğrudan harcama ve tüketmeye yönelik davranış geliştirir. Tüketme kavramını sadece ürünü tüketmeye yönelik düşünmemek gerekir. Son zamanlarda mekanlar bile tüketim kültürünün bir parçası olmuştur. Özellikle son dönemlerdeki metropollerdeki yoğunlaşan alışveriş kompleksleri kişiye başka bir yere ihtiyaç duymadan tüketebileceği tüm olanakları sunmaktadır. Ya da mekan bir anlamda sıkıştırılarak pazarlanmaktadır.

Lefebvre'nin(1971) gündelik yaşamla ilgili açıklamasın da; üretim ile tüketim arasındaki ayrımın gündelik yaşam kültürünün içinde sınırlarının belirlenemediğini ve bulanıklaştığını vurgular:

“Kültür aynı zamanda bir *praksistir*; bir toplumda temel ihtiyaç maddelerini dağıtmanın bir aracıdır, bundan dolayıdır ki üretim akışını da yönetmektedir; kültür, en geniş anlamıyla bir üretim aracıdır... insan varlığının kendi varoluş yoluyla üretilerek bütün anlamını kazandığı bir üretim tasarımıdır... Bu, ilk olarak kültürün yararsız, basit bir coşkunluk değil, bir varoluş tarzına içkin özgül bir etkinlik olduğunu, ikinci olarak da (üretim ve mülkiyet ilişkileriyle yapısal bakımdan bağlantılı olan) sınıf

çıkarlarının toplumun işlem bütünlüğünü yardım almadan koruyamayacağını sezdirmektedir”¹⁰⁰ demektedir.

1.2.3. Türkiye’de Popüler Kültür

Bu bölümde Türkiye’de popüler kültür daha önce bahsi geçen tüketim kültüründen farklı olarak ele alınmıştır. Türkiye’nin diğer toplumlarla benzer toplumsal değişimleri/dönüşümleri yaşadığını söylemek imkansızdır. Her toplum kendi kültürüne paralel olarak toplumsal yapısı ile uyumlu kendi kültürünü yaratır. Ancak kapitalizmin sunduğu olanaklar bazında Türkiye’deki kültürel değişimlerin Dünya’daki kültürel değişimlerden etkilendiğinden bahsetmek mümkündür. Türkiye’nin ‘modernleşme süreci’ sanayileşme, iç göç, kentleşmeye ilişkin diğer faktörler sonucu Batı ile aynı olmasa bile benzer değişimler yaşadığını söyleyebiliriz.

İletişim teknolojisindeki gelişmeler Türkiye’yi de doğal olarak etkilemektedir. Son yıllarda bu teknolojinin hızla yayılması ve yaygınlaştırılması, hem iç hem de dış iş çevrelerinin bu yaygınlaşmayı kendi çıkarları için kullanmasını sağlamıştır. Popülerlik kavramının hem çeşit bakımından hem de tüketicinin çeşitliliği bakımından; ticari iletişim (özellikle reklam) şirketlerinin artması, basın, radyonun, televizyonun hatta internetin bile ülkenin her köşesine ulaşması sonucunda bu kavram kapsamını genişletmiştir. Günümüzde tüketim düzeyindeki ilerlemeler sayesinde popüler kültür ürünlerinin çoğunluğunu hemen herkes tarafından tüketme olanağına sahip olmuştur.¹⁰¹

1970-1990 arası yıllar Türkiye’de bağımlı kapitalizmin yükseldiği yıllar olmuştur. Özellikle 12 Eylül rejimi, iktisat politikalarının ‘sermayenin bir karşı saldırısı’ biçiminde gelişmesini, işgücü piyasasını ‘askeri’ bir denetim altında tutarak gerçekleştirmiştir.¹⁰² 80’li yıllar zengin olmanın toplumsal statü sağlamanın aracı haline gelmiştir. 12 Eylül askeri darbesi ile birlikte toplumsal muhalefet silinmiş ve siyasi iktidar özel sektörü desteklemiştir. Bu dönemde toplumsal muhalefetin baskı altında olmasından dolayı siyasetten ve dünyada olan olaylarla ilgilenmeyen apolitik gençlerin ortaya çıkışından söz edilebilir. Bu dönemde yetişen gençlerin tek ideali hızlı zengin olmaktı ve bu yüzden amaçlarına ulaşmak için özel

¹⁰⁰ Fiske, a.g.e.,s:52

¹⁰¹ Alemdar ve Erdoğan, “Popüler kültür ve iletişim”, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994, s:9-10

¹⁰² Boratav,K., “Türkiye İktisat Tarihi-1908-1985”, Gerçek Yayınevi, 1988, s:122

sektör/serbest girişim düşüncesinin gelişmesinde önemli rol oynadılar. Bu dönemde üniversiteler de bu sürece dahil edildi. Öyle ki İngilizce öğretim yapan üniversitelerden yeni oluşum için yönetici ve teknokrat sınıfı için eleman yetiştirildi. Bu dönemden sonra İngilizce öğrenmek başarılı kariyerin önkoşulu haline geldi. Bu dönemde Amerika üniversitelerinin kopyası niteliğinde Türkiye'nin ilk özel üniversitesi açıldı. Ülkede din okulları ise fakir öğrencilerin tercih ettikleri okullardı. Ülkede hem İslami kültür ve hem de Batı'dan ithal edilen televizyon ve özentiye dayanan tüketim kültürü birarada gelişmekteydi.

1970-1990 yılları arasında, görselleşme sürecinin doğal sonucu olarak, yazın/sanat ürünlerinden çok yazın/sanat ürünlerine ilişkin öğeler (yazarın/sanatçının kişiliği, yapıtlar çevresinde *ilgili* çevrelerde başlayıp kitleye yayılan tartışmalar, dedikodular, vb.) haftalık ve aylık magazin dergilerinde daha geniş biçimde yer almaya başlamış ve üst kültür ürünlerinin popülarizasyonu gündeme gelmiş, bir süre sonrada uygulama *kurumlaşmıştır*.¹⁰³

Türkiye'de 1990'lı yıllar özel televizyon kanallarının artışından söz edilebilir. Televizyon kanallarının artışı ve 24 saat yayınların başlamasıyla birlikte, reklamcılık sektörünün gelişmesini sağlamıştır. 1990'lı yıllar medyanın; Türk toplumunu tüketim toplumuna geçişini hızlandıran en önemli etkidir. Medya bir yandan tüketici olma bilincini geliştirirken bir yandan da daha üst düzeyde tüketime ve özentiye dayanan yaşam tarzını topluma benimsetmiştir.¹⁰⁴

Türkiye'de kitle iletişim araçlarının Amerikan yaşam tarzı taklit edilmesinde önemli bir rolü vardır. Başka bir söyleyişle *tüketim ideolojisi*'nin yayılmasında, uygulanan ekonomik politikaların sonucunda aşırı meta bollaşmasında ve meta fetişizmine sebep olmasında kitle iletişim araçlarının önemi büyüktür. Öyle ki proletaryanın da öteki emekçi kesimlerin de *tüketme isterisine* yakalanmalarından bahsetmek mümkündür.¹⁰⁵

¹⁰³Oktay, a.g.e.s:90-91

¹⁰⁴Solmaz, M., "Türkiye'de Pop Müzik-Dünü ve bugünü ile bir infilak masalı", Pan Yayıncılık, 1996, İstanbul s:126-131

¹⁰⁵Oktay, A., "Türkiye'de Popüler Kültür", Yapı Kredi Yayınları, 1993,(Cogito ; 9), İstanbul,s:13-15

1.2.4. Türk Toplumunda Müziğin Gelişimi

Türkiye’de popüler müziğin geleneksel çizgisinde meydana gelen değişimler Türkiye’de popüler kültürün geçirdiği değişim ve izlediği yol hakkında genel bir fikir vermektedir. Bu başlık altında Türkiye’deki müziğin değişimi ve gelişimi incelenecektir.

Egemen ideolojinin hegemonyasını sağlarken kullandığı en iyi araçlardan birisi müziktir ve müziğin tek tipleştirici etkisini kullanmıştır. Popüler müzik dinleyicisi de, bu tür müzikte bulduğu doyumlar aracılığıyla toplumdaki reel hayattan bir nebze uzaklaşır. Kısacası popüler müzik, sıradan insanın, içinde bulunduğu toplumda yaşarken hissettiği baskıları hafifletme işlevini görmektedir.

‘90’larda devlet, seçkin kültür politikalarında daha ılımlı bir yaklaşım izlemeye başlamıştır. Bu dönemde halkın homojen bir kütle olmadığına tam tersine, anadolu kültürünün çeşitliliği ve bu çeşitliliğe yansıyan kültürel beğenisindeki çeşitlilik olduğunu fark edilmiştir. Özal döneminde toplumda değişen değer yargıları ile Türkiye’nin bir tüketim toplumu olabilmesi için uygulanan ekonomi politikaları sonucu tüketim bilinci hızla değişmiştir. ‘80’lerde başlayan depolitizasyon süreci içerisinde toplum hızla bir tüketim toplumuna dönüşmüştür. Sonuçta iktidar üzerindeki düzeni değiştirme taleplerinin yerini de hayat standartlarına yönelik talepler almaya başlamıştır. İlk önemli değişim ise müzik anlayışı ve değişen beklentilerde yaşanmıştır. Bu dönemdeki değişimin en iyi örneklerinden biride Özal’ın arabesk dinlediğini itiraf etmesi ve bu olaydan sonra devlet resepsiyonlarında İbrahim Tatlıses’in sahneye çıkmaya başlamasıdır.

Halk dünyanın hiçbir yerinde seçkin kültüre yani yüksek sanata alışık olmamıştır. Ama yüksek sanat, hep halk sayesinde varlığını sürdürmüş, halka malolan sanatlardan kendini yeniden üretebilmiştir. Türkiye’de yüksek sanata ait bir müziğin olmayışının sebebi ise halka malolmuş bir popüler müzik olmayışındır diyebiliriz.¹⁰⁶

Türkiye’ye Batı müziğinin girmesi 1800’lerin ilk yarısına, 2. Mahmut’un Mehterhaneyi kapatmasından sonra olmuştur. II.Mahmut, Yeniçeri ocağı ile birlikte Mehterhane’yi de kapatır ve onun yerine Batı tarzı bir askeri bando olan Mızıka-yı Hümayun’u kurar. Bu okul, Batı eğitimi veren konservatuarların Türkiye’deki ilk örneklerinden sayılabilir.

¹⁰⁶ Solmaz, a.g.e., s:7-12-15

Türkiye’de Cumhuriyetin ilanından itibaren müzik, özgür olamamıştır. Müziğin Türkiye’de doğal bir gelişim sürecinden bahsetmek zordur. Devlet politikaları müzik üzerinde sürekli baskıcı, müdahaleci ve yasakçı olmuştur. Cumhuriyet politikalarının bir sonucu olarak kültürel tartışmalarda hep bir ikilikten bahsedilebilir. Bunlar; alaturka-alafranga (buna Doğu-Batı da denebilir), tek sesli- çoksesli çekişmesi dolaylı olarak da olsa Türkiye’nin hep (Doğu ağırlıklı ve Batı ağırlıklı olmak üzere) iki türlü popüler müziği olmasını sağlamıştır. Bunlardan birincisi Doğu etkisinde Türk müziği ya da doğrudan Arap müzikleri, ‘50’lerde serbest icra, ‘60’lı yıllarda arabesktir. ‘60’lara kadar Batı etkili taklidi de diyebiliriz caz, tango, rock’n’roll, Anadolu pop, aranjman, Türk hafif müziği gibi türlerdir.

Son dönemlerde gençler arasında da popüler olan Anadolu Pop veya Anadolu Rock, Türkiye’de, devletin ya da TRT’nin denetiminden bağımsız, kendiliğinden oluşmuş müzik türünden bir tanesidir. 90’lı yıllar özel kanalların ortaya çıkışı bu yıllar Türk popunun gelişmesi için önemli yıllardır. ‘80’lerin ikinci yarısında başlayan bu süreç ‘90’da sonuçlarını göstermiştir.¹⁰⁷

Özal’la birlikte ithalatın serbest bırakılmasından dolayı her türlü teknoloji, Türkiye’ye de hızla gelmesi sağlanmıştır. Diğer bir faktör de yayın tekelinin kalkmasıdır ki; TRT televizyon üzerindeki tekeli denetimi sona ermiştir. Böylece müzik piyasası da kendi koşulları içinde dönüşmeye başlamıştır.

Adorno’ya göre; her müzik türü, toplumun izlerini taşır. O toplumun bütününde varolan çelişkilerin ve gerginliklerini yansıtır: “Sınıf ilişkilerinin müzikteki yansımalarını araştırmak yerine, müziğin sınıflarla olan ilişkisini, her tür müziğin, antagonistik bir toplumun resmini sunduğundan hareket ederek görmeye çalışmak çok daha iyi olur.”¹⁰⁸ demektedir.

Atatürkçü merkez sol için arabesk, Türkiye’yi modern ve Avrupai bir topluma çevirecek tek güç olan devlet reformunun değerlerine karşı çıkan tepkinin sonucudur. 1983 seçimleri ile iktidara gelen Turgut Özal, serbest piyasa ekonomisinden, dinden ve kültürel ifade üstündeki devlet kontrolünün azaltılmasından yanadır. Buna karşı olanlara göre, aktif olarak desteklenen arabesk ve İslami “tepki” (irtica), “periferinin hegemonisini” ve reform geleneğinin çöküşünü kanıtlamaktadır. Berkes, Mardin ve diğerlerine göre; reform sürecinde insanlar, Osmanlı kültür mirasından yoksun bırakıldılar, ama bu mirasın yerini tutabilecek düzeyde hiçbir şey ortaya konmadı (Berkes,N.,1964), (Mardin,Ş.,1995). Sağ kesim için arabesk, demokratik özgürlüklerle

¹⁰⁷ Solmaz,a.g.e., s:20-36

¹⁰⁸Stokes, M., “**Türkiye’de Arabesk Olayı**” İletişim Yayınları, 1998, İstanbul ,s:21

bağlantılandırılır; Avrupa ailesine kabul edilmek isteniyorsa şayet, periferinin ekonomik ve kültürel hayata katılımı genişletilmelidir.¹⁰⁹

Stokes göre Türkiye’de arabesk müziğinin oluşum sürecinde;

“... her düzeyde, şiddetli tartışmalara yol açmıştır. Varlığıyla bu müzik, ikonları ve sembolleri ile Türk kamu hayatının her alanını kaplamış olan bir reform hareketinin başarısızlığını sergiler. Türkler için arabesk tartışması, birey olarak kendilerini, mekan olarak şehri, devletlerini ve hükümetlerini anlamlandırmayı içerir”.¹¹⁰ demektedir.

Orhan Tekelioğlu’na göre ise,

“Türkiye’de modernleşme sürecinin, başından itibaren (ki bu kısmen devam ediyor), Cumhuriyet elitlerinin Batı uygarlığını üstün görüp, oradan hemen her şeyi ithal etmeye çalıştıkları söylenebilir. Yıllar geçtikçe, bu Batılılaşma sürecinin, globalleşmenin; Türkiye’ye özgü yerel dinamiklerle bazen uyumlu, bazen de sorunlu ilişkiler içine girdiği söylenebilir. Sonuç olarak bu süreç *glokal* bir kültür yarattı, yani globalleşme lokalleşmeyle dengelenmeye başladı.”¹¹¹

demektedir. Alt kültür ve gruplar popülerleştikleri ölçüde değişmeye başlamışlardır. Özellikleri kaybolmamakta, özellikle toplumsal merkeze yaklaştıklarında değişim göze çarpmaktadır. Öyle ki; yirmi yıl öncesine kadar seçkinlerin daha yoğun yaşadığı yer olan Etiler’de alt kültürün yemek tüketim biçimi olan kebabçı bulmak mümkün değildi. Bu değişim sürecini Prof. Şerif Mardin’in merkez-çevre modelini kullanmak daha açıklayıcı olacaktır. Türkiye’de popüler kültürler ilk çıktıklarında, çoğunlukla çevre kültürlerdir. Sonra merkez kültüre dönüşüp/dönüştürüp, kapitalizme eklemlenip “direnme” potansiyellerini yitiriyorlar. Bugünkü dinlediğimiz pop müzik, yetmişlerin arabeskinin dönüştürdüğü formudur. Ama arabeskin kaderci anlayışı, “kader” yok olmasa da, toplumsallığını yitirmiş, bireyselleşmiş, müzikal altyapı daha katkısız olmuş, anlatı artık kente kırsaldan gecekondulara gelmişlerin müziği olma formatından çıkıp şehirli insana hitap etmeye başlamıştır. Sonuç olarak çevre kültürü nasıl merkez kültüre dönüştüğünü ona dönüşürken de aynı zamanda onu dönüştürdüğü de bir modelidir. Arabesk artık insanların artık gör(e)mediği bir hale dönüşmüştür. Arabesk dönüşmüş, merkez kültürü tamamen kaplamıştır.¹¹² Arabesk toplumda herkesin dinlediği Türk pop müziğini de etkilediği

¹⁰⁹Stokes, a.g.e., s:22-23

¹¹⁰Stokes, a.g.e.,s:17

¹¹¹ Editör: Zencirkıran, M., “–Entelektüel Perspektif- “Kültür, Siyaset ve Toplum Söyleşileri”, Alfa yayınları, 2004, İstanbul, s:119

¹¹² Zencirkıran, a.g.e., s:114

bir formda dinleyicisine sunulmaya başlanmıştır. Öyle ki 80’li yıllarda televizyona yasaklı olduğu için çıkamayan sanatçıların, 2000’li yıllarda Türk pop şarkılarını arabesk formunda yorumladıklarını görmekteyiz. Müslüm Gürses’in Teoman’ın “Paramparça” adlı şarkısını yorumlaması vb. örnek gösterilebilir.

Dünya’da 1990’lardan itibaren yaşanan siyasal gelişmeler sadece siyasetle sınırlı kalmamış, insanların değer yargılarının değişiminde etkili olmuştur. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de değişen değer yargılarının etkilerini Türk müziğinde de görmek mümkündür. Pop müzikteki arabeskleşme aynı oranda arabesk müziğin kendi içinde pop müzikleşmesine neden olmuştur. Son dönemlerde televizyon kanallarında görülen “yeni sesleri” bulmaya yönelik yarışma programları da bu değişimin bir yansımasıdır. Toplumda sıradan insanlar bir günde star olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır. Bu yeni değer yargıları ile birlikte, eskiden toplumca ahlaksızlık olan nitelendirilen değerler ters yüz edilip kolay para kazanmanın ve şöhret olmanın ön koşulu haline gelmiştir. Kriminal vakalarının özneleri” pop star yarışmalarında” popüler kültürün nesnesi haline gelebilmektedirler. Pop star Bayhan örneğinde olduğu türden bir bıçaklama fiili ve bir hapisane geçmişi, günümüzdeki değerlerle kişiyi halkın gözdesi bir pop yıldızı yapabilmektedir.

2. POPÜLER KÜLTÜR VE MEDYA

2.1.Eleştirel Yaklaşımlar ve Medya

İdeoloji ve medya ilişkisi, iletişim çalışmalarının en ilgi duyulan konularındandır. İdeoloji ve medya konusunda; Frankfurt Okulu eleştirel kuramından yapısalcı medya çalışmalarına, klasik Marksizm’in ekonomi politik yaklaşımından Kültürel Çalışmalar’a kadar çeşitlenen çalışmalarından bahsetmek mümkündür. Bu yaklaşımlar toplumsal ve iletişimsel yapının radikal ve dönüşümcü bir eleştirisinden yola çıkan yaklaşımlardır ve bu yönüyle “eleştirel”, “kuramsal” ya da “değişimci” olarak adlandırılırlar. Bunlar temelde, üretim araçlarının mülkiyetine sahip olan sınıfın elinde bulunan hegemonya ve kendi çıkarlarının için düzenlenen devlet mekanizması aracılığıyla baskıcı veya rıza/ikna yoluyla iktidarlarını

sürdürmesi anlayışına dayanır. Bu ilişkilerden dolayı iletişim çalışmaları ideoloji ve medya arasındaki ilişkiselliğe odaklanmıştır.¹¹³

Yapısalcı çalışmalar medyayı ideolojik bir güç olarak algılamak, ekonomi politik yaklaşımlar ideolojiye değil, kapitalist üretim dinamiklerine -ekonomik alt yapıyı- vurgu yaparlar. Kültürel Çalışmalar, ekonomik indirgemeciliğe karşıdırlar, onlara göre medya, toplumsal rızanın kazanıldığı veya kaybedildiği bir mücadele alanıdır. İngiliz Kültürel Çalışmalarına göre medya toplumdaki iktidar mekanizmalarından biridir ve bu süreçte medya toplumsal anlamın oluşturulmasında rol almaktadır. Murdock medyayla ilgili ekonomi politik yaklaşımları; araççı ve yapısalcı yaklaşımlar diye ikiye ayırmaktadır (1980). Araççı yaklaşım, medyayı yönetici sınıfa ve kişilere bağlılıkları üzerinden değerlendirirken, yapısalcı yaklaşım sınıf, iktidar ve ideoloji arasındaki ilişkiyi üretim tarzına ya da ekonomi politikle ilişkilendirmektedir. Yapısalcı yaklaşıma göre mülkiyete sahip olanlar ve çalışanların eylemlerine, seçimlerine sınırlılık yüklemektedir.¹¹⁴

Eleştirel çalışmaların, medyaya ilişkin farklı yaklaşımların ortaya çıkışı medyayla ilgili sorunların farklılığı nedeniyle gerçekleşmiştir. Bu iki farklı çizgi;

- 1) Medya anlamların oluşumu, yapılanması ve tüketiminde odaklanan çizgi,
- 2) Medya endüstrilerinin ekonomik örgütlenmeleri ve mülkiyet ilişkileri üzerinde odaklanan çizgi.

Bu ayrılma, genel kapsamıyla başka şekilde de ifade edilebilir:¹¹⁵

- 1) Üstyapıya (kültür, ideoloji ve söyleme) ağırlık veren yaklaşımlar,
- 2) Altyapıya (maddi ilişkilere) ağırlık veren yaklaşımlar.

¹¹³ Dursun, Ç. “**Televizyon Haberlerinde İdeoloji**” 2001, İmge Kitabevi, Ankara,s:19

¹¹⁴ Dursun, a.g.e.,s:20

¹¹⁵ Alemdar ve Erdoğan, 1990, a.g.e.s:21-22

2.2. İdeoloji ve Medya İlişkisi

İdeoloji; bütün toplum yapısını ve işleyişini içeren ve insan doğası anlayışına dayalı olarak belli bir siyasetle pratik bir eylem programını içeren düşünce ve inanç sistemidir.¹¹⁶

Terry Eagleton'a göre; Marx ideolojiyi, en az dört anlamda kullanmaktadır(1996):

- * İdeoloji, kendilerini tarihin temeli olarak gören ve insanların ilgisini toplumsal koşullardan başka yöne çekerek *baskıcı bir siyasi iktidarın ayakta kalmasına hizmet eden yanıltıcı veya toplumsal bağları kopartılmış inançlara* karşılık gelebilir.
- * İdeoloji, egemen toplumsal sınıfların maddi çıkarlarını doğrudan doğruya dile getiren ve onun yönetimini desteklemeye yarayan fikirler anlamına gelebilir.
- * İdeoloji, *içinde bir bütün olarak sınıf mücadelesinin verildiği ve güçlü ihtimalle, siyasi açıdan devrimci güçlerin doğru bilincini de içeren kavramsal formların* tamamını kapsayacak şekilde genişletilebilir.
- * Meta *fetişizmi* nedeniyle, gerçek insani ilişkiler şeyler arasındaki gizemli ilişkiler gibi görünür ve bunun da çeşitli ideolojik *sonuçları* olur. Öncelikle, toplumun gerçek işleyiş tarzları gizlenir; emeğin toplumsal karakteri göz ardı edilir; toplum, bu meta mantığı ile parçalanır, toplumu artık bir bütün olarak düşünmek kolay olmaktan çıkar ve böylece kapitalist düzen bir bütün olarak görünmeye son vererek, kendini siyasi eleştirilerle daha az yıpratılabilir bir şey kılmaktadır.¹¹⁷

Raymond Williams ideolojiyi; “bir ‘dünya görüşü’ ya da bir ‘sınıf bakışı’ olarak soyutlanabilecek, görece olarak biçimsel ve eklemlenmiş anlamlar, değerler ve inançlar sistemi”¹¹⁸ olarak tanımlamaktadır.

İdeoloji kavramı hem farklı sınıfların politik düşünceleri ve dünya görüşleri, hem de ekonomik, siyasal ideolojik düzeyler arasındaki belirleyici ilişkileri içerir. Klasik Marksist tarzda ideolojiyi yanlış bilinç olarak ele alan görüşler çerçevesinde, medya ekonomik olarak (altyapı) sınıfsal çıkarların ve mülkiyet ilişkilerinin üstyapıya taşındığı/yansıtıldığı, bu sayede işçi sınıfının devrimci potansiyelini yok eden ideolojik egemenliğin bir yansımasıdır. Bu süreçte

¹¹⁶ Anabritannica, cilt:16, s:259

¹¹⁷ Dursun, a.g.e.,s:24-25

¹¹⁸ Der. İrvan, S., “**Medya, Kültür, Siyaset**”, Bilim Sanat Yayınları, Ankara, 1997, s:100

medya, egemen sınıf/sınıfların, kapitalist üretim ilişkilerinin sürdürülmesinde ve çıkarların korunmasında ve kitlelerin bilinçlerinin şekillendirilmesinde etkin rol almaktadır. Medyaya atfedilen bu rolü araççı yaklaşıma göre, ekonomik düzeyde yani aşağıdan yukarıya belirlendiğinkenmektedir. Araççı yaklaşıma göre medya, yönetici sınıfın çıkarlarına hizmet ederken, yönetici sınıfın doğrudan müdahalesine de açıktır. Yapısalcı Marksist yaklaşımda ise medya, muhafazakâr politikaların başarısı için gerekli bir kurumdur. İdeolojik koşulları yaratacak şekilde iş görmektedir. Ancak bunu kapitalist müdahale ile değil, kapitalist sistem içinde ticari olarak çalışması sonucunda gerçekleştirmektedir.¹¹⁹

Adorno ve Horkheimer'in kültür endüstrisi kuramına göre; kapitalist toplumdaki kişiler bilinçsizce meta üretimine ve değiş-tokuşa göre metayı tüketen toplumlar olarak görülüyordu. Bu yapılanmada asıl olan denklik kuralıydı. Bu kurallar tüm metaları standartlaşma aracı para üzerinden; kıyaslanmaya, hesaplanmaya ve eşyalaşmaya zorlamaktadır. Adorno ve Horkheimer'a göre, kitle iletişim endüstrisi yüksek ve alçak kültürler arasındaki ayrımı yok ederek bu türden eğilimleri güçlendirmektedir. Kültür endüstrisi aracılığıyla, endüstrileşmeye uğramış haberler ve eğlence araçları tüketiciye bilgi vermesinin yanı sıra onlara sahte bir eğlence sunmaktadır. Gerçek hayatlar ise giderek gazetelerde, dergilerde, filmlerde, televizyon ve radyo programlarında sunulan sahte hayatlar ise artık gerçeklikten ayırt edilemez duruma gelmektedir.¹²⁰

Althusser'in ideoloji kavramlaştırmasında “Devletin Baskıcı Aygıtları” ve “Devletin İdeoloji Aygıtları” ayrımı vardır. Bu ayrımda ideolojinin doğasına ilişkin üç önemli tezden bahseder:

a) İdeoloji, bireylerin kendi varoluş koşullarıyla hayali ilişkilerinin bir temsidir: İdeoloji, gerçekliğin bir temsili değil, gerçeklikle kişilerin yaşadıkları bir ilişkinin temsidir. Burada ideoloji, gerçekliğe ilişkin çarpıtılmış düşüncelere değil, gerçeklikle gerçek (real) ilişkilere gönderme yapmaktadır. İnsanın kendi dünyasıyla yaşadığı bu ilişki hem hayaldir hem de gerçektir.

b) İdeolojinin maddi bir varlığı bulunmaktadır: İdeoloji maddidir, çünkü daima aygıtlar ve pratikler içerisinde. Bu maddilik, dillere ve ritüellere de gönderme yapmaktadır.

¹¹⁹ Dursun, a.g.e.s:24-27

¹²⁰ Keane, J., “Medya ve Demokrasi”, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1991, s:73

c) İdeoloji bireyleri öznel olarak çağırır. Gündelik yaşamın maddi ritüeller içindeki somut işlevinden dolayı, her bir birey bir özne olarak kendisinin farkına varmaktadır.¹²¹

Asıl ideolojiler rızayı yapılandırıp, yeniden şekillendirerek iş görürler. Marksist çözümlemeler için hegemonya kavramı, kapitalizmin mantığı içinde yönetilenlerin, yönetici sınıfların önderliğine gösterdikleri ‘özgür rıza’yı açıklamak, Hall’a göre bir çıkış yolu sağlamaktadır. Medyanın ideolojik rolünü, iki noktada açıklar. **Hall**’a göre kitle iletişim araçları:

a) Grupların ve sınıfların öbür gruplara ve sınıflara ilişkin bir hayat, anlam, pratik ve değer ‘imgesi’ inşa etmelerinin temelini sağlamaktan

b) Çağdaş sermaye ve üretim koşulları altında daha karmaşık hale gelen ve bölük pörçük parçalardan oluşan toplumsal totalitenin çoğulcu bir ‘bütün’ olarak kavranabilmesi için gereken imgeleri, temsilleri ve düşünceleri sağlamaktan, giderek daha çok sorumlu hale gelmektedir.¹²²

Her toplum kendi kültürel ve toplumsal gelişimini kendi içsel dinamikleri ile birlikte nispi de olsa dışsal dinamiklerde de beslenerek yaşar. Türkiye’de popüler kültürün beslendiği içsel dinamiklerin gelişiminin incelenmesi ile birlikte dünyadaki tarihsel gelişiminin de incelemesi gerekmektedir. İşte bir sonraki başlık ve onun alt başlıklarında bu gelişmeler incelenecektir.

3. GENÇLİK

Bu bölümde gençlik kavramı tanımlanmaya çalışılacaktır. Üniversite gençliği hem boş zaman alışkanlıkları hemde popüler kültür etkinliklerini tüketme açısından önemli bir kesimi oluşturduğu için araştırmamızın kitlesini oluşturmaktadır. Bu bölümde gençliğin gündelik yaşamdaki yeri, kültüre bakışları, popüler kültürün en önemli enstrümanlarından olan müzik ve boş zamanlarını değerlendirme alışkanlıkları üzerinde durulacaktır.

Gençlik kavramı belirli bir toplumsal yapı içinde, özgül toplumsal biçimlenmenin oluşturduğu ve toplumsal gelişme süreci içerisinde tarihsel olarak biçimlendirdiği “objektif”

¹²¹ Dursun, a.g.e.s:28-29

¹²² Dursun, a.g.e.,s:36-38

toplumsal bir olgudur. Gençlik, toplumların geleceğini yakından ilgilendiren ve toplum nüfusunun en dinamik ve yaratıcı kesimidir. Tüm insanlık tarihi boyunca toplumların gelişmesinde itici bir güç olmuştur. Aynı zamanda gençlik bir dönemi ya da toplum yaşamında; belli dönemlerde yer alan, görülen bir olgu değildir, tersine tarihin her döneminde, her toplumda ve toplumun bütün dönemlerinde var olan ve var olacak bir kategoridir.¹²³

Gençlik dönemi (ergenlik), birey ve toplum açısından en dinamik, en hareketli dönem olarak bilinir. Birey açısından gençlik dönemi toplumsallaşma yolu ile çocukluktan yetişkinliğe geçiş ve kişiliğin oluşması sürecidir. Bu süreç çocuklukla yetişkinlik arasında tüm yaşama biçim verecek olan biyolojik, psikolojik, toplumsal gelişmeyi kapsar. Gençliğin yetişkinliğe erişme süreci, içerisinde yaşadığı toplumsal yapı içerisindeki sosyo-ekonomik statüsü tarafından biçimlendirilir.

Kısacası gençlik, içerisinde yaşadığı toplumun izlerini taşır ve o toplumun sorunlarından etkilenir, toplumsal gelişmeye ve oluşumlara etkin olarak katılır. Burada ortaya gençliğin toplumdaki yeri ve toplumsal gelişme sürecindeki rolü bir sorun olarak çıkmaktadır. Gençliğin en dinamik toplumsal kesim olarak toplumsal gelişmedeki yeri ve toplumun geleceğini oluşturmadaki rolü özlü bir biçimde tanımlanmıştır.

UNESCO genci, iş mülkiyet ve duygusal boyutları ile ele alıp, “Genç, öğrenim yapan ve hayatını kazanmak için çalışmayan, kendine ait konutu bulunmayan kişidir. Genç, büyük bir hayal gücüne sahip, cesaretin çekingenliğe macera isteğinin rahata üstün geldiği insandır” biçiminde tanımlanmıştır (1975-1977). Yine UNESCO’nun başka bir tanımına göre, “Genç, 15-25 yaşları arasında öğrenim gören hayatını kazanmak için çalışmayan ve ayrı bir konutu bulunmayan kişidir.” Bu tanıma göre genç, cinsel olgunlaşmasını tamamlamış ancak bağımsızlığını kazanıp erişkinler arasına katılmamış kişidir.¹²⁴

16 yaşında bir erkekle 14 yaşındaki bir genç kızın evlendirilebildiği kırsal kesimde gençlik çağı kısa sürmekte, buna karşılık yüksek öğrenimdeki bir gençte 25 yaşına kadar uzayabilmektedir.¹²⁵ Gençlik kimine göre bir geçiş dönemi, kimine göre çocuklukla erişkinliği birbirine bağlayan dönemdir. Gencin topluma katılabilme süreci ise, erişkinler arasında yeri ve konumu olabilmesi gelişme döneminde belli bilgi, beceri ve deneyimi kazanmasına bağlıdır.

¹²³ Gürses, F. ve diğ., “Dünya ‘da ve Türkiye’de Gençlik”, Toplumsal Dönüşüm Yay., İstanbul, 1997, s:44

¹²⁴ Genç, N., Fırat Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü Lisans Tezi “Fırat Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma” Elazığ:1992., s:5

¹²⁵ Genç, a.g.e., s:5

Gençlerin kendine özgü değerleri, yaşam anlayışı ve bir dünya görüşü oluşturmaları sağlanmalıdır. Gencin aynı zamanda bir amacı ve amaçlara doğru yönelebilmesi sağlanmalıdır. Kendi öz benliğinin bilincine varmalı, kimlik duygusu geliştirilmelidir.¹²⁶

Gençlik denince akla hep okuyan gençlik gelmektedir. Oysa çalışan gençlik de bu grubun önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Çalışan gençlerin büyük çoğunluğu kırsal bölgelerde tarım, ormancılık, balıkçılık vb. gibi uğraşlar yapmakta, yada kendi hesaplarını ya ücretsiz aile işçisi yada ücretli işçi olarak çalışmaktadır. Kentlerde çalışan gençlerin büyük bölümü sanayide işçi olarak çalışmaktadırlar, bir kısmı da inşaat ve bayındırlık işleri lokanta ve otel işleri toptan ve perakende ticaret gibi işlerde büyük çoğunlukla ücretli olarak çalışmaktadır. Az bir bölümü işveren yada kendi hesabına iş görmekte yada ücretsiz olarak aile işini sürdürmektedir. Genç işçi aynı koşullara bağlı olarak ücret karşılığı çalışan 12-18 yaş dilimleri arasındaki gençlerdir. Genç nüfus olarak kabul ettiğimiz 12-24 yaş grupları arasındaki gençliğin ortaokul, lise ve dengi okulda, üniversitede okuyan kısmı büyük bir çoğunluğu oluşturmaktadır. Okumakta olan genç nüfusun genel sorunları, eğitim, ekonomik sorunları, barınma, beslenme, ulaşım, kişisel sorunlar, cinsel sıkıntılar, çevre ile uyum, sağlık, serbest zamanı değerlendirememesi, aile ile ilgili sorunlar, okula uyum, geleceğe ilişkin endişeler olarak sayabiliriz.¹²⁷

3.1. Gençlik Sosyolojisi

Birey açısından gençlik dönemi, kişiliğinin oluşması ve toplumsallaşma yoluyla çocukluktan “Yetişkinliğe” geçiş sürecidir. Bu süreç çocuklukla yetişkinlik arasında, tüm yaşama biçim verecek olan biyo-psikolojik toplumsal şekillenme, gelişme çağıdır.¹²⁸

Gençlik konusundaki ilk sosyolojik araştırmalar, dört konu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunlar Eisenstadt ve Coleman’ın çalışmalarıdır.

1. Gençlik yaşamında arkadaş gruplarının önemi .
2. Gençlik kültürleri ve gençlik alt kültürlerinin anlamı, nedenleri ve işlevleri.

¹²⁶ Genç, a.g.e., s:8

¹²⁷ Genç, a.g.e., s:13-15

¹²⁸ Gürses,F. , A.g.e.,s:47

3. Kuşaklararası ilişkilerin nedenleri, örnekleri ve sonuçları. Bu konu başka biçimde de ifade edilmiştir:<<yaş grupları arasındaki ilişkilerin kültürel boyutları.>>

4. Toplumsal değişim dönüşümlerinde genç katılımının tarihsel ve siyasal önemi

Gençlik sosyolojisinde, iki kuramsal yaklaşımdan bahsedilebilir. Bunlar, “Yapısal-İşlevselcilik” ve “İdealist Çözümlemelerin çeşitli tipleri” idi.¹²⁹ Gençlik kültürü ve gençlik alt kültürleri (gençliğin kültürel yönleri) kavramları, yapısal- işlevsel kuram tarafından getirildi. Gençlik kültürü, radikal bir biçimde karşıt-kültür (Counter- Culture) kavramına dönüştü. Bunlardan başka, Neomarksistler tarafından karşı kültür kavramıyla karışık bir biçimde eleştiri getirildi.¹³⁰

İngiliz sosyolojisinde gençlik konusu, farklı kuramsal yaklaşımlarla sürdürüldü. Bu kuramsal yaklaşımlardan birincisi Toplum Reaksiyon Kuramı idi. Bu yaklaşımın önemi, alt kültürler kavramlaştırmasının “sorun çözme” (Problem Solving) olarak yeniden keşfedilmesi idi. Bu yaklaşım Albert Cohen’in çalışmaları ile yerleşti. İkinci yaklaşım, Marksizm idi. Sınıf, Marksist kavramlarda açıklandı. Yoksa gençlik çözümlemelerinde temel açıklayıcı bir değişken olarak yeniden ele alınmadı.1970’li yılların sonunda hem kuramsal hemde uygulamalı çalışmalarla sosyolojinin bu dalı gelişmeye başladı. Bir yanda Murdock’un sorun çözme yaklaşımı, diğer yanda ise Hall ve taraftarlarının sınıf yaklaşımları arasındaki görüş ayrılıkları devam etmekteydi.¹³¹

3.1.1. Gençler ve Gündelik Yaşam

Gençlerin boş zaman geçirmek için seçtikleri alanlar, ister çalışan gençler olsun isterse de üniversitede okuyan gençler olsun harcayacak paraları olmasa bile boş zamanları gündelik yaşam içinde alışveriş merkezleridir. Alışveriş merkezlerinde metaları değil, mekânı ve imgeleri tüketmektedirler.

¹²⁹ Akt. Tezcan, M., “Smith, M. David: “New Movements in the Sociology of Youth A Critique”, Britsh Journal of Sociology, Vol.32,1981,s:39”. “Gençlik sosyolojisi yazıları”,Gündoğan Yay. ,Ankara, 1991, s:12

¹³⁰ Tezcan, a.g.e.,s:12

¹³¹ Akt. Tezcan, “Smith a.g.e.s:240”, a.g.e.,s:13

Gündelik yaşam, kapitalist toplumlarda çatışan çıkarların pazarlık edildiği ve rekabet içinde bulunduğu yerdir. Certeau'nun(1984) gündelik yaşam kültürü ile pratikleri üzerine yaptığı çalışmalarında bir dizi çatışma eğretilmesi –özellikle strateji ve taktiklere, gerilla savaşına, kaçak avlanmaya, aldatıcı oyunlara ve hilelere ilişkin eğretilmeler- yer almaktadır. Gündelik yaşamda güçlülerin örgütlendiği, zayıfların ise yaratıcı ve esnek olmak zorunda kaldığı varsayımdır. Bunun için zayıflar gündelik yaşamda güçlülerin stratejilerine karşı yaratıcı olmak ve direnme/gerilla taktikleri kullanırlar. Güçlülerin metinlerine ya da yapılarına taktikler geliştirerek kendilerini var etmek için saldırılarda bulunurlar.¹³² demektir. Kapitalizmin rekabete yönelik yapısından dolayı gündelik yaşam alanlarımız kuşatılmaktadır.

Gençler, tam anlamıyla alışveriş merkezleri gerillalarındırlar(Mike Pressdee:1986).

Alışveriş merkezleri stratejik gerekçelerle ticaret için düzenlenirler. Eskisinin aksine yeni tarz alışveriş kompleksleri (Espark, Kanatlı, Carrefour) insanların şehir merkezlerine gitmeden aynı anda birçok şeyi birarada yapabilecekleri mekanlardır. Alışveriş merkezlerinin çekiciliği zorunlu ihtiyaç malları satmasının yanında lüks malları ya da daha gündelik özel ürünlerin¹³³ satıldığı mekanlardır. Yeme içme, arkadaşlarla buluşma, sinema oyun, vb. ihtiyaçları için de kullanılmaktadır.

Lefebvre, “gündelik yaşamın sefaleti” diye adlandırdığı şeyin karşısına “gündelik yaşamın iktidarı”nı koyar. Bunun içerdiği belirtiler şunlardır:

[gündelik yaşam iktidarının] sürekliliği... beden, zaman, uzamın, arzusun uyarlanmasına dayanmaktadır: Çevrenin ve evin... duyuşsal bir deneyim dünyasının yinelenen jestlerinden yaratılması, ihtiyacın doyuma kavuşturulması ve çok nadir olarak haz ile karşılanması: Çalışma ve sanat ürünleri; gündelik yaşam koşullarını gündelik yaşamın akışkan olmayan nesnelerinden, akışkan olmayan uzamlarından yaratma yeteneği.¹³⁴

De Certeau (1984:18), gündelik yaşam kültürünün bir kandırmaca olduğunu ve popüler direnişlere önem verilmesinin gerekliliğinden bahseder. Gündelik yaşam kültürünün “uyarlama” sürecinde ya da “dayatılan sistemleri *kullanma biçimleri*”nde aranması gerektiğini öne sürmektedir. Gündelik yaşamda ötekileştirilen sınıfın oyununu oynayarak onun oyununu engellemenin yollarını ararken karşılıklı oyun üzerinden direniş alanlarını inşa ederler. Gündelik

¹³²Fiske, a.g.e.,s:46

¹³³ Tezcan, a.g.e.,s: 52-57

¹³⁴Fiske, a.g.e.,s:47-48

yaşamı tanımlayan temel sözcükler *uyarlama*, *kendi amacı için kullanma* ve *hilekârlık* gibi sözcüklerdir. Kısacası De Certeau'ya göre gündelik yaşam elindekilerle yetinme sanatıdır.¹³⁵

Yani gündelik yaşam içinde kişinin kendine dayatılan yaşama biçimini sorgulamadan kabul etmesine dayanan bir sistemdir. Gündelik yaşamı tanımlayan sözcüklerden de anlaşılacağı gibi gündelik yaşamda birey kuşatılmış durumdadır. Birey bu dayatmalara karşı stratejiler geliştirerek yaşam alanını korumaya çalışır.

Büyük alışveriş mekânları gençler tarafından yeni anlamlar kazanmaktadır. Gençler bu mekânları buluştukları, randevulaştıkları, son modayı sergileyip tükettikleri kendi kişisel alanları olarak kullanmaktadırlar; dükkânlar ise gençlerin kişisel tarzına, kişisel ifadelerine dönüştürdükleri birer imge kaynağıdır.

3.1.2. Gençlik, Müzik ve Kültür

Gençler arasında müzik önemli bir olgudur. Müzikle birlikte gençler sevinçlerini, üzüntülerini, coşkularını paylaşabilmektedirler. Hatta dinledikleri müzik sayesinde gençler siyasal veya etnik kimliklerini ifade etme fırsatını bulurlar.

Müzik, diğer iletişim biçimlerinde olduğu gibi, insan ilişkilerinin baskısı altındadır ve bu ilişkilerce yönlendirilir. Bu ilişkiler küçük dinleyici gruplarındaki güç yapılanmasını hiyerarşik olarak yansıtabileceği gibi; müzik sektörüne ve endüstrisine bağlı karar-alıcılar ve tüketici halk da dahil olmak üzere, etkili olan sosyal yapılanım aygıtlarının temsilcileri arasındaki ekonomik ve politik güce ilişkin ayırt edici kanıtlar sunabilir. Teknoloji; müziğin yaratıcıları tarafından tüketilmesi ve kullanılması için kaynak sağlar ve aynı zamanda, üretimini sağlayan şirketlere para kazandırır ve sosyal ilişkileri etkilemede yararlanılan mekanizmaya sahiptir.¹³⁶

Müzik kültürel bir olay ya da ürün olarak tek başına varolabilen (konser, sokak yorumu, kendi kendine söyleme ve çalma, plaklar, kasetler, kompakt diskler, mp3 çalarlar,internette indirilip dinlenen klipler vs.); bir başka araç için içerik odağı olarak işlev gören (radyo, müzik klipi ve bazı filmler); ya da bir başka eserin ya da etkinliğin genel estetiğine ve anlamına katkıda

¹³⁵Fiske, a.g.e.,s:47-48

¹³⁶ Lull,J. “Popüler Kültür Ve İletişim”,Çivi Yazıları, 2000, İstanbul, s:12

bulunan (televizyon ve sinema için fon müziği, kilise ayinleri, düğünler, cenaze törenleri, sportif olaylarda eşlik unsuru vs.) benzersiz bir sembolik anlatım biçimidir. Diğer birçok şeyin yanısıra alışveriş yaparken, araba sürerken, ders çalışırken bile dinlediğimiz bir olgudur.

İnsanların müziği ne şekillerde kullandığı konusunda Reisman tarafından 40 yılı aşkın bir süre önce ortaya atılan tartışmada “aynı ya da hemen hemen aynı popüler kültür materyallerinin dinleyiciler tarafından farklı şekillerde ve farklı amaçlar için kullanıldığı” ileri sürmüştür. Dinleyicilerin popüler müziği kullanma amaçları genellikle aynıdır. Birisi müzikle “gevşerken”, bir başkası kitapla gevşeyebilir. Müzik tıpkı televizyon gibi “can yoldaşdır”.¹³⁷

3.1.3. Gençlerde Toplumsallaşma Aracı Olarak Müzik

Çok küçük çocuklar bile kitle iletişim araçlarından duyup dinledikleri müzikle, büyüklerinkinden büyük ölçüde farklılaşan özel bir ilişki geliştirirler.¹³⁸ Müzik dinleyicisinin kişisel gündemleri, dil kalıpları, etkileşim tarzları ve kişiler arası ve dolayımlanan bilgi kaynaklarından öğrenmek istediği şeyler ergenlikten çok önce karakteristik bir biçim almaya başlar.

Müzik belki de, diğer tüm kültürel biçimlerle karşılaştırıldığında, yaygın ve güçlü bir protesto gerçekleştirme, özgür söylem için en etkin aracıdır. Müzik daha bir çok meselenin yanısıra, köleliğe, ırksal ve cinsel ayrıma, emek suiistimallerine, savaşa ve yoksulluğa karşı gösterilen direnişte de çok önemli bir rol oynamıştır. Amerika’daki protesto müziği ulusal bağımsızlığın ilanından çok önce başlamıştır. Tarih boyunca, alt kültür müziklerinin pek çoğu daha çok sosyo-ekonomik sınıflaşma sonucu baskıya maruz kalan ve ezilen gruplardan çıkmıştır.¹³⁹ Türkiye’de müziğin protesto özelliğine iyi örneklerden birisi arabesktir. 80’lerle birlikte ortaya çıkan özgün müziği bu çerçevede ele alabiliriz.

Popüler şarkıların hazır, boyuna yinelenen yorumlarını sunmalarından ötürü, müzik videolarının genç izleyicilerinin imgelem gücünü yok ettiği yönünde kaygılar vardır. Herkesin kendine sunulan görüntülerle baş başa kalması, izleyicilerin popüler şarkıları kendi başlarına

¹³⁷ Lull, a.g.e.,s:34

¹³⁸ Akt. Lull,”Christenson, DeBenedittis ve Lindloff, 1985”,a.g.e.,s:42

¹³⁹ Lull, a.g.e.,s:18-19

görselleştirme ya da yorumlama hatta hayal yeteneklerinin bir şekilde engellediğinden bahsedilmektedir. Pek çok videoda/ müzik klibinde sunulan; şiddet, cinsel göndermeler ve cinsel ayrımcılığa yer verilmesi büyük tepkilere yol açmıştır.¹⁴⁰

Dünyamızdaki tüm kültürler farklılıklar gösterirler, ancak müziğin yaratımı ve kullanımı, kültürlerin hayatta kalmak için gerekli olan araçları bulmak gibi ortak bir özelliğidir. Yapılan müzik türleri ve müziğin dile geldiği bağlamlar kültürden kültüre farklılıklar gösterir. Dünya kültürlerini ele aldığı analizinde Lomax, müziğin kültürün merkezine koymuş ve şarkı tarzının sosyal yapıyı çok açık olarak yansıttığını ve bu anlamda müzik türüne göre yerkürenin haritasının çıkarılabileceğini ileri sürmüştür.¹⁴¹ Lomax müziği, daha birçok boyutun yanı sıra, iş bölümü, kadın-erkek ilişkileri, cinsel adetler, toplumsal birlik-beraberlik ve ayrıca üretim miktarı ve siyasal etkinlik ile de ilişkilendirmektedir.

Frankfurt Okulu; bilincin etki altına alınması sürecinde popüler kültürün ne tür bir aracılık rolü üstlendiği üzerinde durmakta ve popüler kültürü, kitle kültürüyle eş anlamda kullanmakta ve tümüyle olumsuz düşünmektedirler. Örneğin, Adorno popüler müziğin insanları yabancılaştıracağına dikkati çeker bu konuda oldukça karamsardır. Adorno ve Horkheimer'e göre kitle iletişim araçları yoluyla dağıtılan popüler kültür aracılığıyla homojen bir kültürel ortam yaratılmaktadır.¹⁴²

Gençlik döneminde gençler doğal olarak aileleriyle daha az zaman geçirmektedirler. Akran gruplarıyla daha fazla birlikte olurlar ve kitle iletişim araçlarıyla ilgili alışkanlıkları bu dönemde değişir. Televizyon izlemekle geçirilen zaman bu dönemde azalırken,¹⁴³ işitsel kitle iletişim araçlarını izleme-dinleme eylemi artar. Televizyon daha çok akranlarla birlikte, kardeşlerle birlikte ya da tek başına izlenir hale gelmiştir¹⁴⁴; özellikle de müzik kliplerinin ortaya çıkışından bu yana. Sonuç olarak, ana-babaların gençlerin toplumsallaşmasındaki rolü önemini yitirmektedir.¹⁴⁵ Nasıl yaşanacağına ilişkin bilgi kaynakları konusunda gençler arasında genel bir yeniden-yönelim söz konusudur. Yeni kişiler arası bağlantılar ve kitle iletişim araçları etkinlikleri etkileşim içindedir. Tıpkı televizyonun aile yaşamının bir parçası olması gibi, film-radyo ve özellikle popüler müzik de akran grubu yaşanımlarının bir parçasını oluşturur.

¹⁴⁰ Lull, a.g.e.,s:28

¹⁴¹ Akt., Lull, "Lomax,1968",a.g.e.s:28-29

¹⁴² Alemdar K.& Erdoğan, İ., a.g.e.s.204

¹⁴³ Akt. Lull, "Comstock, Chaffee, Katzman ve Roberts, 1978; Lyle ve Hoffman, 1972; McLeod ve Brown, 1976",a.g.e.,s:43

¹⁴⁴ Akt. Lull, "Chaffee, McLeod ve Atkin, 1971" a.g.e.,s:43

¹⁴⁵ Akt. Lull "McLeod ve Brown, 1976" a.g.e.,s:43

3.2. Gençlikte Boş Zamanların Değerlendirilmesi

Son yıllardaki toplumsal yapıdaki değişimler, teknolojik gelişmeler, gençlerin boş zamanlarını alışkanlıklarını ve davranışını belirlemektedir. Örneğin Tezcan'ın gençlikle ilgili yaptığı araştırmanın gerçekleştirildiği 1991 yılındaki boş zaman alışkanlıkları ile 2007 yılında üniversitede öğrenci olan gençliğin boş zaman alışkanlıkları arasında bazı benzerlikler olsa da farklılıklar da tabii ki olacaktır.

Gençlik dönemine gelinceye kadar insanın hayatında gün içinde yapmaktan hoşlandığı aktivitelerde değişmektedir. Çocukken daha çok ebeveyn denetimindeyken gençlik döneminde bireyin kendi zevkleri istekleri doğrultusunda yaptığı aktiviteler söz konusudur. Örneğin; dergi okuma, kitap okuma, sporla uğraşma, sinemaya gitme, arkadaşlarla buluşma, vb. son zamanlarda ise gençliğin ilgi alanlarında yeni teknolojik gelişmelerle birlikte bir çeşitlenme olmuştur. Bunlar internet, eğlence mekanları, alışveriş merkezleri vb. oluşturmaktadır.- Bu aktiviteler gençler arasında ister kız olsun isterse erkek her ikisi için de geçerlidir.

Boş zaman alışkanlıkları gençler için önemli bir zaman dilimidir. Özellikle dinlenip eğlenilen gencin yaşamla bağları güçlenir, sağlıklı ve, ruhsal yönden de kişilik geliştirmesini sağlar. Serbest zamanın kişinin hayatında; meslek alanında yetiştirme, zihinsel ve bedensel gelişimi sağlamasını yapıcı olma işlevleri arasında sayabiliriz.

3.3. Ülkemizde Gençliğin Boş Zamanlarını Değerlendirme Biçimleri

Gençlik dediğimiz kesim, çocukluk döneminin bitimi olan ön ergenlik ve ergenlik gibi dönemleri içeren aşamadır. Ülkemizde Milli Eğitim, Gençlik ve Spor Bakanlığı, 12-24 yaş arasındaki grubu gençlik olarak tanımlamaktadır.¹⁴⁶

Gençlik, çeşitli biçimlerde sınıflandırılabilir. Örneğin yerleşme biçimlerine göre: Köy gençliği, kasaba gençliği, kent gençliği, metropoliten bölgeler gençliği, gecekondu gençliği gibi.

¹⁴⁶ Tezcan, a.g.e.,s:140-143

Uğraşı alanına, cinsiyetine göre de sınıflandırılabilir. İşte gençliğin boş zamanlarını değerlendirme biçimleri de bu sınıflandırmaya göre farklılaşmaktadır.¹⁴⁷

Gençliğin, yaşadığı yerleşim-Metropol, Şehir, Kasaba, Köy, Yurtdışı vb.- yerine göre boş zaman alışkanlıklarında da farklılık göstermesi doğal bir süreçtir. Çünkü bir kırsal kesimden gelen kız öğrenciyle metropolden gelen kız öğrenci aynı yaşam deneyimlerine sahip olması beklenemez. Metropoldeki yaşayan gencin yaşam deneyimleri ile kırsalda yaşayan bir gencin yaşam deneyimi aynı değildir. Sonuçta yaşadıkları yerlere göre boş zaman alışkanlıkları da buna bağlı olarak farklı olacaktır.

Torkildsen'e göre; boş zaman seçimini ve boş zaman aktivitelerine katılımı etkileyen faktörleri 3 gruba ayırmıştır:

1. Kişisel Faktörler: bireyin ihtiyaçlarını, ilgilerini, davranışlarını, kabiliyetlerini ve yetiştirme şekilleriyle kişiliklerini içerir (Yaş, Yaşam döngüsünde evre, Cinsiyet, Medeni durum, Birine ekonomik bağımlılık ve yaş, İstek ve amaç, Kişisel zorunluluk, Kaynaksızlık, Boş zaman algısı, Tutum ve motivasyon, İlgi ve kaygı, Fiziksel-sosyal-entelektüel hüner ve kabiliyet, Kişilik ve güven, Yetiştirme şekli ve alt yapı).
2. Sosyal Faktör ve Maddi Durum: Gelirleri, meslekleri, kendi idarelerindeki sosyal ortamlarında bireylerin kendilerini buldukları durumları ve onların maddi durumlarını içerir (İş, gelir, Kullandıktan sonra atılan gelir, Maddi refah ve mallar, Ev sahibi ve cep tlf. sahip olma, Zamana sahip olma, Görev ve zorunluluklar, Ev ve sosyal çevre, Arkadaş ve eş grubu, Sosyal roller ve iletişim, Çevresel faktörler, Kitlese boş zaman faktörleri, Eğitim ve tecrübe, Nüfus faktörü, Kültürel faktörler.)
3. Fırsat Faktörleri: Kaynaklar, imkanlar, programlar, aktiviteler ve bunların kalitesi, cazibeleri ve yönetimlerini içerir(Sağlanabilen kaynaklar, İmkanlar-tür ve kalitesi, Farkında olma, Fırsatların algılanması, Rekreasyon hizmetleri, İmkanların dağıtımı, Ulaşılabilirlik ve yer, Aktivitenin tercihi, Ulaşım, Maliyet:-öncesinde -sırasında-sonrasında, Yönetim:politika ve tedarikçiler, Pazarlama, Programlama, Organizasyon ve liderlik, Sosyal ulaşılabilirlik ve politika.¹⁴⁸

¹⁴⁷ Tezcan, a.g.e.,s:140-143

¹⁴⁸ Tezcan, a.g.e.,s:140-143

Kısacası gençlik; içerisinde yaşadığı toplumu yansıtır, o toplumun sorunlarından etkilenir, toplumdaki gelişmelere ve oluşumlara da etkin olarak katılır. Gençlik içinde bulunduğu toplumdan ayrı düşünülemez.

Üniversite gençliğinin de belli bir birikim sağladığı ve yetenekleri doğrultusunda kendini geliştirdikleri düşünülmektedir. İşte bu süreçte günümüz üniversite gençliğinin de ilgi alanları yeni teknolojilerle çeşitlenmiştir.

Ülkemizde üniversite gençliğinin boş zamanlarını değerlendiriş biçimleri; kişisel ilgi alanları, ihtiyaçları ve yeteneklerine göre değişmektedir. Bu biçimler sosyo-ekonomik durumlarına,, üniversite de ihtisas yaptıkları alanlara ve mesleki ilgilerine göre farklılaşmaktadır. Ayrıca üniversitelerinin kendilerine sağladığı sosyal olanaklar ve bu olanakların çeşitliliği, öğrencilerin boş zamanlarının verimli aktivitelerle çeşitlenmesinde önemli etkindir.

Gençlik toplumda en dinamik kesimi oluşturmaktadır. Üniversite gençliğinin de hem aldığı eğitim hemde gelişime/değişime en yatkın kitle olmasından dolayı toplumsal gelişimi sağlaması düşünülmektedir. Boş zamanlarını iyi bir şekilde planlayan ve denetleyebilen ülkeler kaliteli bir yaşam seviyesine ulaşmış demektir. İşte bu çalışmanın önemi, toplumdaki en dinamik kitlenin boş zamanlarını değerlendiriş biçimini anlayabilmektir. Boş zaman gibi gençlik kavramından ayrı düşünülemeyecek diğer bir kavram olan popüler kültür etkinlikleri de bu çalışmada yer almıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN POPÜLER KÜLTÜR ETKİNLİKLERİ VE BOŞ ZAMAN ALIŞKANLIKLARI

1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin sosyo-ekonomik özellikleri dikkate alınarak boş zaman alışkanlıklarını belirlemek ve bu değerlendirmeler ışığında boş zaman alışkanlıklarıyla popüler kültür etkinlikleri arasındaki ilişki incelemektir. Ayrıca öğrencilerin, sosyal ve ekonomik özellikleri ile boş zaman değerlendirme eğilimleri arasındaki ilişkiyi bu çalışma çerçevesinde ele alınacaktır.

Popüler kültür etkinliklerinin, gündelik hayatın içinde yer alması boş zaman alışkanlıklarımızı belirleyen bir süreçtir. İşte bu süreçte üniversite gençliğinin büyük bir kısmının popüler kültür etkinlikleri içinde yer almaları kayda değerdir. Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin, sosyo-ekonomik özellikleri dikkate alınarak boş zaman alışkanlıkları ve popüler kültür etkinlikleri arasındaki ilişki nedir? sorusuna yanıt aranmaktadır.

Bu çalışmanın temel soruları:

- Üniversite öğrencilerinin; sosyo-ekonomik özellikleri ile katıldıkları popüler kültür etkinlikleri arasındaki ilişki nedir?
- Boş zaman alışkanlıklarının ve popüler kültür etkinliklerinin: Türü, katılma sıklıkları nelerdir?
- Popüler kültüre olumsuz bakan öğrenciler boş zaman alışkanlıklarından ne ölçüde etkilenmektedir?
- Üniversite öğrencilerinin sosyo-ekonomik özellikleri boş zaman alışkanlıklarını ne ölçüde etkilemektedir?

2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Her araştırma belirli sınırlar içinde yapılır. Bu araştırmanın bulgularından yararlanırken bazı sınırlılıkları olması doğaldır.

1. Araştırma, Anadolu Üniversitesi öğrencileriyle sınırlıdır.
2. Araştırma, bilgi toplama aracı yoluyla toplanan verilerle sınırlıdır.

Dolayısıyla, araştırma için öğrencilerden toplanan veriler bir zaman kesitindeki anlık, sürekli değişen özelliğinden dolayı verilerin geçerlilikleri yalnız anketin yapıldığı zaman dilimi ile sınırlıdır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Anadolu Üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılan bu araştırma niceliksel yöntemin bir tekniği olan anket yöntemiyle yapılmıştır.

Üniversite öğrencilerine sosyo-ekonomik özellikleri ve boş zaman alışkanlıkları dikkate alındığında popüler kültür etkinlikleri boş zaman alışkanlıklarını ne ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla hazırlanan ankette sosyo-demografik değişkenlerle ilgili sorular, boş zaman alışkanlıklarını ve uygulama sıklığını ölçmek için kullanılan soruların yanı sıra, öğrencilerin popüler kültür algısını ölçmek için sorular da oluşturulmuştur.

Öğrencilerin boş zaman alışkanlıkları hakkındaki görüşlerini algılamaya yönelik sorular sorulmuştur. Gökmen ve arkadaşlarının 1985 yılında “*Yükseköğretim öğrencilerinin serbest zaman etkinlikleri kendilerini gerçekleştirme düzeyleri*”¹⁴⁹ adlı çalışmadan yararlanılmıştır. Bu soruların sonuçları Tablo.11, Tablo.12, Tablo.60 ve Tablo.61 de verilmiştir. Popüler kültür etkinlikleri hakkındaki görüşlerine yönelik sorular ise popüler kültür hakkındaki genel yaklaşımlar üzerinden hazırlanmıştır. Bu çalışmanın popüler kültür algısını ölçmek için oluşturulan ölçeğin güvenilirliği $\alpha=0,39$ olarak bulunmuştur.

¹⁴⁹ Gökmen ve arkadaşları, “Yükseköğretim öğrencilerinin serbest zaman etkinlikleri kendilerini gerçekleştirme düzeyleri”, Milli eğitim Basımevi, Ankara, 1985, s:112

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın yeri ve bulguların kaynağı Anadolu Üniversitesi'nde seçilen 7 fakülteden rast gele seçilen 350 öğrenciden oluşmaktadır. Bu araştırma 2006-2007 yılında Anadolu Üniversitesi'ne kayıtlı olan öğrenciler üzerinde uygulanmıştır. Örneklem Fakültelerin öğrenci büyüklüklerine göre belirlenmemiştir. Bütün fakültelerden eşit öğrenci alınarak ankete uygulanmıştır.

3.2.Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

ÖĞRENCİLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

Tezin alan çalışması sırasında ilk olarak Anadolu Üniversitesinde okuyan öğrencilerin genel özelliklerini tanımlayabilmek amacıyla yedi fakülte seçilmiştir. Seçilen fakültelerin - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Edebiyat Fakültesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi, Fen Fakültesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Endüstriyel Sanatlar Y.O.-her birinden 50'şer öğrenciye anket uygulanmıştır. Örneklem grubu 350 kişiden oluşmaktadır; Fakültelerdeki öğrencilerin genel toplam içindeki temsil oranları yaklaşık %14,3 tür.

Tablo1. Cinsiyet

Cinsiyeti	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Kadın	188	53,7
Erkek	162	46,3
TOPLAM	350	100,0

Örneklem grubundaki öğrencilerin %53,7'si Kız öğrencilerden , %46,3'ü de Erkek öğrencilerden (Tablo1.) oluşmaktadır. Cinsiyet, tüketim alışkanlıkları ve sosyal aktiviteler için çoğu zaman belirleyici olmaktadır. Cinsiyet kadar kişilerin yaşları da boş zaman etkinliklerini ve tüketim alışkanlıklarını etkilemektedir. Örnekleme katılan öğrencilerin yaş dağılımı aşağıdaki gibidir.

Tablo2. Yaş

Yaş	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
18-20	81	25,1
21-23	179	51,2
24-26	61	17,5
27-29	20	5,6
30 ve üstü	2	0,6
TOPLAM	350	100,0

Ankete katılan öğrencilerin yaşları; %25,1 i 18-20 yaş, %51,2 si 21-23 yaş, %17,5'i 24-26 yaş, %5,6'sı 27-29 yaş, %0,6'sı ise 30 yaş ve üstü olanlardan oluşmaktadır. Örneklem arasında en sıklıkla gözlenen yaş grubu 21-23 yaş aralığındadır. Örneklem arasında en az gözlenen yaş grubu ise 30 ve üstü yaş aralığıdır(Tablo2.)

Doğum yerlerinin tek tek ele alınmayıp Eskişehir, Eskişehir'e komşu iller, Eskişehir'in doğusunda ve batısında yer alan iller, metropoller ve yurtdışı şeklinde gruplanmıştır.

Öğrencilerin doğdukları ve halen yaşadıkları iller doğu ve batı olarak ayrılmıştır. Gençlerin geldikleri veya doğdukları il, boş zaman aktivitelerini ve dünyayı algılayış biçimini etkilediğinden, günlük aktivitelerini farklılaştıracağı varsayılmaktadır. Öğrencilerin doğduğu il dağılımı aşağıdaki gibidir;

Tablo3. Öğrencilerin Doğum Yerlerine Göre Dağılım

Doğum yeriniz	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Eskişehir	59	16,9
Eskişehir çevresi iller	17	4,9
Eskişehir'in batısındaki iller	39	11,1
Eskişehir'in doğusundaki iller	116	33,1
Metropoller	108	30,9
Yurtdışı	11	3,1
TOPLAM	350	100,0

Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin doğum yerlerine göre dağılımı (Tablo 4.); Eskişehir'de doğanlar ankete katılanların %16,9'unu oluşturmaktadır. Eskişehir çevresindeki illerde-Kütahya, Afyon, Bilecik, Konya, Bolu- doğanların oranı %4,9 dur. Eskişehir'in Batısında doğanların oranı %11,1'dir. Eskişehir'in Doğusunda kalan illerde doğan öğrencilerin oranı 33,9'dur. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu Eskişehir'in doğusunda kalan illerden gelmiştir.

Büyük şehirlerde, metropollerde doğanların oranı % 30,9 olup araştırmada ikinci sırayı almaktadır. Büyükşehirlerde doğanların bu kentlerin sağladığı sosyoekonomik koşullarında önemli farklılıklar olacağından metropollerden-Ankara, İstanbul, İzmir ve Bursa- gelen öğrencileri de farklı bir kategoriye koyulmuştur (Tablo.3).

Öğrencilerin doğum yerleri ile yaşadıkları yerler arasında önemli farklar vardır. Tablo.3 ve Tablo.4'teki verilerin farklılığı araştırmaya katılan kişilerin ya ailece ya da bireysel olarak göç ettiklerini ya da geçici olarak Eskişehir'e yerleştiklerini göstermektedir. Halen yaşadıkları illere ait olarak aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Tablo4. Halen yaşadığınız il

Halen yaşadığınız il	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Eskişehir	208	59,4
Eskişehir çevresi iller	7	2,0
Eskişehir'in batısındaki iller	26	7,4
Eskişehir'in doğusundaki iller	31	8,9
Metropoller	78	22,3
TOPLAM	350	100,0

Öğrencilerin halen yaşadıkları illere ait soruları öğrencilikleri süresince yaşadıkları yer olarak algıladıkları için %59,4 halen yaşadıkları il Eskişehir ilk sırada yer almıştır. Eskişehir'in batısındaki illerde yaşayanlar %7,4'ünü oluşturmaktadır. Eskişehir'in doğusundaki illerde yaşayan öğrencilerin oranı %8,9'dur. Metropollerde yaşayanların oranı ise %22,3'tür (Tablo.4). Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu Eskişehir ve metropollerde yaşamaktadır.

Ailelerin eğitim düzeyleri hakkında bilgi edinmek için anne ve babalarının eğitim düzeyleri araştırıldığında Tablo.5 ve Tablo.6'daki sonuçlara ulaşılmıştır. Çocukların eğitiminde en etkili kişi olarak annenin eğitilmiş olması, çocuğun ve ailenin yaşamını olumlu etkilemektedir.

Tablo5.Anne Öğrenim Durumu

Anne Öğrenim Durumu	KİŞİ SAYISI	YÜZDESİ (%)
Okuryazar Değil	15	4,3
Okuryazar	21	6,0
İlkokul Mezunu	90	25,7
Ortaokul Mezunu	51	14,6
Lise Mezunu	104	29,7
Üniversite Mezunu	69	19,7
TOPLAM	350	100,0

Öğrenci annelerinin öğrenim durumlarına bakıldığında; okuryazar olmayan %4,3'lük bir kesim görüyoruz. İlkokul mezunu olan %25,7, Lise mezunu olan %29,7, Üniversite mezunu olan %19,7'dir. Bu bulgular göstermektedir ki kadınlar arasında okuma yazma bilmeyen ya da sadece okuryazar olanlar bulunmaktadır. Kadınların %10,3'lük bir kısmının eğitim seviyesinin düşük olduğu önemli bir bulgudur. Bu bulgudan da anlaşılacağı üzere ülkemizin en önemli sorunlarından biri okuma yazma sorunudur ve ülkemizde bu oran yüksektir (Tablo.5). Babalarda eğitim durumu annelere göre daha üst düzeylerde.

Tablo 6. Babanın Öğrenim Durumu

Babanın Öğrenim Durumu	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Okuryazar Değil	2	0,6
Okuryazar	18	5,1
İlkokul Mezunu	71	20,3
Ortaokul Mezunu	30	8,6
Lise Mezunu	109	31,1
Üniversite Mezunu	120	34,3
TOPLAM	350	100,0

Öğrencilerin babalarının %0,6'sı okuryazar, okuryazar ama diploması olmayanların oranı %5,1'dir. İlkokul mezunu %20,3, Ortaokul mezunu %8,6, lise mezunu %31,1, Üniversite mezunu ise %34,3'tür. Annelerden lise ve üniversite mezunu olanların oranları toplamı %49,4'te kalırken babaların lise ve üniversite mezunu olanları toplam oranı %65,4'tür. Buradan da anlaşılacağı gibi öğrencilerin babaları, annelerinden daha eğitilidir(Tablo.6).

Tablo7. Annenin Mesleği

Annenin Mesleği	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Ev Hanımı	221	63,2
Emekli	40	11,4
Öğretmen	30	8,6
Memur	24	6,9
Küçük Esnaf	14	4,0
Yönetici	6	1,7
Büyük Ve Orta Ölçekli İşletme	5	1,4
İşçi	5	1,4
Mühendis	3	,9
Diğer	2	,6
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin annelerinin meslek dağılımına bakıldığında; %63,2'sinin ev hanımı oldukları görülmektedir. Çalışan annelerin dağılımına bakıldığında; %11,4'ü emekli olanlar, Aktif çalışma hayatı içinde olanların %8,6'sı öğretmendir. Öğrencilerin annelerinin meslek oranlarına bakıldığında ev hanımı olup hiçbir işte çalışmayan annelerin oranı yüksektir. Çalışan kadınların genel toplamdaki oranı ise %36,8'dir (Tablo.7). Hane gelirine katkıda bulunamayan çalışmayan kadınlar gençlerin hem boş zaman alışkanlıklarını hem de popüler kültür etkinliklerine ayrılan harçlığı da etkilemektedir.

Tablo 8. Babanın Mesleği

Babanın Mesleği	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Emekli	114	32,6
Küçük Esnaf	76	21,5
Memur	61	17,2
İşçi	21	6,0
Öğretmen	19	5,4
Mühendis	17	4,9
Yönetici	17	4,9
Büyük ve Orta Ölçekli İşletme	14	4,0
Çiftçi	9	2,6
Diğer	3	,9
TOPLAM	350	100,0

Öğrencilerin babalarının mesleklerinin dağılımına bakıldığında; %32,6'sı emeklidir, %21,5'i küçük esnaf, %17,2'si ise memur, diğer (ressam vb.) %0,9'dur (Tablo.8).

Ailenin geliri doğrudan öğrencilerin öğrencilikleri boyunca harcayacakları gelirlerini de etkilemektedir. Aktif çalışma hayatı dışında olan babaların ve ev hanımı annelerin yoğun olması aile gelirini dolayısıyla da öğrencilerin gelirini etkilemektedir. Bu ve benzeri nedenlerden dolayı üniversite ve çevresinde bu öğrencilere burs ve part time iş olanaklarının sunulması gereklidir .

Tablo 9. Hanenin Aylık Geliri

Hanenin Aylık Geliri	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
0-500 ytl	51	14,6
501-1000 ytl	123	35,1
1001-1500ytl	80	22,8
1501-2000ytl	58	16,6
2001 ve üstü	38	10,9
TOPLAM	350	100,0

Öğrencilerin ailesinin aylık geliri baz alındığında aylık 500 ytl ile geçinenlerin oranı %14,6, 501-1000 ytl arasında geçimini sağlayanların oranı %35,1, 1001-1500 ytl arasında geçimini sağlayanların oranı %22,8, 1501-2000 ytl arasında geçimini sağlayanların oranı %16,6, 2001 ytl ve üstü ile geçinenlerin oranı ise %10,9'dur (Tablo.9)

Gençlerin hane gelirleri dikkate alındığında oldukça düşük olduğu gözlenmektedir. Türkiye'de geçim seviyesi ölçüt alındığında öğrencilerin çoğu geçimlik düzeyde hane gelirine sahiptir. Bu durum öğrencilerin boş zaman alışkanlıklarına ve popüler kültür etkinliklerine katılımını etkileyen en önemli sorundur.

Tablo 10. Öğrencilerin Ortalama Aylık Gelirleri (Burs Harçlık Kredi Toplamı)

Ortalama Aylık Geliriniz Ne Kadardır? (Burs Harçlık Kredi Toplamı)	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
0-250 YTL	50	14,3
251-500 YTL	186	53,1
501-750 YTL	76	21,7
751-1000 YTL	27	7,8
1001 ve üstü	11	3,1
TOPLAM	350	100,0

Kişilerin geçimlerini sürdürebilmek için asgari düzeyde de olsa bir gelire ihtiyaçları vardır. Anket uygulanan öğrencilerin ortalama aylık gelirleri Tablo 10.'da görüldüğü gibidir. Ailesiyle birlikte Eskişehir'de yaşayanların gelirlerinin düşük olması beklenen bir durumdur. Ancak başka şehirlerden gelenlerin gelirleri %53,1'inin geliri 251-500 YTL, %21,7'si 501-750 YTL'dir. Tespit edilen en düşük gelir 130 YTL iken en yüksek gelir 1000 YTL'nin üzerindedir (Tablo.10).

Boş zaman etkinliklerine ayrılan para genellikle temel fizyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonra ayrılan paradır. Bu açıdan ailesi ile birlikte kalanlarla yurttan, pansiyonda, Apart-otelde, birkaç arkadaşı ile birlikte, yalnız kalanlar arasında doğal olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. Ama ailesi ile kalanların temel ihtiyaçlarını aile karşıladığı için gelirini harcama konusunda daha rahat oldukları düşünülebilir. Diğer yandan aile denetiminden uzak olanlar bir yandan kendi sorumlulukları ile baş ederken diğer yandan ekonomik açıdan harcamaları konusunda da az özgür olacaklardır.

Tablo11. Eğitiminiz Süresince Aylık Gelirinizi Nasıl Sağlıyorsunuz?

Eğitiminiz Süresince Aylık Gelirinizi Nasıl Sağlıyorsunuz?	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Hem Aile Hem Kredi veya Burs	166	47,4
Aile Desteği	107	30,6
Hem Aile Hem Çalışarak	39	11,1
Çalışarak	16	4,6
Kredi veya Burs	11	3,1
Hem Aile Hem Burs Hem de Çalışarak	10	2,9
Hem Burs Hem Çalışarak	1	,3
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin %47,4'ü hem aile hem kredi veya burs desteği ile, %30,6'sı sadece aile desteği ile, %11,1'i hem aile hem de çalışarak, %4,6'sı sadece çalışarak eğitimini sürdürürken aylık gelirini sağlamaktadır. Veriler çapraz tablo ile çoklu ortamda değerlendirildiğinde aile desteği %92, çalışarak %18,6, kredi ve burs alarak eğitimini sürdürme %53,6 oranında yer almıştır. Bu verilere göre üniversitedeki öğrencilerin önemli bir bölümü aile desteği ile okumaktadırlar. Öğrenciler aileye yük olmamak ve daha iyi koşullarda geçinebilmek için kredi ya da burs almaktadırlar. Bunu yanı sıra hane gelirine destek ve kendi eğitimlerini sürdürebilmek için %18,6 gibi bir öğrenci kitlesi çalışmaktadır (Tablo.11)

Tablo 12. Öğreniminize Devam Ederken Nerede Kalıyorsunuz?

Öğreniminize Devam Ederken Nerede Kalıyorsunuz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Birkaç Arkadaşla Birlikte Kiralık Bir Evde	163	46,6
Ailemin Yanında	67	19,1
Devlet Yurdunda	51	14,6
Kiralık Bir Evde Tek Başına	33	9,4
Apart-Otelde	16	4,6
Özel Yurtta	12	3,4
Akraba,Tanıdık Yanında	5	1,4
Kendi Evlerinde Yalnız	3	,9
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin %46,6 sı birkaç arkadaşla birlikte kiralık bir evde, %19,1'i ailesinin yanında, %14,6'sı devlet yurdunda, %9,4'ü kiralık bir evde tek başına, %4,6'sı Apart-otelde, %3,4'ü özel yurtta, %1,4'ü akraba tanıdık yanında kalmaktadır (Tablo.12). Kaldıkları yerler öğrencilerin akademik başarısının yanı sıra boş zaman etkinliklerini, tüketim alışkanlıklarını, ruhsal ve sosyal gelişimlerini de etkilemektedir.

Barınma öğrencilerin en önemli sorunudur. Ailenin ve öğrencinin geliri kaldığı yeri belirlemede en önemli etkidir. Aile desteği yanında burs, kredi ve iş olanaklarından yararlanabilenler daha iyi koşullarda barınmaktadırlar.

Tablo13. Bos Zaman Etkinliklerine Ne Kadar Para Ayırıyorsunuz?

Bos Zaman Etkinliklerine Ne Kadar Para Ayırıyorsunuz?	Kişi Sayısı	Yüzde (%)
100 ytl ve altı	248	70,8
101-200 ytl	64	18,3
201-300 ytl	24	6,9
301-400 ytl	5	1,4
401-500 ytl	7	2,0
501 ytl ve üstü	2	0,6
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan öğrencilerin aylık gelirlerinden ne kadar parayı boş zaman etkinlikleri-alışveriş merkezlerine gitme, kafe ve kahvehanelerde zaman geçirme, spor, tiyatro, sinema, opera, konser, barlar, futbol maçlarına gitme, vb. şeyler- için harcadıkları ve ayırdıkları incelendiğinde alınan cevaplara göre Tablo 12.'deki dağılım ortaya çıkmaktadır. Örneklem arasında 100 YTL ve altı para ayıranların oranı %70,8'dir ve öğrencilerin büyük bir kısmını

oluşturmaktadır, 101-200 YTL arasında para ayıranların oranı %18,3, 201-300 YTL arasında para ayıranların oranı %6,9'dur (Tablo.13).

Görüldüğü üzere öğrencilerin büyük bir çoğunluğu düşük miktarlarda da olsa boş zaman alışkanlıkları için harçlıklarının belli bir kısmını ayırmaktadırlar. Gençlerin günlük hayatta fizyolojik ihtiyaçları için ayırdıkları paranın yanı sıra boş zaman alışkanlıklarını da önemsemeleri ve bunun içinde para ayırmaları önemli bir bulgudur.

BOŞ ZAMAN ALIŞKANLIKLARI

Tablo14. Gün İçinde En Çok Nasıl Vakit Geçirirsiniz?

Gün İçinde En Çok Nasıl Vakit Geçirirsiniz?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ (%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
İnternet	287	16,4%	82,0%
Çeşitli Eğlenceler	251	14,3%	71,7%
Televizyon	247	14,2%	70,4%
Kitap	246	14,1%	70,3%
Spor	181	10,3%	51,7%
Cevapsız	538	30,7%	153,7%
Geçerli Cevap Sayısı	1750	100,0%	500,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcının gün içinde en çok nasıl vakit geçirdikleri sorulduğunda verilen cevapların dağılımı Tablo 14'de verilmiştir; 350 cevaplayıcının verdiği toplam 1050 geçerli cevabın dağılımı şöyledir: %16,4 'ü internet, %14,3'ü çeşitli eğlenceler (müzik dinlemek, arkadaşlarıyla birlikte olmak, vb.), %14,2'si ise televizyon izlediklerini vurgulamışlardır.

Üniversite öğrencilerinin gün içinde yaptıkları aktiviteler göz önüne alındığında internette vakit geçirme, öğrenciler arasında en sık yapılan aktivitelerdendir. İnternetin günümüzde bilgi verme aracı olmasının yanı sıra kitap okuma, televizyon seyretme, müzik dinleme, gazete okuma vb. gibi çok farklı kategorideki işlemlere sahip olması da önemli bir aktivite olmasında belirleyicidir. Gün içinde en çok yaptıkları aktivite ise çeşitli eğlencelerdir. Bu aktiviteler gençlerin toplumsallaşmasında önemlidir. Bu süreçte gençler ortak zevklere sahip olduğu arkadaşları ile birlikte olup eğlenme ve kendini gerçekleştirme fırsatını yakalar. Kitap okuma ve televizyon izleme gün içinde gençler arasında tercih edilen başka bir aktivite

türüdür. Gün içinde yaptıkları aktiviteler göz önüne alındığında spor yapmanın çok düşük düzeyde olması ilgi çekici bir bulgudur (Tablo.14).

Gençlerin yurt ve dünya sorunlarının, kültürel çalışmaların, iç ve dış siyaset konularının yer aldığı, gündelik hayata dair konuların işlendiği herhangi bir yayını –gazete alıyorlar mı, okuyorlar mı, gazeteleri internetten takip ediyorlar mı- okuyorlar mı bunu anlamaya yönelik sorulan soruda Tablo 15.’deki bilgilere ulaşılmıştır.

Tablo 15. Gazete Okur musunuz? (Hangi sıklıkla)

Gazete Okur Musunuz?	FREKANS	YÜZDE (%)
her gün	132	37,7
haftada 1-2 gün	97	27,7
haftada 3-4 gün	103	29,4
hiç okumam	18	5,1
TOPLAM	350	100,0

Öğrencilere gazete okuma sıklıklarını sorulduğunda verilen cevapların genel dağılımı şöyledir; her gün okuyanların oranı %37,7’dir, Haftada 1-2 gün okuyanların oranları %27,7’dir. Haftada 3-4 gün okuyanların oranı %29,4’tür. Hiç okumam diyenlerin oranı ise %5,1’dir. Bu veriler öğrencilerin büyük bir kısmının gazete okuduğunu. Yurt ve dünya sorunları ile ilgilendiklerini en azından çevresinde gelişen politik, sosyal, kültürel olaylara duyarlı veya duyarsız olup olmadıklarını göstermesi açısından önemlidir (Tablo.15).

Gazetelerde okunan bölümler hem bireysel hem de toplumsal gelişime katkıda bulunmaktadır. Gazetede en çok hangi bölümleri okudukları sorulduğunda elde edilen verilerin dağılımı Tablo.16’da gösterilmiştir.

Tablo16. Gazetede en çok hangi bölümü okursunuz?

Gazetede en çok hangi bölümü okursunuz?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ (%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Siyasi Haberler	247	14,1%	70,6%
Kültür/Sanat Haberleri	189	10,8%	54,0%
1. Sayfa Haberleri	166	9,5%	47,4%
Spor	103	5,9%	29,4%
Ekonomi	89	5,1%	25,4%
Magazin Haberleri	67	3,8%	19,1%
3.Sayfa Haberleri	54	3,1%	15,4%
Diğer	16	,9%	4,6%
Cevapsız	819	46,8%	234,0%
Geçerli Cevap Sayısı	1750	100,0%	500,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcının gazetede en çok hangi bölümü okursunuz? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı Tablo 16’da verilmiştir; 350 cevaplayıcının verdiği 1750 cevabın dağılımına göre, %14,1’i siyasi haberler, %10,8’i kültür/sanat haberleri, %9,5’i ise 1. sayfa haberlerini okuduklarını vurgulamışlardır. Bu haberlerin yanı sıra sırası ile; spor haberleri, ekonomi haberleri, magazin haberleri, 3. sayfa haberleri, diğer -bulmaca sayfası, iş arama sayfası vb.- okunan haberler almaktadır.(Tablo.16).

Gençlerin gazetede okudukları bölümlerle ilgili sorunun bulgularından da anlaşılacağı gibi siyasi haberler en çok okunan bölümdür. Gençlerin yurttan ve dünyada meydana gelen olayları yakından takip ettiklerini söyleyebiliriz. İkinci sıklıkla okudukları bölüm ise; kültür sanat haberleridir ki, üniversite çağına gelmiş ve eğitim görmüş gençlerin bu tür haberlere ilgileniyor oluşu araştırmamız açısından kayda değer bir bulgudur.

Araştırma sırasında öğrencilerin düzenli olarak hangi gazeteleri aldıkları /okudukları ya da internetten hangi gazeteleri takip ettikleri sorulduğunda aşağıdaki veriler elde edilmiştir. Ayrıca örneklemin okudukları gazetelerin egemen ideolojiyi temsil eden gazeteleri mi yoksa muhalif olan gazeteler mi olduğunu anlamamız açısından önemli bir bulgudur.

Tablo17. Hangi Gazeteleri Okursunuz?

Düzenli olarak hangi gazeteleri okursunuz?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ (%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Milliyet	166	15,8%	47,4%
Hürriyet	156	14,9%	44,6%
Radikal	106	10,1%	30,3%
Sabah	96	9,1%	27,4%
Diğer	92	8,8%	26,3%
Posta	79	7,5%	22,6%
Cumhuriyet	75	7,1%	21,4%
Vatan	31	3,0%	8,9%
Spor Gazetesi(Fotomaç-Fanatik)	24	2,3%	6,9%
Zaman	24	2,3%	6,9%
Cevapsız	201	19,1%	57,4%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya düzenli olarak hangi gazeteleri okursunuz? Sorusu sorulduğunda verilen toplam 1050 cevabın dağılımı Tablo 17’de verilmiştir. Buna göre %15,8’i milliyet, %14,9’u hürriyet, %10,1 ise radikal gazetesini okuduklarını vurgulamışlardır. Bu gazetelerin yanı sıra sırası ile; sabah, diğer – İnfomag, kapital dergisi, dünya ekonomisi

evrensel, akşam, vatan, Sakarya, takvim, Birgün, tercüman, yeni şafak, mynet haber, haberturk, vb.- , posta, cumhuriyet, vatan, spor gazeteleri (Fotomaç, fanatik vb.), zaman gibi okunan gazeteler almaktadır.(Tablo.17).

Görüldüğü üzere gençlerin büyük bir çoğunluğu egemen ideolojiye yakın olan Milliyet, Hürriyet ve Radikal’i sıklıkla okumaktadırlar. Bunun yanı sıra muhalif gazetelerinde okunduğu gözlenmektedir. Örneğin; Kapital, Evrensel, Birgün, Yeni Şafak, Zaman vb.

Televizyon tek yönlü bir bilgi, kültür aktarımı ve eğlence aracıdır. Sadece vakit geçirmek için bile olsa televizyon karşısında geçirilen zaman içinde kişinin manipülasyona tabi olduğu düşüncesindeyim. Kültürel kodların inşasında televizyon çok etkili bir kitle iletişim aracıdır.

Tablo18. Televizyon İzleme Süresi

Televizyon İzleme Süresi	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
2-3 saat	201	57,4
4-5 saat	69	19,7
6-7 saat	15	4,3
8-9 saat	1	,3
Hiç izlemem	64	18,3
TOPLAM	350	100,0

Ankete katılan öğrencilerin gün içinde ortalama televizyon izleme süreleri araştırıldığında aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir. Televizyon izleme süresindeki dağılım; 2-3 saat %57,4, 4-5 saat %19,7, 6-7 saat %4,3, 8-9 saat %0,3 hiç izlemeyenlerin oranı ise %18,3’tür. İzlenme oranlarına bakıldığında en az izlenme oranında yığılma olduğu gözlenmektedir. Hiç izlemem diyenlerin oranı da %18,3 olması önemli bir bulgudur(Tablo18).

Herhangi bir kanalın sürekli izlenmesi o kanalla kişi arasında bir bağ oluşturur (Tablo 19-20). Hatta gününün tamamını TV karşısında geçiren öğrenciler de bulunmaktadır. Bunun yanı sıra hiç izlemeyen öğrencilerin oranı dikkat çekicidir. Öğrencilerin televizyonun verdiği mesajları almamaya ve dolayısıyla televizyona karşı bir duruş geliştirdiklerini varsayabiliriz. Ya da televizyondan alacakları enformasyonu internet üzerinden de sağlayabilecekleri için televizyonu tercih etmiyor olabilirler.

Tablo19. Hangi TV kanalını sıklıkla seyredersiniz

Hangi TV kanalını sıklıkla seyredersiniz?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Kanal D	183	17,4%	52,3%
Cevapsız	171	16,3%	48,9%
Diğer	154	14,7%	44,0%
Atv	135	12,9%	38,6%
Ntv	109	10,4%	31,1%
Cnbc-E	97	9,2%	27,7%
Show	73	7,0%	20,9%
CNN	41	3,9%	11,7%
Star	38	3,6%	10,9%
TRT	31	3,0%	8,9%
Tv8	9	,9%	2,6%
Habertürk	9	,9%	2,6%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya hangi TV kanalını sıklıkla seyredersiniz? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı Tablo 19’da verilmiştir; 350 cevaplayıcının verdiği toplam 1050 cevabın dağılımına göre, %17,4’ü KanalD, %14,7’si ise diğer-MTV, yol tv, Su tv, Discovery Channel, National Geographic, Dreamtv, Skytürk, Fox tv, e2, Dspor, Kanal24, Roj, Cine5, Ligtv, Türkü Programı Yayınlayan Kanallar, GS TV, Mmc, Kurdsat, Kanal1, Tgrt, Meltem TV, Stv, Kral TV, Düzgün TV, Mavi Karadeniz, Kaçkar TV, Teknoloji TV vb.-televizyon kanallarının seyredildiği vurgulanmıştır. Bu tv kanallarının yanı sıra sırası ile; Atv, Ntv, Cnbc-e, Show, CNN, Star, TRT, Tv8, Habertürk gibi izlenen televizyon kanalları olduğu gözlenmiştir (Tablo.19).

Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu ulusal televizyonları izlemektedirler. Bu televizyon kuruluşları egemen ideolojiye yakın olan kanallardır. En çok izlenen kanallar KanalD, Atv ve haber kanalı olan Ntv’dir. Öğrencilerin muhalif olan kanalları da izledikleri önemli bulgulardan biridir. Örneğin; Roj, Kurdsat, Habertürk, vb. gibi.

Tablo 20. Düzenli Olarak Hangi Televizyonda Programları İzlersiniz?

Düzenli Olarak Televizyonda Hangi Programları İzlersiniz?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	344	32,8%	98,3%
Dizi	243	23,1%	69,4%
Haberler	148	14,1%	42,3%
Tartışma Programları	99	9,4%	28,3%
Spor	51	4,9%	14,6%
Talk Show Programları	35	3,3%	10,0%
Sinema-Film	33	3,1%	9,4%
Kültür Sanat	29	2,8%	8,3%
Belgesel	28	2,7%	8,0%
Müzik	27	2,6%	7,7%
Magazin	8	,8%	2,3%
Diğer	5	,5%	1,4%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya düzenli olarak televizyonda hangi programları izlersiniz? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı Tablo.20’de verilmiştir; 350 cevaplayıcı 1050 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımında; %23,1’i dizi izleyenler, %14,1’i ise haberler, %9,4’ü tartışma programlarına ilgisi olduğu gözlenmiştir. Bu programların yanı sıra sırası ile; tartışma programlar, spor programları, talk show programları, sinema-film, kültür sanat programları, belgesel, müzik programları, magazin programları gibi izlenen programlardan olduğu gözlenmiştir (Tablo.20).

Öğrencilerin büyük bir kısmı popüler kültürün bir parçası olan dizileri tüketmektedir. Adorno’nun da dediği gibi, kültür endüstrisinin ürettiği ve endüstrileşmeye uğramış haberler ve eğlence araçları tüketiciye artık yalnızca bilgi vermemekte aynı zamanda sahte bir eğlenceye sürüklemektedir. Dizilerde sunulan hayatlar ise belli bir zamandan sonra gerçeklikle ayırt edilemez hale gelmektedir. Öğrencilerin boş zamanlarında izledikleri televizyon programları da onları geçici de olsa reel hayattan koparmaktadır. Öğrencilerin diğer izledikleri programlar ise haberler ve tartışma programlarıdır. Bu programlarda kültür endüstrisinin ürünleridir. Ve haber programları bile artık bilgi sağlamamakta aynı zamanda eğlendirmektedir.

Tablo21. Düzenli olarak TV haberleri izliyorsunuz?

Düzenli Televizyon İzler Misiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Evet	203	58,0
Hayır	147	42,0
TOPLAM	350	100,0

Öğrencilerin popüler programlarını yoksa Dünya ve Türkiye'deki olan olaylarını boş zamanlarında yakından takip edip etmediklerini anlamaya yönelik bir veri olması açısından önemli bir bulgudur. Düzenli olarak televizyon haberlerini izleyip izlemedikleri sorusuna cevaplayıcıların %58,0'i izlediğini %42,0'si ise izlemediklerini söylemektedir(Tablo 21).

Araştırmada öğrencilerin dünyayı ve yaşadığı çevreyi algılama biçimlerini anlamak için yine onlara göre: Türkiye'nin en önemli 3 sorununu tanımlamaları istenmiş açık uçlu sorulara verilen cevaplar kendi arasında bölümlere ayrılarak ele alınmıştır. Alınan yanıtların dağılımı şöyledir (Tablo. 22).

Tablo22. Size Göre Türkiye'nin En Önemli 3 Sorunu Nedir?

Size Göre Türkiye'nin En Önemli 3 Sorunu Nedir?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Eğitimsizlik	223	21,2%	63,7%
İşsizlik	171	16,3%	48,9%
Ekonomi	105	10,0%	30,0%
Susuzluk ve Çevre sorunları	52	5,0%	14,9%
Terör	60	5,7%	17,1%
Siyaset-Politika-Kadrolaşma	111	10,6%	31,7%
Yoksulluk/Gel-dağ.Adaletsizlik	39	3,7%	11,1%
Sağlık	46	4,4%	13,1%
Anayasa	18	1,7%	5,1%
Laiklik	28	2,7%	8,0%
Diğer	128	12,2%	36,6%
Cevapsız	69	6,6%	19,7%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcının Türkiye'nin en önemli 3 sorunu nedir? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı (Tablo.22); 350 cevaplayıcı 1050 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde %63,7'si eğitimsizlik, %48,9'u işsizlik, %30,0'u ise ekonomiye vurgu yapmıştır. Bu sorunların yanı sıra sırası ile; Susuzluk ve çevre sorunları,

terör, siyaset-politika-kadrolaşma, yoksulluk/gelir dağılımı ve adaletsizlik, sağlık, anayasayı ve yakın zamanda yapılması düşünülen anayasa değişikliklerini ve hukuksal boşluğu sorun olarak görenler, laiklik ve türban, diğer-A.B.'yi , etnik ve kültürel sorunları, dışa bağımlılık, özgürlük ve insan hakları, şiddet, cinsel istismar, kültür, kentleşme, kuşak çatışması, önyargı ve tabular, medya, töre cinayetleri, din, hizipçilik, eşitsizlik, milliyetçilik, tarihsel kültürel sorunlar, göç, sosyal devlet eksikliği, Neoliberalizm, insanların bencilleşmesi, vb.-cevapların arasında olduğu gözlenmiştir (Tablo.22).

Öğrencileri; Türkiye'nin ilk üç sorununa verdikleri cevaplar ile değerlendirdiğimizde geleceğe ümitle bakmadıkları yargısına ulaşabilmekteyiz. Çünkü Türkiye'deki siyasal istikrarsızlık, kültürel bozulma, dışa bağımlılık, laiklik ve türban tehdidi, gelir dağılımındaki adaletsizlik, en önemlisi işsizlik ve ekonomik istikrarsızlık onlar için çözümü yakın bir gelecekte sağlanması güç olan sorunlar arasındadır.

Tablo 23. Düzenli Olarak İzlediğiniz Haber Kanalı Hangisidir?

Düzenli Olarak İzlediğiniz Haber Kanalı Hangisidir?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	490	46,7%	140,0%
Ntv	136	13,0%	38,9%
Atv	118	11,2%	33,7%
KanalD	116	11,0%	33,1%
CNN Türk	65	6,2%	18,6%
Diğer	38	3,6%	10,9%
TRT	29	2,8%	8,3%
Show	24	2,3%	6,9%
Star TV	16	1,5%	4,6%
Habertürk	12	1,1%	3,4%
Skytürk	6	,6%	1,7%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcının düzenli olarak izlediğiniz haber kanalı hangisidir? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı şöyledir: 350 cevaplayıcı 1050 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %13,0 Ntv, %11,2'si Atv, %11,0'ı ise KanalD haber bültenlerini izledikleri gözlenmiştir. Bu haber bültenlerinin yanı sıra sırası ile; CNNtürk, diğer- Kanal-Türk, Skytürk, Roj TV, Kurdsat TV, Kanal1, Tgrt, Düzgün TV, Meltem TV,

vb.-, TRT, Show, Star, Habertürk, Skytürk haber bültenleri cevapların arasında olduğu gözlenmiştir (Tablo.23).

Televizyon haberlerini izlerken kişiler haber verme gücüne göre güvendikleri kanalları takip ediyorlar. Verilere göre araştırmaya katılan öğrencilerin Ntv haber kanalını sıklıkla izledikleri ortaya çıkan bulgulardan biridir.

TV ve İnternete harcanılan zaman ve kitap okuma eğilimine yönelik veriler birçok değişkeni ihtiva ettiklerinden güvenilir/geçerliliği yüksek sabit veriler elde etmemizi engellemiştir. Çünkü öğrenciler arasında bu alışkanlıklar belli periyotlarda artıp azalma özelliği gösterirler. Ancak ortalama değerler (Tablo.24) yansıtılmıştır.

Tablo24. Kitap Okur musunuz?

Kitap Okur musunuz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Sık sık	145	41,4
Bazen	190	54,3
Okumam	15	4,3
TOPLAM	350	100,0

Ankete katılan öğrencilere kitap okuyup okumadıklarını sorulduğunda; sık sık okurum diyenlerin oranı %41,4, Bazen okurum diyenlerin oranı %54,3 okumam diyenlerin oranı ise;%4,3'tür(Tablo.24).

Tablo25. Ne Tür Kitaplar Okumayı Seversiniz?

Ne Tür Kitap Okumayı Seversiniz?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	228	32,5%	65,2%
Roman	83	11,9%	23,7%
Araştırma	76	10,9%	21,7%
Macera	58	8,3%	16,6%
Siyasi	51	7,3%	14,6%
Bilim Kurgu	49	7,0%	14,0%
Tarih	46	6,6%	13,1%
Psikolojik	44	6,3%	12,6%
Polisiye	27	3,9%	7,7%
Diğer	20	2,9%	5,7%
Klasik	18	2,6%	5,1%
Geçerli Cevap Sayısı	700	100,0%	200,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya ne tür kitap okumayı seversiniz? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı şöyledir: 350 cevaplayıcı 700 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %11,9'u roman, %10,9'u araştırma, %8,3'ü ise macera kitapları okumaktan hoşlandıkları gözlenmiştir. Bu kitap türlerinin yanı sıra sırası ile; siyasi, bilim kurgu, tarih, psikolojik, polisiye, diğer- kendi alanlarında okudukları kitaplar, bilgisayar teknolojisi kitapları vb.- klasik kitaplar okudukları kitaplar arasında olduğu gözlenmiştir (Tablo.25).

Araştırmaya katılan öğrencilerin; en çok okumayı sevdikleri kitap türü romandır. Boş zamanlarında reel hayattan kaçışı sağlamasından dolayı tercih sebebidir. Sunduğu sahte yaşamlar kişiyi geçicide olsa gerçek dünyanın sıkıntılarından nispi olsa da uzaklaşmasını sağlamaktadır. Cevaplayıcıların en sık okudukları diğer bir kitap türü ise kişisel gelişimi sağlaması açısından önemli başka bir kitap türü araştırma tarzı kitaplardır.

Tablo 26. Hangi Tür Kitapları Okursunuz?

Hangi Tür Kitap Okursunuz?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	351	33,4%	100,0%
Roman	252	24,0%	72,0%
İnceleme/Araştırma	162	15,4%	46,3%
Bilim Kurgu	94	9,0%	26,9%
Sanat/Tiyatro,Müzik(Gör.San.)vb.	73	7,0%	20,9%
Şiir	67	6,4%	19,1%
Dini Kitaplar	40	3,8%	11,4%
Hiç Okumaz	11	1,1%	3,2%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya hangi tür kitap okursunuz? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımına göre; 350 cevaplayıcı 1050 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %24,0'ı roman, %15,4'ü inceleme/araştırma, %9,0'ı ise bilimkurgu kitapları okumaktan hoşlandıkları gözlenmiştir. Bu kitap türlerinin yanı sıra sırası ile; Sanat/Tiyatro,Müzik(Görsel Sanatlar)ilgili kitaplar, şiir, dini kitaplar okudukları kitaplar arasında olduğu gözlenmiştir (Tablo.26). Araştırmada ortaya çıkan ilginç bulgu ise; üniversite çağına gelen gençlerin kitap okuma alışkanlığı edinmiş olması beklenmektedir. Hiç kitap okumayan cevaplayıcıların %1,1'ini oluşturması kayda değer bir bulgudur.

25-26-27 Tablolar karşılıklı kontrol edildiğinde iki tablo arasında çok büyük farklılıklar olmadığı açıkça görülmektedir.

Tablo 27. Son Bir Yılda Okuduğunuz ve Sizi Etkileyen Kitap Türü Nedir?

Sizi Etkileyen Kitap Türü	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Günümüz Modern Edebiyatı	68	19,4
Tek bir tarz değil birkaç çeşit kitap ismi söyleyenler	64	18,3
Popüler Edebiyat	59	16,8
Bilim kurgu kitapları	38	10,9
Klasik edebiyat kitapları	37	10,6
Tarihi edebi kitaplar	36	10,3
Tarih	33	9,4
Kitap Okumayan ve okuduğu kitabı cevaplamayanlar	15	4,3
TOPLAM	350	100,0

Ankete katılan Üniversite öğrencilerine son bir yıl içinde okuduğu ve onları etkileyen kitabı sorularak verdikleri kitap örneklerini kategorilendirilerek veri girişi yapıldı. Bu kategorilere göre; Günümüz Modern Edebiyatı kitaplarından okuyanların oranı %19,4'tür ve en çok okunan kitap türüdür. Tek bir tarz değil birkaç çeşit kitap ismi söyleyenlerin oranı %18,3'tür, Popüler Edebiyat dalında kitap ismi söyleyenlerin oranı %16,8'dir, Bilim kurgu kitap adını söyleyenlerin oranı %10,9'dur, Klasik edebiyat kitaplarından okuyanların oranı %10,6'dır, Tarihi edebi kitaplarından okuyanların oranı %10,3'tür, Tarih kitaplarından okuyanların oranı %9,4'tür, Kitap Okumayan ve okuduğu kitabı cevaplamayanların oranı ise %4,3'tür. Yukarıdaki okur musunuz ile birlikte açıklandığında öğrencilerin bazen kendi tarzları dışında da okuma yaptıkları görülmektedir (Tablo.27).

Görüldüğü üzere öğrencilerin son bir yılda okudukları ve onları en çok etkileyen kitap türleri, günümüz modern edebiyatı ve popüler kültür edebiyatıdır. Bu bulgular öğrencilerin popüler kültürden etkilendiklerini göstermesi açısından önemlidir.

Tablo 28. Herhangi Bir Sporla Uğraşıyor musunuz?

Herhangi Bir Sporla Uğraşıyor musunuz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Evet	152	43,4
Hayır	198	56,6
TOPLAM	350	100

Ankete katılan öğrencilere herhangi bir sporla uğraşıp uğraşmadıklarını sorduğumuzda uğraşanların oranı %43,4 iken uğraşmayanların oranı ise %56,6'dır . Büyük bir çoğunluğu sporla uğraşmayan öğrencilerden oluşmaktadır (Tablo.28).

Tablo 29. Uğraştığınız Spor Dalları

Uğraştığınız Spor Dalları	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	1130	80,7%	322,9%
Yüzme	57	4,1%	16,3%
Futbol	50	3,6%	14,3%
Doğa Sporları(Yürüyüş dahil)	34	2,4%	9,7%
Fitness-Aerobik	31	2,2%	8,9%
Voleybol	28	2,0%	8,0%
Basketbol	27	1,9%	7,7%
Tenis	17	1,2%	4,9%
Uzakdoğu Sporları	12	,9%	3,4%
Atletizm	7	,5%	2,0%
Diğer	7	,5%	
Geçerli Cevap Sayısı	1400	100,0%	400,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya uğraştığınız spor dalları? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı göre; 350 cevaplayıcı 1400 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %4,1yüzme, %3,6'sı futbol, %2,4'ü ise doğa sporları(yürüyüş dahil) ile uğraştıkları gözlenmiştir. Bu spor türlerinin yanı sıra sırası ile; fitness-aerobik, voleybol, basketbol, tenis, uzak doğu sporları, atletizm,diğer- bilardo, badminton, yamaç paraşütü, halkoyunları- spor dalları arasında olduğu gözlenmiştir (Tablo.29).

Öğrencilerin % 56,6 sı spor yapmam derken spor yapanların daha çok takım sporları içinde yer aldıkları ve profesyonel olarak sürdürdükleri görülmektedir(Tablo.29).

Hareketsiz yaşam ve kapalı bir alanda sıkışıp kalma bireylerin psikolojik ve zihinsel durumunu olumsuz etkilemektedir. Hareketsiz yaşamın bir nedeni de internet ve bilgisayar karşısında sürekli oturmaktır. Tablo.30'da benzer bulgulara yer verilmektedir.

Tablo 30. Günde İnternet’te Ne Kadar Vakit Geçiriyorsunuz?

Günde İnternet’te Ne Kadar Vakit Geçiriyorsunuz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
1-2 saat	146	41,7
3-4 saat	108	30,9
5-6 saat	44	12,6
7-8 saat	13	3,7
9 ve üstü	21	6,0
İnternete Hiç Girmem	18	5,1
TOPLAM	350	100,0

Gün içinde İnternet’te ne kadar vakit geçirdiklerini sorduğumuzda 1-2 saat diyenlerin oranı %41,7, 3-4 saat diyenlerin oranı %30,9, 5-6 saat vakit geçirenlerin oranı %12,6, 7-8 saat vakit geçirenlerin oranı %3,7, 9 saat ve üstü internete vakit geçirenlerin oranı %6,0 ama bu grup içindeki bazı cevaplayıcıların maksimum 15 saat İnternet’te kaldıklarını belirtmişlerdir. Bu bulgu internetin yaydığı zararlı ışınlar bakımından bakıldığında sağlığı tehdit eden bir durumdur. İnternet’te hiç vakit geçirmeyenlerin oranı ise %5,1’dir(Tablo.30).

Tablo.30’da da görüldüğü gibi gün içinde internette geçirilen zaman oldukça fazladır. Spora ayrılan süre ile internet için ayrılan süre arasında çok fazla fark vardır. Kapalı alanda saatlerce vakit geçiren gençler ne yazık ki insan sağlığı içinde önemli olan spordan uzak durmaktadırlar. Öğrencilerin büyük bir kısmı internette vakit harcarken spor yapmayan öğrencilerin sayısı oldukça fazladır.

Tablo31. İnterneti Kullanım Amacı

İnterneti En Çok Hangi Amaçla Kullanıyorsunuz?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Araştırma Yapmak	260	24,8%	74,3%
Arkadaşlarla Görüşmek-Sohbet Etmek	254	24,2%	72,6%
Cevapsız	158	15,0%	45,1%
Haber Okuma	118	11,2%	33,7%
Oyun	81	7,7%	23,1%
Müzik	56	5,3%	16,0%
Eğitim	55	5,2%	15,7%
Kişisel Gelişim	26	2,5%	7,4%
Diğer	22	2,1%	6,3%
İş Bulma	17	1,6%	4,9%
Siyasal Siteler	3	,3%	,9%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya interneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı şöyledir: 350 cevaplayıcı 1050 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %24,8'i araştırma yapmak, %24,2'si arkadaşlarla görüşmek-sohbet etmek %11,2'si ise haber okumak için kullandıkları gözlenmiştir. Bu internete giriş amaçlarının yanı sıra sırası ile; oyun, müzik, eğitim, kişisel gelişim, diğer-borsa, satış işlemleri için, alışveriş için, yöresel sitelere girmek için kullananlar, vb.- amaçlar için kullananlar, iş bulma ve son olarak da siyasal sitelere -özellikle MİT ve masonlarla ilgili siteler- girmek için kullandıkları gözlenmiştir (Tablo.31). Sonuçta her bilgi gibi internet de insanların yararlanması için ortaya çıkmıştır. Ancak süre ve konu kişinin hayattan beklentilerine bağlı olarak değişmektedir.

Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun interneti kullanım amacı araştırma yapmaktır. Arkadaşlarla görüşmek ve sohbet etmek amacıyla internet kullanılmıştır. Görüldüğü gibi internetin insan yaşamında önemi gün geçtikçe artmaktadır. Başlangıçta bilgi için kullanılan internet günümüzde pek çok amaçla kullanılmaktadır. Arkadaşlarla sohbet etmek ise internetin iletişim boyutudur.

Tablo32. İnternete Düzenli Olarak Ziyaret ettikleri Siteler

İnternete Düzenli Olarak Hangi Siteleri Ziyaret Edersiniz?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	294	28,0%	84,0%
Kişisel Gelişim Siteleri	189	18,0%	54,0%
İletişim Siteleri	170	16,2%	48,6%
Haber Okuma	135	12,9%	38,6%
Eğitimleri İle İlgili Siteler	82	7,8%	23,4%
Oyun-Yarışma Siteleri	48	4,6%	13,7%
Müzik ve Film İndirme Siteleri	48	4,6%	13,7%
İs Bulma Siteleri	26	2,5%	7,4%
Spor Siteleri	21	2,0%	6,0%
Diğer	17	1,6%	4,9%
Siyasal Siteleri	14	1,3%	4,0%
Yöresel Siteler	6	,6%	1,7%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya internete düzenli olarak hangi siteleri ziyaret edersiniz? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı şöyledir: 350 cevaplayıcı 1050 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %18,0'ı kişisel gelişim siteleri, %16,2'si iletişim-arkadaşlarla görüşmek/sohbet etmek- sitelerine, %12,9'u ise haber okuma sitelerini düzenli ziyaret ettikleri gözlenmiştir. Bu internete düzenli ziyaret ettikleri sitelerin yanı sıra sırası ile; eğitimleri ile ilgili siteler, oyun-yarışma siteleri, müzik ve film indirme siteleri, is bulma siteleri, spor siteleri, diğer -yatırım yapmak, alışveriş yapmak, itiraf.com, vb- siteler, siyasal siteleri, yöresel siteler kullandıkları gözlenmiştir (Tablo.32). Sonuçta her bilgi gibi internet de insanların yararlanması için ortaya çıkmıştır. Verilen yanıtlar İnternetin genelde ihtiyaç ve beklentileri karşılamak, bilgi edinmek amaçlı kullanıldığını göstermektedir(Tablo.32).

Sonuçta her bilgi gibi internet de insanlara fayda sağlaması için üretilmiştir. Verilen yanıtlar İnternetin genelde ihtiyaç ve beklentileri karşılamak, bilgi edinmek amaçlı kullanıldığını göstermektedir(Tablo.32).

Tablo 33. İnternet’te Üye Oldukları Siteler

İnternet’te üye olduğunuz hangi siteler var?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	587	55,9%	167,7%
İletişim Siteleri	134	12,8%	38,3%
Arkadaşlık Siteleri	71	6,8%	20,3%
Kültür Sanat Siteleri	65	6,2%	18,6%
Kişisel Gelişim Siteleri	55	5,2%	15,7%
Haber Siteleri	34	3,2%	9,7%
İş Arama Siteleri	31	3,0%	8,9%
Oyun Siteleri	30	2,9%	8,6%
Müzik Siteleri	25	2,4%	7,1%
Diğer	11	1,0%	3,1%
Siyasi Siteler	7	,7%	2,0%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı:

350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya İnternet’te üye olduğunuz hangi siteler var? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı şöyledir: 350 cevaplayıcı 1050 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %12,8’i iletişim siteleri, %6,8’i arkadaşlık sitelerine, %6,2’si ise kültür sanat sitelerine üye oldukları gözlenmiştir. Bu internete üye olunan sitelerin yanı sıra sırası ile; haber siteleri, iş arama siteleri, oyun siteleri, müzik siteleri, siyasi sitelere üye oldukları gözlenmiştir. Üye olunan siteler öğrencilerin internetten beklentileri ile örtüşmektedir (Tablo.33).

Son yıllarda gençler arasında internet –internetten yararlanmanın maliyetinin düşmesiyle- boş zamanlarında en yoğun vakit geçirilen iletişim, bilgi ve eğlence aracı olmuştur. Öyle ki internet aracılığıyla arkadaşları ile iletişim kurmakta, yeni arkadaşlıklar edinmekte, araştırma yapmaktadırlar. Öğrenciler kişisel gelişimlerini sağlamak amacıyla kendi okudukları alanla ilgili olan forum sitelerine üye olmaktadır. Bu yolla alanları hakkındaki gelişmelerden haberdar olmakta kendilerini geliştirme fırsatı yakalamaktadırlar. Ayrıca gazetelerin internet sitelerinden faydalanarak yurttan ve dünyadan gelişmeleri takip etmektedirler.

Öğrencilerin üye oldukları siteler incelendiğinde; öğrencilerin arkadaşlarıyla iletişim kurmak ve yeni arkadaşlıklar kurmak amacıyla çeşitli sitelere üyedirler. Öğrencilerin üniversite ortamındaki arkadaşlıklardan farklı alanlarda da arkadaş arama çabalarının olması kayda değer bir bulgudur. Gençler toplumsallaşma sürecinde yeni arkadaşlıklar kurmaktadır. İnternette bu

toplumsallaşma sürecinde gençlere bulunduğu mekandan ayrı, başka mekanlarda olan yaşlılarıyla tanışma ve forum odalarında kendilerini özgürce ifade edebilme fırsatını yakalar.

BOŞ ZAMAN ALIŞKANLIKLARINDA MEKAN KULLANIMI

Üniversite öğrencilerinin boş zamanlarında hangi mekanları sıklıkla kullandıkları araştırmanın sonuçları açısından önemlidir. Çünkü popüler kültür etkinlikleri bu mekanlarla çok yakından ilgilidir. Öğrencilerin bu mekanları kullanıyor olması ise popüler kültürle yakından ilgili olduklarını göstermektedir.

Kafeler öğrencilerin en çok gittikleri yerlerdir. Eğlenme, dinlenme, yeme içime, sosyalleşme alanları olarak rağbet görmektedirler. (Tablo.34)

Tablo34. Kafeye Gitme Sıklıkları

Kafeye Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Hergün	22	6,3
Sık sık	207	59,1
Ara sıra	67	19,2
Nadiren	12	3,4
Hiç gitmem	42	12,0
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerin Kafeye gitme sıklıklarını sorduk; her gün gidenlerin oranı %6,3'tür, sık sık gidenlerin oranı 59,1'dir, ara sıra gidenlerin oranı 19,2'dir, nadiren gidenlerin oranı %3,4'tür. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %12,0'dır(Tablo.34).

Öğrencilerin boş zaman alışkanlıklarının belirlenmesinde hane gelirinin düşük olması etkilidir. Kafeye gidemeyen öğrencilerin de olması önemli bir bulgudur. Ama boş zamanlarında kullandıkları mekanlar incelendiğinde en sıklıkla gidilen mekanlardan biridir. Kafeler gündelik yaşamda gençlerin sıkça tükettiği mekanlardır. Bu mekan gençlerin uzamları haline gelmiştir. Öyle ki arkadaşlarıyla buluştukları, sohbet ettikleri, yemek yedikleri, oyun oynadıkları, bir şeyler içtikleri, toplumsallaştıkları mekanlardan biridir.

Tablo35. Kahvehaneye Ne Sıklıkla Gidersiniz?

Kahvehaneye Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Her gün	7	2,0
Sık sık	17	4,9
Ara sıra	21	6,0
Nadiren	13	3,7
Hiç Gitmem	292	83,4
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinden her gün kahvehaneye gidenlerin oranı %2,0'dır, sık sık gidenlerin oranı %4,9'dur, ara sıra gidenlerin oranı 6,0'dır, nadiren gidenlerin oranı %3,7'dir. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %83,4'dür. Bu bulgudan şöyle bir sonuç çıkıyor; kahvehane mekansal olarak erkeklerin daha yoğun gittikleri bir yer olduğu için kız öğrencilerin gitmedikleri bir alan ama giden erkek öğrenci sayısı da %17,6'dır. Öğrencilerin pek rağbet ettikleri yerler değildir. Akşam ve gece aktiviteleri diğer aktivitelere göre daha pahalı olduğu gibi genelde yakın ilişkilerin kurulduğu ortamlardır (Tablo.35).

Tablo 36. Bara Ne Sıklıkla Gidersiniz?

Bara Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Hergün	3	0,9
Sık sık	72	20,5
Ara sıra	100	28,6
Nadiren	58	16,6
Hiç gitmem	117	33,4
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinden her gün bara gidenlerin oranı %0,9'dur, sık sık gidenlerin oranı 20,5'dir, ara sıra gidenlerin oranı 28,6'dır, nadiren gidenlerin oranı %16,6'dır. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %33,4'tür (Tablo.36).

Tablo 37. Eğlence Merkezlerine (Disko) Gitme Sıklığı

Eğlence merkezlerine (disko) Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Her gün	1	0,3
Sık sık	25	7,2
Ara sıra	76	21,7
Nadiren	75	21,4
Hiç gitmem	173	49,4
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerin Eğlence Merkezlerine (Disko) gitme sıklıklarını soruldu; sık sık gidenlerin oranı 7,2'dur, ara sıra gidenlerin oranı 21,7'dir, nadiren gidenlerin oranı %21,4'dür. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %49,4'tür(Tablo.37). Disko gençler arasında farklı algılanmasından herkesin gitmemesi doğaldır. Eğlence mekanları gençlerin kendilerini özgürce ifade edebildikleri, yaşlılarıyla birlikte oldukları mekanlardır diye düşünülmektedir. Araştırmaya katılan gençler arasında sadece %50,6'sı bu mekanları tüketmektedir.

Tablo 38. Klasik Müziğe Gitme Sıklıkları

Klasik Müziğe Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Sık sık	9	2,5
Ara sıra	36	10,3
Nadiren	100	28,6
Hiç Gitmem	205	58,6
TOPLAM	350	100,0

Bu mekanın her gün kullanılmaması doğaldır çünkü klasik müzik konserlerin programları çok sık değişmediği için öğrencilerinde bu mekanlara her gün kullanamamaktadırlar. Sık sık gidenlerin oranı %2,5'tir, ara sıra gidenlerin oranı 10,3'tür, nadiren gidenlerin oranı %28,6'dır. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %58,6'dır(Tablo.38).

Tablo 39. Tiyatroya Gitme Sıklıkları

Tiyatroya Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Sık sık	26	7,4
Ara sıra	115	32,9
Nadiren	109	31,1
Hiç Gitmem	100	28,6
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinden tiyatroya Sık sık gidenlerin oranı 7,4'tür, ara sıra gidenlerin oranı %32,9 nadiren gidenlerin oranı %31,1'dir. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %28,6'dır(Tablo.39).

Tiyatro'da gençlerin çok sık olmasa bile tükettikleri mekanlardan biridir. Sık olmamasının sebebi yıl içinde tiyatroların dönemsel oynanmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 40. Sinemaya Gitme Sıklıkları

Sinemaya Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Sık sık	89	25,4
Ara sıra	177	50,6
Nadiren	56	16,0
Hiç gitmem	28	8,0
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerin sinemaya gitme sıklıklarını sorulduğunda;Sık sık gidenlerin oranı %25,4'tür, ara sıra gidenlerin oranı %50,6'dır, nadiren gidenlerin oranı %16,0'dır(Tablo.40).

Maliyetin yüksek olması ve anlaşılabileceği bir arkadaş ortamını bulamama gibi nedenler sinemaya gitme sıklığını etkilemektedir. Öğrenciler tiyatrodan daha yoğun bir şekilde bu mekanı kullanmaktadırlar.

Tablo41. Pop Müzik Konserine Gitme Sıklıkları

Pop Müzik Konserine Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Sık sık	5	1,4
Ara sıra	31	8,9
Nadiren	113	32,3
Hiç gitmem	201	57,4
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerin Pop Müzik Konserine gitme sıklıkları; Sık sık gidenlerin oranı %1,4'tür, ara sıra gidenlerin oranı %8,9'dur, nadiren gidenlerin oranı %32,3'dür. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %57,4'dür (Tablo.41). Hiç gitmeyenlerin oranının yüksek olmasının sebebi müzik kişiye göre değişen bir olgudur. Bütün gençlerin aynı müzikten hoşlanmasını beklemek mümkün değildir.

Tablo42. Sergilere Gitme Sıklıkları

Sergiye Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Sık Sık	40	11,5
Ara Sıra	68	19,4
Nadiren	91	26,0
Hiç Gitmem	151	43,1
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerin sergiye gitme sıklıklarını sorduk; Sık sık gidenlerin oranı %11,5'tir, ara sıra gidenlerin oranı %19,4'tür, nadiren gidenlerin oranı %26,0'dır. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %43,1'dir (Tablo.42).

Tablo43. Futbol Maçına Gitme Sıklıkları

Futbol Maçına Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Sık sık	19	5,4
Ara sıra	23	6,6
Nadiren	51	14,6
Hiç gitmem	257	73,4
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinden futbol maçına Sık sık gidenlerin oranı %5,4'tür, ara sıra gidenlerin oranı %6,6'dır, nadiren gidenlerin oranı %14,6'dır. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %73,4'dür(Tablo.43).

Tablo44. Operaya Gitme Sıklıkları

Operaya ne sıklıkla gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Sık sık	5	1,4
Ara sıra	15	4,3
Nadiren	57	16,3
Hiç gitmem	273	78,0
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerin operaya gitme sıklıkları; Eskişehir'e Opera yılda en fazla 3 kez geldiği için öğrencilerinde bu mekanı her gün kullanmaları beklenmemektedir. Sık sık gidenlerin oranı %1,4'tür, ara sıra gidenlerin oranı %4,3'tür, nadiren gidenlerin oranı %16,3'tür. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %78,0'dir. Görsel sanatları izlemek tamamen kişisel beğeniye bağlı olduğu için öğrencilerin çoğunun bu sanatı sevmesi beklenmemektedir. Bunun içinde bu mekanı kullanan öğrencilerin oranı %22'dir (Tablo.44).

Tablo 45. Alışveriş Merkezine Gitme Sıklıkları

Alışveriş Merkezine Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Her gün	16	4,6
Sık sık	179	51,1
Ara sıra	96	27,4
Nadiren	18	5,2
Hiç gitmem	41	11,7
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %4,6'sı alışveriş merkezlerine hergün gittiğini belirtirken, sık sık gidenlerin oranı %51,1'dir, ara sıra gidenlerin oranı %27,4'tür, nadiren gidenlerin oranı %5,2'dir. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %11,7'dir (Tablo.45).

Her insanın boş zamanlarında işi olsun olmasın gündelik yaşam içinde en sık tüketilen mekanlar alışveriş merkezleridir. Gençler için alışveriş merkezlerinin anlamı farklıdır. Çünkü gençler bu mekanı sadece alışveriş yapmak amacıyla kullanmamaktadır, onlar için bu mekan arkadaşlarıyla buluştukları, bir yerde oturup sohbet ettiği, sinemaya gittiği, yeme-içme gibi

şeyler için kullandıkları alan olmuştur. Eskişehir özelinde düşünüldüğünde açılan alışveriş kompleksleri –Espark, Kanatlı, Carrefour, vb.- gençler için tüm bu imkanları sağlamaktadır. Alışveriş merkezleri gençlerin uzamları haline gelmiştir. Araştırmaya katılan gençlerin büyük bir çoğunluğu bu mekanları kullanmaktadırlar.

Tablo46. Söyleşi ve Konferanslara Gitme Sıklığı

Söyleşi ve Konferanslara Ne Sıklıkla Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Sık sık	19	5,5
Ara sıra	88	25,1
Nadiren	125	35,7
Hiç gitmem	118	33,7
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerin söyleşi ve konferansa yıl içinde Eskişehir’de düzenlenen konferans ve söyleşilerin her gün olmadığını düşünüldüğünde bu mekanın her gün kullanılmaması doğaldır. Sık sık gidenlerin oranı ise %5,5’dir, ara sıra gidenlerin oranı %25,1’dir, nadiren gidenlerin oranı %35,7’dir. Hiç gitmeyenlerin oranı ise %33,7’dir(Tablo.46).

Tablo 47. Kafe veya Kahvehanelerde Günde Ne Kadar Vakit Geçiriyorsunuz?

Kafe Veya Kahvehanelerde Günde Ne Kadar Vakit Geçiriyorsunuz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
2 saat ve altı	184	52,6
3-4 saat	102	29,1
5 saat ve üstü	6	1,7
Hiç gitmem	58	16,6
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerine kafe veya kahvehanelerde ortalama ne kadar vakit geçirdiklerini incelendiğinde; 1-2 saat %52,6’dır, 2-3 saat %21,7’dir, 3-4 saat %7,4’tür, 4-5 saat %1,7’dir, hiç gitmem diyenlerin oranı ise %16,6’dır (Tablo.47).

Tablo 48. Kafe veya Kahvehanelerde Nasıl Vakit Geçiriyorlar?

Kafe veya Kahvehanelerde Nasıl Vakit Geçiriyorlar?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	297	42,4%	84,9%
Sohbet Ederek	258	36,9%	73,7%
Grup Oyunları Oynayarak	97	13,9%	27,7%
Bir şeyler İçerek	19	2,7%	5,4%
İkili Oyunlar Oynayarak	15	2,1%	4,3%
Maç Seyrederek	8	1,1%	2,3%
Yemek Yemek	6	,9%	1,7%
Geçerli Cevap Sayısı	700	100,0%	200,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya kafe veya kahvehanelerde nasıl vakit geçiriyorlar? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı şöyledir: 350 cevaplayıcı 700 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %36,9'u sohbet ederek, %13,9'u grup oyunları oynayarak, %2,7'si ise bir şeyler içerek vakit geçirdikleri gözlenmiştir. Kafe ve kahvehanede nasıl vakit geçirildiği yanıtlarının yanı sıra sırası ile; ikili oyun oynayarak, maç seyrederek -özellikle erkek cevaplayıcılar kahvehaneye bu yüzden gidiyorlar- ve yemek yiyerek cevapları da gözlenmiştir (Tablo.48).

Araştırmada ortaya çıkan ilginç bulgu ise; üniversite çağına gelen gençlerin kitap okuma alışkanlığı edinmiş olması beklenmektedir. Görülüyor ki kafeler öğrencilerin sık sık kullandıkları mekanlardan biridir.

Tablo49. Hangi Tür Müzikten Hoşlandıkları

Ne Tür Müzikten Hoşlanırsınız?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	369	26,4%	105,4%
Rock	168	12,0%	48,0%
Türk Pop	146	10,4%	41,7%
Özgün Müzik	122	8,7%	34,9%
Türk Halk Müziği	118	8,4%	33,7%
Yabancı Pop	101	7,2%	28,9%
Türk Sanat Müziği	98	7,0%	28,0%
Caz	75	5,4%	21,4%
Klasik Batı Müziği	56	4,0%	16,0%
Klasik Türk Müziği	36	2,6%	10,3%
Arabesk	32	2,3%	9,1%
Techno	29	2,1%	8,3%
Diğer	28	2,0%	8,0%
Tasavvuf/Dini Müzik	22	1,6%	6,3%
Geçerli Cevap Sayısı	1400	100,0%	400,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı: 350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya ne tür müzikten hoşlanırsınız? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı şöyledir: 350 cevaplayıcı 1400 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %12,0'ı Rock, %10,4'ü Türk pop, %8,7'si ise Özgün Müzik dinlediği gözlenmiştir. Bu müzik türlerinin yanı sıra sırası ile; Türk Halk Müziği, Yabancı Pop, Türk Sanat Müziği, Caz, Klasik Batı Müziği, Klasik Türk Müziği, Arabesk, Techno, diğer- Etnik Müzik, Hip Hop, Metal, Punk, Alternatif Pop, Kürtçe Rock, Türkçe Rap, Trance, Kızılderili müzikleri ve meditasyon müzikleri-, Tasavvuf/Dini Müzik dinledikleri gözlenmiştir (Tablo.49).

Müzik gençler arasında önemli bir olgudur. Müzikle birlikte gençler sevinçlerini, üzüntülerini, coşkularını paylaşabilmektedirler. Müzik gencin hayatında en önemli olgulardan biridir. Bir şekilde hayatın her döneminde müzik vardır. Reel hayatta mutsuz olanın da duygularını yansıtır. Bir şekilde gündelik yaşamdaki sıkıntılara direnmesini sağlar. Gençlerin dinlediği müzikler incelendiğinde Rock, özgün müzik muhalif müziklerdir.

Türkiye’de müziğin gelişimini incelendiğinde cumhuriyetin ilanından itibaren özgür olduğunu söylemek imkansızdır. Çünkü devletin müzik üzerinde uyguladığı politikalar baskıcı ve yasakçı olmuştur.

Cevaplayıcıların dinledikleri müzikler baz alındığında bu politikaların etkisini görmek mümkündür. Adorno'ya göre her müzik türü içinde bulunduğu toplumun izlerini taşır. Gençler arasında en popüler olan müzik olan Anadolu pop/Anadolu rock bu görüşe en iyi örneklerdendir. Bu müzik türü halk müziğinden türetilip batı müziği ile senteze uğramış bir formda olmasından dolayı özgün bir yapıya sahiptir.

Üniversite de okuyan gençler arasında arabesk müzik türünün de dinlenmesi önemli bulgulardan biridir. Bu müziğin gecekondularda yaşayan yoksul halkın kendi seslerini duyurmaya çalışmanın bir yansımasıdır. Yani sessiz yığının kendini görünür kılma çabalarıdır diyebiliriz. Stokes arabeski tanımlarken; periferinin hegemonisini ve reform geleneğinin çöküşünü kanıtlaması açısından önemine değinmektedir.

Arabeskin son dönemlerdeki köklü değişimler yaşamasının bir sonucunda Türk pop müziğinin içine eklemlenmesinden bahsedebiliriz. Öyle ki arabesk sanatçılarının Türk pop şarkılarını yorumlaması ve Türk pop şarkıcılarının da aynı şekilde arabesk şarkıları pop müzik formunda yorumlaması buna en iyi örneklerdendir.

Tablo50. Dinlediğiniz Sevdığınız Sanatçı veya Müzik Grupları Hangileridir?

Dinlediğiniz Sevdığınız Sanatçı veya Müzik Grupları Hangileridir?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Türk Pop Müziği	92	26,3
Rock	87	24,8
Ayırt Etmem	72	20,6
Özgün Müzik	35	10,0
Türk Halk Müziği	17	4,9
Yabancı Pop	12	3,4
Arabesk	8	2,3
Türk Sanat Müziği	7	2,0
Klasik Batı Müziği	6	1,7
Techno	5	1,4
Caz	4	1,1
Tasavvuf/Dini Müzik	3	,9
Klasik Türk Müziği	2	,6
TOPLAM	350	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerine sevdikleri sanatçı ve müzik grubu sorusu soruldu; sanatçıları ve müzik gruplarını kategorilendirilmiştir. Türk Pop müziği kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %26,3'tür. Rock müzik kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı 24,8'dir. Ayırt Etmem diye söyleyenlerin oranı %20,6'dır. Özgün Müzik kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %10,0'dur. Türk Halk müziği kategorisindeki sanatçıları

söyleyenlerin oranı %4,9'dur. Yabancı Pop kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %3,4'tür. Arabesk kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %2,3'tür. Türk Sanat müziği kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %2,0'dir. Klasik Batı Müziği kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %1,7'dir. Techno kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %1,4'tür. Caz kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %1,1'dir. Tasavvuf/Dini Müzik kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %0,9'dur. Klasik Türk Müziği kategorisindeki sanatçıları söyleyenlerin oranı %0,6'dır(Tablo.50).

Tablo 51. Herhangi Bir Hobiniz Var Mı?

Herhangi bir Hobiniz Var mı?	KİŞİ SAYISI	YÜZDESİ (%)
Evet	131	37,4
Hayır	219	62,6
TOPLAM	350	100,0

Cevaplayıcılara herhangi bir hobileri var mı diye soruldu; evet diyenlerin oranı %37,4'tür, hayır diyenlerin oranı ise %62,6'dır(Tablo.51).

Boş zamanları değerlendirme alışkanlıklarından hobi, kişinin becerilerini ve kendini tanıması için araçtır. Kişi hobi sayesinde yeteneklerini geliştirme fırsatını yakalamış olur. Gençlerden hobileri olanlar incelendiğinde beceri ve yeteneğe dayalı birçok farklı hobi dikkati çekmektedir.

Tablo 52. Varsa Neler

Hobiler	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Bir Müzik Aleti Çalmak	25	7,1
Spor Yapmak	18	5,1
Resim Yapmak	16	4,6
Fotoğrafçılık	12	3,4
Kitap Okumak	11	3,1
Dans Etmek	9	2,6
Futbol Maçı İzlemek	7	2,0
Kayak	4	1,1
Kitap / Yazı Yazmak	4	1,1
Tiyatro	3	,9
Karikatür Çizmek	3	,9
Balık Tutmak	3	,9
Konsere Gitmek	2	,6
Dağcılık	2	,6
Bisiklete Binmek	2	,6
Mozaik Yapmak	2	,6
Bilardo Oynamak	1	,3
Bulmaca Çözmek	1	,3
Şiir Yazmak	1	,3
Şarkı Sözü Yazmak	1	,3
Puzzle	1	,3
Computer Graphics	1	,3
Origami	1	,3
Dalış Yapmak	1	,3
Hobim Yok	219	62,6
TOPLAM	350	100,0

Anketleri cevaplayan öğrenciler üzerinden hobileri incelememiz gerekirse genel dağılım şöyledir; Bir Müzik Aleti Çalmak –gitar, ney, vurmali çalgılar,saz vb.- %7,1’lik bir orana sahiptir, Spor Yapmak %5,1’dir, Resim Yapmak diyen cevaplayıcıların oranı %4,6’dır, Fotoğraf çekmek olduğunu söyleyen cevaplayıcıların oranı %3,4’tür, Kitap Okuma olarak cevaplayanların oranı %3,1 Dans Etmek-bunun içinde halk oyunları, tango vb. danslar bulunmaktadır- olarak cevaplayan cevaplayıcıların oranı %2,6’dır, Futbol Maçı İzlemeyi hobi olarak gören cevaplayıcıların oranı %2,0’dır, Kayak yapmak, Kitap/Yazı Yazmak, cevaplayıcıların örneklem içindeki oranı %1,1’dir, Tiyatroyu amatör oyuncu olarak yapan, Karikatür Çizmek Balık Tutmayı hobi olarak yapan cevaplayıcıların oranı %0,9’dur, Konsere Gitmek, Dağcılık, Bisiklete Binmek, Mozaik şekiller yapmak cevaplayan cevaplayıcıların oranı %0,6’dır, Bilardo Oynamak, Bulmaca Çözmek, Şiir Yazmak, Şarkı Sözü Yazmak, Puzzle yapmak, Computer Graphics, Origami sanatını hobi olarak yapan cevaplayıcıların oranı %0,3’tür, Dalgıçlığı hobi olarak yapan

cevaplayıcıların oranı %0,3'tür, Hobim yok diyen cevaplayıcıların oranı ise %62,6'dır (Tablo.52).

Tablo 53. Üniversitede Hangi Klüplere Üyesiniz?

Üniversitede Hangi Klüplere Üyesiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Öğrenci Klüpleri	62	17,7
Kültür Ve Edebiyat	5	1,4
Doğa Sporları	10	2,9
Tiyatro	7	2,0
Müzik Ve Temsil	15	4,3
Eğitim(Tegev)	8	2,3
Katılmam	243	69,4
TOPLAM	350	100,0

Ankete katılan Üniversite öğrencilerinin öğrenimleri süresince yerleşke içinde olan klüplere üye olup olmadıkları soruldu. Bu klüplerin oranları şöyle; Öğrenci klüpleri %17,7dir, kültür ve edebiyat klüpleri %1,4'tür, doğa sporları %2,9'dur, tiyatro %2,0'dır, müzik ve temsil %4,3'tür, eğitim (Tegev) %2,3'tür, hiçbir kulübe üye olmayanların oranı ise;%69,4'tür(Tablo.53).

Kulüpler ve sivil toplum kuruluşları aidiyet ve kimlik gelişimi açısından olumlu ilişkilerin kurulduğu ortamlar olarak önemli işleve sahiptirler. Bu yüzden de üniversite öğrencilerinin sivil toplum üyesi olarak çalışıp çalışmadıkları soruldu. Araştırmanın bulgularından da anlaşılacağı gibi hiçbir kulübe üye olmayan öğrenci sayısı fazladır.

Tablo54. Üyesi Olduğunuz Yada Aktif Olarak Çalıştığınız Herhangi Bir Sivil Toplum Kuruluşu Var mı?

Üyesi Olduğunuz Yada Aktif Olarak Çalıştığınız Herhangi Bir Sivil Toplum Kuruluşu Var mı?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Atatürkçü düşünce derneği	5	1,4
TEGEV	5	1,4
CHP Gençlik Kolları	1	,3
ÇEV	3	,9
İletişim Vakfı	1	,3
AEGEE	1	,3
ÇYDD	3	,9
Lösev	1	,3
Greenpeace	2	,6
Demokratik Kadın Platformu	1	,3
21. Yüzyıl Eğitim Ve Kültür Vakfı	2	,6
DSP Gençlik Kolları	1	,3
Almenekslibes Derneği	1	,3
Hiçbir Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Değilim.	323	92,3
TOPLAM	350	100,0

Ankete katılan öğrencilere üyesi oldukları yada aktif olarak çalıştıkları bir sivil toplum kuruluşu olup olmadığı soruldu; cevaplayıcılar arasındaki genel dağılım; Atatürkçü Düşünce Derneği'ne üye olanların oranı %1,4'tür, TEGEV üye olanların %1,4'tür, CHP Gençlik Kollarına üye olanların oranı %0,3'tür, ÇEV üye olanların oranı %0,9'dur, İletişim Vakfı'na üye olanlar %0,3'tür, AEGEE üye olanların oranı %0,3'tür, ÇYDD üye olanların oranı %0,9'dur, Lösev'e üye olanların oranı %0,3'tür, Greenpeace üye olanların oranı %0,6'dır, Demokratik Kadın Platformu'na üye olanların oranı %0,3'tür, 21. Yüzyıl Eğitim Ve Kültür Vakfı'na üye olanların %0,6'dır, DSP Gençlik Kolları'na üye olanların oranı %0,3'tür, Almenekslibes Derneği'ne üye olanların oranı %0,3'tür, Hiçbir Sivil Toplum Kuruluşuna üye olmayanların oranı %92,3'tür. Sivil toplum kuruluşlarına üye olanların oranı fazla değildir(Tablo.54).

Tablo 55. Yakın Çevreniz Dışında Ne Tür Gezilere/Turlara Gidersiniz?

Yakın Çevreniz Dışında Ne Tür Gezilere/Turlara Gidersiniz?	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Kamp/dağcılık	35	10,0
Tarihi/kültürel	77	22,0
Turistik	139	39,7
Gitmem	99	28,3
TOPLAM	350	100,0

Ankete katılan üniversite öğrencilerine yakın çevreleri dışında ne tür gezilere turlara gittikleri hakkında soru soruldu. Bu sorunun genel dağılımı; kampa ve dağcılık için gittikleri yerlerin oranı %10,0'dur, tarihi-kültürel gezilerin oranı %22,0'dir, turistik gezilerin oranı %39,7'dir, gezilere hiç gitmem diyenlerin oranı %28,3'tür.

Bu sonuca göre öğrencilerin büyük bir çoğunluğu turistik gezilere giderken az bir bölümü kamp-dağcılık gezilerine katılmaktadır. Gezi ile alışkanlık ve maddiyatı ilişkisi açıkça görülmektedir. Kısıtlı olanaklarla geçinen öğrencilerin çok sık gezilere katılmaları mümkün değildir (Tablo.55).

POPÜLER KÜLTÜR VE POPÜLER KÜLTÜR HAKKINDAKİ YARGILARA BAKIŞ AÇILARI

Tablo 56. Popüler kültür hakkındaki düşünceleri

Popüler kültür denildiğinde aklınıza gelen 3 şey?	FREKANS	CEVAP YÜZDESİ(%)	CEVAPLAYICI YÜZDESİ (%)
Cevapsız	202	19,2%	57,7%
Yozlaşma-Basit Olması	180	17,1%	51,4%
Diğer	134	12,8%	38,3%
Moda	91	8,7%	26,0%
Magazin	71	6,8%	20,3%
Eğlence	66	6,3%	18,9%
Televizyon	60	5,7%	17,1%
Müzik	58	5,5%	16,6%
Medya	52	5,0%	14,9%
Apolitize İnsanlar	51	4,9%	14,6%
Sinema	38	3,6%	10,9%
Taklitçilik	35	3,3%	10,0%
Diziler	12	1,1%	3,4%
Geçerli Cevap Sayısı	1050	100,0%	300,0%

Geçerli cevaplayıcı sayısı:

350

Ankete katılan 350 cevaplayıcıya Popüler kültür denildiğinde aklınıza gelen 3 şey sıralayınız? Sorusu sorulduğunda verilen cevapların dağılımı şöyledir: 350 cevaplayıcı 1050 cevap vermiştir, genel cevapların dağılımı içinde ise; %17,1'i yozlaşma ve basit olması, %12,8'i diğer -Gençliğin Kabul Ettiği Kültür, Siyasetçiler Tayip Erdoğan ve Partisi, Tüketim Çılgınlığı, Globalleşme-Küreselleşme, Internet, Yüzeysel Konular, Amerika(Kaynak), Sürü Kültürü, Tüketim, Kitle, Sanallaşma, Asosyal olmak, Futbol, öğrenci panayırlarında düzenlenen konserler-, %8,7'si ise modanın popüler kültür dendiğinde aklına geldiği gözlenmiştir. Popüler kültür denildiğinde akla gelen diğer şeyler ise sırası ile; magazin, eğlence, televizyon, müzik, medya, Apolitize insanlar(gençlik), sinema, taklitçilik, dizi olarak yorumladıkları gözlenmiştir. Bulgular gösteriyor ki Üniversite öğrencilerinin popüler kültürü tanımlamaları tamamen eleştireldir (Tablo.56).

Popüler kültür denildiğinde akla gelen diğer şeyler ise sırası ile; magazin, eğlence, televizyon, müzik, medya, apolitize insanlar (gençlik), sinema, taklitçilik, dizi olarak yorumladıkları gözlenmiştir. Bulgular gösteriyor ki Üniversite öğrencilerinin popüler kültürü tanımlamaları tamamen eleştireldir (Tablo.56).

Tablo 57. Popüler Kültür Hakkında Düşünceleri Nedir?

Popüler Kültür Hakkında Düşünceleriniz	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Genel olarak olumlu	114	32,6
Genel olarak olumsuz	236	67,4
TOPLAM	350	100,0

Ankete katılan üniversite öğrencilerine popüler kültür hakkında genel olarak düşüncelerini sorduğumuzda aldığımız cevaplardaki genel dağılım şöyledir; Genel olarak olumlu düşünüyorum diye cevaplayanların oranı %32,6 iken genel olarak olumsuz düşünüyorum diye cevaplayanların oranı %67,4'tür. Bu bulgu tezimizin temel sorunsallarından birini oluşturmaktadır. Büyük oranda popüler kültür etkinliklerini olumsuz bulmaktadırlar (Tablo.57).

Görüldüğü üzere öğrencilerin popüler kültürü tanımlamaları ile popüler kültüre bakış açıları arasında benzer bir görüş vardır. Popüler kültüre öğrencilerin genele yakını eleştirel yaklaşmaktadırlar.

Tablo 58. Popüler Kültür Etkinliklerinde Kendimi Daha Özgür İfade Edebiliyorum

Popüler Kültür Etkinliklerinde Kendimi Daha Özgür İfade Edebiliyorum	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	122	34,8
Kararsızım	73	20,9
Katılmıyorum	155	44,3
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür etkinlikleri sırasında kendilerini özgür ifade edip etmediklerini anlamak için sorduğumuz soruda verilen cevaplar; katılıyorum diye cevaplayanların oranı %34,8'dir, kararsızım diye cevaplayanların oranı %20,9 iken katılmıyorum diye cevaplayanların oranı %44,3'tür. Görüldüğü üzere ankete katılan öğrencilerin popüler kültür etkinliklerinin onları özgür kılmadığı görüşü hakimdir. Katılmıyorum diyenlerin yüzdesi de azımsanmayacak kadar çoktur (Tablo.58).

Tablo 59. Bu Tarz Etkinlikler Yeni Arkadaşlıklar Kurmamı ve Hoşça Vakit Geçirmemi Sağlıyor

Yeni Arkadaşlıklar Kurmamı ve Hoşça Vakit Geçirmemi Sağlıyor	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	137	39,1
Kararsızım	61	17,4
Katılmıyorum	152	43,5
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür etkinliklerinde yeni arkadaşlıklar kurmalarını ve aynı zamanda iyi vakit geçirmelerini sağlıyor mu? bunu anlamaya yönelik sorduğumuz soruda; katılıyorum diye cevaplayanların oranı % 39,1'dir, kararsızım diye cevaplayanların oranı %17,4'tür katılmıyorum diye cevaplayanların oranı %43,5'tir(Tablo.59).

Katılmayanların ve kararsız olanların oranı katılıyorum şikkını işaretleyenlerden fazladır. Gençler bu tarz etkinliklerin onlara yeni arkadaşlıklar sağlamadığını ve aynı zamanda bu etkinliklerde hoşça vakit geçirmediklerini düşündürmektedirler.

Tablo 60. Bu Tarz Etkinlikler Beni Rahatlatıyor Ve Sıkıntılarımdan Uzaklaştırıyor

Bu Tarz Etkinlikler Beni Rahatlatıyor ve Sıkıntılarımdan Uzaklaştırıyor	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	129	36,9
Kararsızım	76	21,7
Katılmıyorum	145	41,4
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür etkinliklerinin cevaplayıcıları rahatlatıyor ve sıkıntılarından uzaklaşmasını sağlıyor mu? sorusuna aldığımız cevapların oranı şöyle; %36,9'u katılıyor, kararsız olan cevaplayıcıların oranı %21,7, katılmıyorum diyen cevaplayıcıların oranı ise %41,4'tür (Tablo.60). Popüler kültür etkinliklerinin gençlerin önemli bir kitlesi tarafından; sıkıntılarından uzaklaştırdığı ve rahatlayabildiği bir özgürleşim alan olarak görmemeleri önemli bir bulgudur. Çünkü bu etkinliklerin onları özgürleştiren ve aynı zamanda reel hayatın sıkıntılarından kaçış olanağı sağlayan etkinlik türü olarak gördükleri varsayılmaktadır.

Tablo 61. Popüler Kültür Etkinlikleri Yeteneklerimi Fark Etmemi Sağlıyor.

Popüler Kültür Etkinlikleri Yeteneklerimi Fark Etmemi Sağlıyor.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Katılıyorum	91	26,0
Kararsızım	72	20,6
Katılmıyorum	187	53,4
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür etkinlikleri gençlerin yeteneklerini gösterecekleri bir alan olarak düşünülmektedir. Bu durum göz önüne alınarak sorduğumuz soru da gençlere popüler kültür etkinliklerinde yeteneklerini fark etmelerini sağlıyor mu? sorusuna; katılıyorum cevabını verenlerin oranı %26,0, kararsızım diyenlerin oranı %20,6 iken katılmıyorum diyenlerin oranı %53,4'tür (Tablo.61). Cevaplayıcılar popüler kültür etkinliklerinin yeteneklerini fark etmelerini sağladığını düşünmemektedirler.

Tablo 62. Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum.

Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Katılıyorum	134	38,3
Kararsızım	64	18,3
Katılmıyorum	152	43,4
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür etkinliklerine ilgi duyup duymadıklarını öğrenmeye çalıştığımız bu soruda; %38,3'ü katılıyorum demiştir, % 18,3'ü kararsızım derken, % 43,4'ü de katılmıyorum demektedir (Tablo.62).

Üniversite öğrencilerinin çoğunluğunun popüler kültür etkinliklerine ilgi duyduğunu söyleyebiliriz. Ama buna karşın öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun popüler kültür etkinliklerine karşı olumsuz tavır almaları önemli bir bulgudur.

Tablo 63. Bu Etkinlikleri Anlamlı ve Olumlu Bulmuyorum.

Bu Etkinlikleri Anlamlı ve Olumlu Bulmuyorum	KİŞİ SAYISI	YÜZDE (%)
Katılıyorum	137	39,1
Kararsızım	80	22,9
Katılmıyorum	133	38,0
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür etkinliklerini anlamlı ve olumlu olarak görüp görmediklerini anlamaya yönelik soruda; katılıyorum diye cevaplayanların oranı %39,1'dir, kararsızım diye cevaplayanların oranı %22,9'dur, katılmıyorum diyenlerin oranı ise %38,0'dir(Tablo.63).

Aslında yukarıdaki sonuçlardan anlaşılaçağı gibi katılıyorum ve katılmıyorum arasındaki fark çok azdır. Ama gençlerin çoğunluğu popüler kültür aktivitelerini anlamlı ve olumlu görmemektedirler. Popüler kültür etkinliklerini eleştirel bir bakış açısı ile bakmaktadırlar.

Tablo 64. Bu Etkinlikleri Yozlaştıracı Buluyorum

Bu Etkinlikleri Yozlaştıracı Buluyorum.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	151	43,2
Kararsızım	72	20,6
Katılmıyorum	127	36,2
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür etkinliklerini genel olarak yozlaştıracı bulup bulmadıkları sorusuna; %43,2'si katılıyorum diyerek yozlaştıracı bulduğunu belirtiyor, %20,6'sı kararsız olduklarını söylüyor, %36,2'si ise yozlaştıracı bulmadıklarını belirtiyorlar (Tablo.64).

Bu bulgudan da anlaşılacağı gibi popüler kültür etkinliklerini gençlerin çoğunluğu tarafından yozlaştıracı bulunmaktadır. Ama yine de boş zamanlarında yapacakları etkinlikler arasında popüler kültür etkinliklerine de yer ayırmaktadırlar. Frankfurt okulunun popüler kültüre getirdiği en önemli eleştirilerden birisi olan popüler kültürün yozlaştıracı etkisidir. Bu etkinliklerin öğrenciler arasında yozlaştıracı bulup bulmadıklarına yönelik sorulan bu soruda büyük bir çoğunluğu tarafından yozlaştıracı buldukları gözlenmektedir.

Tablo 65. Bu Tarz Etkinliklerin Toplumsal/Kültürel Değerlerimizi Zedelediğini Düşünüyorum.

Bu Tarz Etkinliklerin Toplumsal/Kültürel Değerlerimizi Zedelediğini Düşünüyorum.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	148	42,3
Kararsızım	67	19,1
Katılmıyorum	135	38,6
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür etkinlikleri tarzındaki etkinliklerin toplumsal/kültürel değerlerimizi zedelediğini mi yoksa zedelediğini mi düşünmekte bu anlamaya yönelik soruda; %42,3'ü bu tarz etkinliklerin toplumsal kültürel değerlerimizi zedelediğini düşünerek katılıyorum demişlerdir, %19,1'i kararsız kalmışken, %38,6'sı bu düşünceye katılmamaktadırlar (Tablo.65).

Frankfurt okulunun popüler kültür etkinliklerine yönelttiği eleştirilerden bir diğeri ise popüler kültürün toplumsal değerlere ve kültürü zedelediği/tahrip ettiğidir. Popüler kültürün toplumsal değerleri zedelerken aynı zamanda da kültür endüstrisinin tüketicileri güdüp yönetip yanlış ihtiyaçlar ve yanlış bilinçlilik aşıladığı varsayımına dayanmaktadır. Cevaplayıcıların

genele yakını bu ifadeye katıldıkları gözlenmektedir. Gençlerin popüler kültüre eleştirel bakış açısı olduğunu teyit edilmesi açısından önemli bir bulgudur.

Tablo 66. Popüler Kültür; Toplumun Geniş Bir Kesimin Benimsediği Kültürdür.

Popüler Kültür; Toplumun Geniş Bir Kesimin Benimsediği Kültürdür.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	233	66,6
Kararsızım	48	13,7
Katılmıyorum	69	19,7
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür için toplumun geniş bir kesiminin benimsediği bir kültürdür yargısına katılıp katılmadığı sorulmuştur; %66,6'sı ile gençlerin büyük bir çoğunluğu bu fikre katılmaktadır. %13,7'si kararsız iken %19,7'si bu fikre katılmamaktadırlar(Tablo.66).

Ankete katılan üniversite öğrencilerine göre popüler kültür toplumun geniş bir kesimi tarafından benimsenmiş bir kültürdür.

Tablo 67. Popüler Kültür; Eğitimsiz İnsanların İçinde Yer Aldığı Bir Kültürdür.

Popüler Kültür; Eğitimsiz İnsanların İçinde Yer Aldığı Bir Kültürdür.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	113	32,3
Kararsızım	89	25,4
Katılmıyorum	148	42,3
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür için, “eğitimsiz insanların içinde yer aldığı bir kültürdür” yargısına katılıp katılmadıklarını ölçtüğümüz bu soruda üniversite öğrencilerinden; katılıyorum diyenlerin oranı %32,3'tür, kararsız olanların oranı %25,4'tür, katılmıyorum diyenlerin oranı ise %42,3'tür (Tablo.67).

Araştırmaya katılan öğrencilere göre popüler kültür eğitimsiz insanların içinde yer aldığı bir kültür değildir. Onlara göre popüler kültür toplumun her kesiminin içinde yer aldığı bir kültürdür.

Tablo 68. Popüler kültür; Bayağı ve yoz bir kültürdür

Bayağı ve yoz bir kültürdür.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	139	39,7
Kararsızım	80	22,9
Katılmıyorum	131	37,4
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültür bayağı ve yoz bir kültürdür yargısına üniversite öğrencilerinin yanıtı; %39,7 oranında bu fikre katılıyorum, %22,9 oranında kararsızım, %37,4 katılmıyorum (Tablo.68) olmuştur.

Frankfurt okulunun popüler kültüre getirdiği eleştirilerden yozlaştırıcı etkisinin yanı sıra bayağı olması hakkındaki görüş öğrencilerin çoğunluğunun bu görüşe nispi de olsa katıldıkları elde edilen verilerdendir.

Tablo 69. Popüler Kültür; Değerli ve Anlamli Bir Kültürdür.

Popüler Kültür; Değerli ve Anlamli Bir Kültürdür.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	65	18,6
Kararsızım	89	25,4
Katılmıyorum	196	56,0
TOPLAM	350	100,0

Ankete katılan üniversite öğrencilerine, popüler kültürü değerli ve anlamli bulup bulmadıkları sorulduğunda; %18,6'sı katılıyorum cevabını vererek değerli ve anlamli bulunduğunu belirtiyor, %25,4 oranında kararsızken, %56,0'sı ise katılmıyorum diye cevap vererek popüler kültürü değersiz ve anlamsız olarak nitelendirmektedirler (Tablo. 69).

Popüler kültüre olumlu bakan kültürel çalışmalara göre popüler kültür halk tarafından oluşturulmuş bir kültür olduğu ve onların kendi özgürlüğünü sağladığı için olumlu bir kültürdür. Araştırmaya katılan öğrencilerin bu ifadeye katılmadıkları gözlenmektedir.

Tablo70. Popüler Kültür; İçinde Nitelikli ve Niteliksiz Örnekleri Barındıran Bir Kültürdür

Popüler Kültür; İçinde Nitelikli ve Niteliksiz Örnekleri Barındıran Bir Kültürdür.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	252	72,0
Kararsızım	67	19,1
Katılmıyorum	31	8,9
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültürün tanımlamasını yaptığımız başka bir soruda ise popüler kültür için; içinde nitelikli ve niteliksiz örnekleri barındıran bir kültürdür yargısına; katılıyorum diye cevap verenlerin oranı %72,0'si, kararsızım diyenlerin oranı %19,1, katılmıyorum diyenlerin oranı ise %8,9'dur(Tablo.70).

İngiliz kültürel çalışmalar okuluna göre popüler kültür; içinde hem nitelikli hem de niteliksiz örnekleri barındıran bir kültürdür. Bu ifadeye göre cevaplayıcılar popüler kültürü; nitelikli-niteliksiz örnekleri bir arada içinde barındıran bir kültürdür görüşünü kabul ettiklerini gözlenmektedir.

Tablo 71. Popüler Kültür; Kolay Üretilen Kolay Tüketilen Ucuz ve Sıradan Bir Kültürdür.

Popüler Kültür; Kolay Üretilen Kolay Tüketilen Ucuz ve Sıradan Bir Kültürdür.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	236	67,4
Kararsızım	45	12,9
Katılmıyorum	69	19,7
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültürün kolay üretilen ve aynı zamanda ucuz ve sıradan bir kültür müdür? yargısı soruldu; bu düşünceye katılıyorum diye cevaplayanların oranı %67,4'tür, kararsızım diye cevaplayanların oranı %12,9'dur, katılmıyorum diye cevaplayanların oranı ise %19,7'dir(Tablo.69).

Frankfurt okulunun popüler kültüre getirdiği eleştirilerden bir diğeri ise kolay üretilen günlük tüketilen bir kültür olmasıdır. Üniversite öğrencilerine popüler kültürü değerlendirmeye yönelik bu soruda; kolay üretilen ve aynı şekilde kolay tüketilen bir kültür olarak gördükleri ve onayladıkları kayda değer bir bulgudur.

Tablo 72. Popüler Kültür; İnsanların Hayatlarını Anlamlı Kılan Bir Kültürdür

Popüler Kültür; İnsanların Hayatlarını Anlamlı Kılan Bir Kültürdür.	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	68	19,4
Kararsızım	82	23,4
Katılmıyorum	200	57,2
TOPLAM	350	100,0

Popüler kültürün insanların hayatlarını anlamlı kılıp kılmadığını ölçmek için sorduğumuz soruda ise; katılıyorum diye cevaplayanların oranı %19,4'tür, kararsızım diyenlerin oranı %23,4'tür, katılmıyorum diye cevaplayanların oranı ise %57,2'dir(Tablo.72).

İngiliz kültürel çalışmalar okuluna göre popüler kültür insanların kendi rızalarına bağlı olarak içinde yer aldığı ve kısmi de olsa özgürlüklerini sağlayan etkinliklerdir. Öğrencilerin içinde yer aldıkları bu etkinlikler onların hayatlarını anlamlı kılıp kılmadığı sorusuna yanıt aranmıştır. Öğrenciler etkinliklerin içinde yer aldığı süreçte bu etkinliklerin onların hayatlarını anlamlı kıldığını düşünmemeleri açısından kayda değer bir bulgudur. Öğrencilerin genele yakını popüler kültüre eleştirel bir bakış açısı ile bakmaktadırlar.

Tablo73. Popüler Kültür; Apolitik İnsanları Uyutan Bir Kültürdür.

Popüler Kültür; Apolitik İnsanları Uyutan Bir Kültürdür	KİŞİ SAYISI	YÜZDE(%)
Katılıyorum	188	53,7
Kararsızım	76	21,7
Katılmıyorum	86	24,6
TOPLAM	350	100,0

Son olarak üniversite öğrencilerine popüler kültürün; apolitik olan insanları uyutan bir kültür müdür sorusu sorularak bu fikir hakkındaki düşünceleri sorulmuştur; katılıyorum diyenlerin oranı %53,7'dir, kararsızım diye cevaplayanların oranı %21,7'dir, kararsızım diye cevaplayanların oranı ise %24,6'dır.yani ankete katılan öğrencilere göre popüler kültür apolitik insanları uyutan bir kültürdür(Tablo.73).

Frankfurt okulunun popüler kültüre karşı geliştirdiği başka bir eleştiri ise; bu etkinliklerin kişileri güdüp yönetirken aynı zamanda apolitize ettiği ve uyuttuğudur. Cevaplayıcıların bu

soruya verdikleri cevaplar üzerinden değerlendirildiğinde ise çoğunluğunun bu görüşe katıldığı önemli bir bulgudur.

POPÜLER KÜLTÜR HAKKINDAKİ DÜŞÜNCELERİ İLE* FAKÜLTE, YAŞ, CİNSİYET, GELİR DURUMU, KİTAP OKUMA ARASINDA ANLAMLILIK İLİŞKİSİ

Tablo74. Gazete Okur Musunuz * Gün İçinde Aşağıdakilerden Hangisi İle Daha Çok Vakit Geçirirsiniz(Önem Sırasına Göre Sıraladınız)

			Gün içinde aşağıdakilerden hangisi ile daha çok vakit geçirirsiniz?							TOPLAM
			Televizyon	Kitap	İnternet	Spor	Çeşitli Eğlenceler	Diğer	Cevapsız	
Gazete okur musunuz?	her gün	N	25	22	35	6	25		19	132
		%	7,1	6,3	10,0	1,7	7,1		5,4	37,7
	haftada 1-2 gün	N	20	19	24	1	12		21	97
		%	5,7	5,4	6,9	,3	3,4		6,0	27,7
	haftada 3-4 gün	N	21	18	26	6	10		22	103
		%	6,0	5,1	7,4	1,7	2,9		6,3	29,4
	hiç okumam	N	3	2	4		3	1	5	18
		%	,9	,6	1,1		,9	3	1,4	5,1
TOPLAM		N	69	61	89	13	50	1	67	350
		%	19,7	17,4	25,4	3,7	14,3	,3	19,1	100,0

Öğrencilerin Gün içinde aşağıdakilerden hangisi ile daha çok vakit geçirirsiniz? Gazete okur musunuz? Sorusu arasında farklılık olup olmadığı ya da öğrencilerin gün içinde yaptıkları aktiviteler ve gazete okumalarına ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 74'te verilmiştir.

Tablo 74. incelendiğinde, her gün gazete okuyanların gün içinde; %7,1 oranında televizyon seyrettiği, %6,3 kitap okuduğu, %10,0 internette vakit geçirdiği, gözlenmiştir. Yine gazeteyi haftada 1-2 gün alıp okuyanların; %5,7 televizyon seyrettiği, %5,4 kitap okuduğu, %6,9 internette vakit geçirdiği, gözlenmiştir. Haftada 3-4 gün gazete okuyanların ise; %6,0 televizyon seyrettiği, %5,1 kitap okuduğu, %7,4 internette vakit geçirmektedir. Hiç okumam diyenlerin; %0,9 televizyon seyrettiği, %0,6 kitap okuduğu, %1,1 internette vakit geçirmektedir. Genele bakıldığında öğrencilerin çoğu gazete okumaktadır. Gazete okumakla günlük yapılan aktivitelere ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=30,203$ $sd=18$ $p=,036$, $\alpha=0,05$ $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla Gazete okumakla günlük yapılan aktiviteler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 75. Gün içinde aşağıdakilerden hangisi ile daha çok vakit geçirirsiniz(önem sırasına göre sıraladınız* Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Gün içinde aşağıdakilerden hangisi ile daha çok vakit geçirirsiniz(önem sırasına göre sıraladınız)	Televizyon	N %	52 14,9	37 10,5	89 25,4
	Kitap	N %	46 13,1	22 6,3	68 19,4
	İnternet	N %	55 15,7	66 18,9	121 34,6
	Spor	N %	3 ,9	7 2,0	10 2,9
	Çeşitli eğlenceler	N %	32 9,1	30 8,6	62 17,7
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyetine göre gün içinde yaptıkları aktiviteler arasında farklılık olup olmadığı ya da öğrencilerin cinsiyetleri ile yaptıkları aktivitelere ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 75’de verilmiştir.

Tablo 75 incelendiğinde, kız öğrencilerin; televizyon izleyerek geçirenlerin oranı %14,9, kitap okuyarak vakit geçirenlerin oranı %13,1, internette vakit geçirenlerin oranı %15,7, spor yaparak vakit geçirenlerin oranı %0,9’dur. Erkek öğrenciler ise; televizyon izleyerek geçirenlerin oranı %10,5, kitap okuyarak vakit geçirenlerin oranı %6,3, internette vakit geçirenlerin oranı %18,9, spor yaparak vakit geçirenlerin oranı %2,0’dır. Görüldüğü üzere hem kız hemde erkek öğrencilerin gün içinde en yoğun yaptığı aktivite %34,6 internet, sonra %25,4 televizyon, kitap ise %19,4’tür. Cinsiyet ve gün içinde yapılan aktivitelere ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=11,797$ sd=4 p=,019 $\alpha=0,05$ N=350’dır ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla cinsiyetle gün içinde yapılan aktiviteler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 76. Sizce Türkiye'nin en önemli ilk 3 sorunu nedir?* Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Sizce Türkiye'nin en önemli ilk 3 sorunu nedir	Eğitimsizlik	N %	42 12,0	34 9,7	76 21,7
	İşsizlik	N %	33 9,4	20 5,7	53 15,1
	Ekonomi	N %	24 6,9	18 5,1	42 12,0
	Susuzluk ve çevre sorunları	N %	8 2,3	7 2,0	15 4,3
	Terör	N %	8 2,3	17 4,9	25 7,1
	Siyasetçiler ve politika	N %	14 4,0	18 5,1	32 9,1
	Yoksulluk ve gelir dağılımındaki adaletsizlik	N %	5 1,4	8 2,3	13 3,7
	Sağlık	N %	18 5,1	5 1,4	23 6,6
	Anayasa	N %	2 ,6	3 ,9	8 2,3
	Laiklik	N %	5 1,4	3 ,9	8 2,3
	Diğer	N %	17 4,9	25 7,1	42 12,0
	Cevapsız	N %	12 3,4	4 1,1	16 4,6
	Toplam	N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyetine göre Türkiye'nin en önemli üç sorunu arasında farklılık olup olmadığı ya da öğrencilerin cinsiyetleri ile Türkiye'nin en önemli üç sorununa ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 76'da verilmiştir.

Tablo 76 incelendiğinde, kız öğrencilerin; Türkiye'nin en önemli üç sorunlarından birinin eğitimsizlik %12,0, işsizlik %9,4, ekonomi %6,9 olduğunu söylerken erkek öğrenciler ise; eğitimsizlik %9,7 işsizlik %5,7, ekonomi ise %5,1, ve aynı oranda siyasetçileri ve politikacıları sorun olarak görmektedir. Genele bakıldığında üç önemli sorun şunlardır; eğitimsizlik, işsizlik ve ekonominin sorun olarak görüldüğünü söyleyebiliriz. Cinsiyet ve Türkiye'nin en önemli üç

sorununa ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=22,604$ $sd=12$ $p=,031$, $\alpha=0,05$ $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla cinsiyetle Türkiye'nin en önemli üç sorunu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 77. Gazetede en çok okuduğunuz bölüm neresidir* Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Gazete en çok okuduğunuz bölüm neresidir	Siyasi haberler	N %	123 35,1	122 34,9	245 70,0
	1. sayfa haberleri	N %	37 10,6	15 4,3	52 14,9
	Magazin haberleri	N %	3 ,9		3 ,9
	3. sayfa haberleri	N %	2 ,6	1 ,3	3 ,9
	Spor	N %	4 1,1	9 2,6	13 3,7
	Ekonomi	N %	2 ,6	4 1,1	6 1,7
	Kültür sanat haberleri	N %	7 2,0	4 1,1	11 3,1
	Diğer	N %		2 ,6	2 ,6
	Cevapsız	N %	10 2,9	5 1,4	15 4,3
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyetine göre Gazetede en çok okuduğunuz bölüm neresidir? Sorusu arasında farklılık olup olmadığı ya da öğrencilerin cinsiyetleri ile Gazetede en çok okuduğunuz bölüme ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 77'de verilmiştir.

Tablo 77 incelendiğinde, kız öğrencilerin; Gazetede en çok bölüm; Siyasi haberler %35,1 1. sayfa haberleri %10,6, Kültür sanat haberleri %2,0 okudukları göze çarparken erkek öğrenciler ise; Siyasi haberler %34,9, 1. sayfa haberleri %4,3, Spor haberleri %2,6'dır. Genele bakıldığında üç okunan bölüm şunlardır; Siyasi haberler, 1. sayfa haberleri, Spor haberleridir. Cinsiyet ve Gazetede en çok okuduğunuz bölüm neresidir ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=17,887$ $sd=8$ $p=,022$, $\alpha=0,05$ $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla cinsiyetle Gazetede en çok okuduğunuz bölüm arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo78. Kitap Okur musunuz? Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Kitap okur musunuz?	Sık sık	N %	92 26,3	53 15,1	145 41,4
	Bazen	N %	95 27,1	95 27,2	190 54,3
	Okumam	N %	1 ,3	14 4,0	15 4,3
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyetine göre kitap okuma alışkanlıkları arasında farklılık olup olmadığı ya da öğrencilerin cinsiyetleri ile kitap okumaya ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 78’de verilmiştir.

Tablo 78. incelendiğinde, kız öğrencilerin; sık sık kitap okuma alışkanlığı %26,3, bazen okuma alışkanlığı %27,1, okumayanların oranı ise %0,3’tür. Erkek öğrencilerin ise; sık sık okuyanların oranı %15,1 bazen okuyanların %27,2 hiç okumayanların oranı ise %4,0’dır. Genele bakıldığında kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla kitap okuma alışkanlığı daha fazladır, hatta erkek öğrencilerdeki kitap okumama oranı göze çarpmaktadır. Cinsiyet ve kitap okumaya ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=19,935$ sd=2 p=,00 $\alpha=0,05$ N=350’dir ve [p<,05] olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla cinsiyetle kitap okuma arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 79. Tarz olarak ne tür kitap okumayı seversiniz* Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Tarz olarak ne tür kitap okumayı seversiniz	Tarih	N %	20 5,7	18 5,1	38 10,9
	Roman	N %	42 12,0	27 7,7	69 19,7
	Psikolojik	N %	24 6,9	11 3,1	35 10,0
	Araştırma	N %	31 8,9	17 4,9	48 13,7
	Siyasi	N %	7 2,0	19 5,4	26 7,4
	Macera	N %	20 5,7	18 5,1	38 10,9
	Polisiye	N %	12 3,4	4 1,1	16 4,6
	Bilimkurgu	N %	5 1,4	6 1,7	11 3,1
	diğer	N %	3 ,9	6 1,7	9 2,6
	cevapsız	N %	16 4,6	29 8,3	45 12,9
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyetine göre okunan kitabın tarzı arasında farklılık olup olmadığı ya da öğrencilerin cinsiyetine göre okunan kitabın tarzına ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 79'da verilmiştir.

Tablo 79 incelendiğinde, kız öğrencilerin; %12,0 roman, %8,9 araştırma kitapları, %6,9 psikolojik kitaplar, %5,7 tarihsel kitaplar, %5,7 macera okudukları gözlenmiştir. Erkek öğrencilerin ise; %7,7 roman, %5,4 siyasi kitaplar, %5,1 tarihi kitaplar, %5,1 macera kitapları okumaktadırlar. Genele bakıldığında üç okunan bölüm şunlardır; roman, araştırma, tarihi, macera kitapları okumaktadırlar. Cinsiyet ve okudukları kitapların tarzına ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=25,042$ sd=10 p=,005 $\alpha=0,05$ N=350'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla cinsiyetle okudukları kitapların tarzları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 80. İnternette Düzenli Olarak Hangi Siteleri Ziyaret Edersiniz * Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
İnternette düzenli olarak hangi siteleri ziyaret edersiniz?	Haber okuma	N %	27 7,7	32 9,1	59 16,9
	Spor siteleri	N %	5 1,4	1 ,3	6 1,7
	Eğitim	N %	19 5,4	13 3,7	32 9,1
	İşbulma	N %	9 2,6	4 1,1	13 3,7
	Oyun yarışma siteleri	N %	4 1,1	6 1,7	10 2,9
	Müzik	N %	5 1,4	5 1,4	10 2,9
	İletişim	N %	41 11,7	25 7,1	66 18,8
	Kişisel gelişim	N %	45 12,9	53 15,1	98 28,0
	Siyasal siteler	N %	1 ,3	3 ,9	4 1,2
	Diğer	N %		4 1,1	4 1,1
	Cevapsız	N %	32 9,1	16 4,6	48 13,7
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyetine göre İnternette düzenli olarak ziyaret edilen siteler arasında farklılık olup olmadığı ya da öğrencilerin cinsiyetine göre İnternette düzenli olarak ziyaret edilen sitelere ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 80’de verilmiştir.

Tablo 80 incelendiğinde, kız öğrencilerin; kişisel gelişim sitelerine %12,9, iletişim sitelerine %11,7, haber okuma siteleri %7,7’dir. Erkek öğrenciler ise; kişisel gelişim siteleri %15,1, haber okuma %9,1, iletişim siteleri %7,1’dir. Genele bakıldığında üç ziyaret edilen site;kişisel gelişim siteleri, iletişim siteleri ve haber okuma siteleridir. Cinsiyet ve internette ziyaret edilen sitelere ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=19,580$ sd=10 $p=,03$ $\alpha=0,05$ $N=350$ ’dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla cinsiyetle ziyaret edilen siteler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 81. İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?* Cinsiyet

			Cinsiyet		Toplam
			Kadın	Erkek	
İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?	Haber okuma	N %	27 7,7	32 9,1	59 16,9
	Araştırma yapmak	N %	5 1,4	1 ,3	6 1,7
	İş bulmak	N %	19 5,4	13 3,7	32 9,1
	Eğitim	N %	9 2,6	4 1,1	13 3,7
	Arkadaşlar görüşmek ve sohbet etmek	N %	4 1,1	6 1,7	10 2,9
	Oyun	N %	5 1,4	5 1,4	10 2,9
	Müzik	N %	41 11,7	25 7,1	66 18,9
	Kişisel gelişim	N %	45 12,9	53 15,1	98 28,0
	Siyasal siteler	N %	1 ,3	3 ,9	4 1,1
	Diğer	N %		4 1,1	4 1,1
	Cevapsız	N %	32 9,1	16 4,6	48 13,7
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyetine göre İnterneti kullanım amacına göre farklılık olup olmadığı ya da öğrencilerin cinsiyetine göre İnterneti kullanım amacına ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 81’de verilmiştir.

Tablo 81 incelendiğinde, kız öğrencilerin; kişisel gelişim sitelerine %12,9, müzik dinleme siteleri %11,7, haber okuma siteleri %7,7’dir. Erkek öğrenciler ise; kişisel gelişim siteleri %15,1, haber okuma %9,1, müzik dinleme siteleri %7,1’dir. Genele bakıldığında üç ziyaret edilen site; kişisel gelişim siteleri, haber okuma, müzik dinleme siteleridir. Cinsiyet ve interneti kullanım amacına ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=24,877$ sd=10 p=,006

$\alpha=0,05$ $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla cinsiyetle interneti kullanım amacına göre siteler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 82. Herhangi bir sporla uğraşıyor musunuz?* Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Herhangi bir sporla uğraşıyor musunuz?	Evet	N %	66 18,8	86 24,6	152 43,4
	Hayır	N %	122 34,9	76 21,7	198 56,6
Toplam		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyetine herhangi bir spor yapma arasında farklılık olup olmadığı ya da öğrencilerin cinsiyetine göre spor yapıp yapmamalarına ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 82'de verilmiştir.

Tablo 82 incelendiğinde, kız öğrencilerden %18,8 i spor yaparken, %34,9'u spor yapmamaktadır. Erkek öğrencilerden %24,6'sı spor yaparken, %21,7'si spor yapmamaktadırlar. Genele bakıldığında Anadolu üniversitesine kayıtlı öğrencilerin %56,6'sı spor yapmamaktadır. Cinsiyet ve sporla uğraşmaya ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=12,985$ $sd=2$ $p=,002$ $\alpha=0,05$ $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla cinsiyetle sporla uğraşma arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 83. Futbol Maçına Ne Sıklıkla Gidersiniz * Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Futbol Maçına Ne Sıklıkla Gidersiniz	Sık Sık	N %	3 ,9	16 4,6	19 5,5
	Arasıra	N %	4 1,1	19 5,4	23 6,5
	Nadiren	N %	18 5,1	33 9,4	51 14,6
	Hiç Gitmem	N %	163 46,6	94 26,9	257 73,4
TOPLAM		N	188	162	350

	%	53,7	46,3	100,0
--	---	------	------	-------

Öğrencilerin cinsiyet ile futbol maçına gidişleri arasında farklılık olup olmadığı ya da cinsiyetleri ile futbol maçlarına gitmelerine ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 83’de verilmiştir.

Tablo 83 incelendiğinde, kız öğrencilerin futbol maçlarına gitme; sık sık diyenlerin oranı %0,9, arasıra gidenler %1,1, nadiren gidenler %5,1’dir, hiç gitmeyenlerin oranı ise %46,6’dır. Futbol maçlarına gitmeyen kız öğrencilerin bu kadar yoğun olmasının sebebi; futbol sporunun daha çok erkeklere has bir spor dalı olmasından kaynaklanmaktadır. Erkek öğrencilerden; sık sık gidenler %4,6, arasıra giden %5,4, nadiren gidenler %9,4, hiç gitmeyenler ise %26,9’dur. Cinsiyet ve futbol maçına gitme sıklıklarına bakıldığında öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun gitmediği gözlenmiştir. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre futbol maçlarına gitme sıklıklarına ilişkin görüşlerinde gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=40,260$ $sd=4$, $p=0,000$, $\alpha=0,05$, $N=350$ ’dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla öğrencilerin cinsiyetleri ile futbol maçlarına gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 84. Alışveriş merkezine ne sıklıkla gidersiniz* Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Alışveriş merkezine ne sıklıkla gidersiniz	Sık sık	N %	70 20,0	37 10,6	107 30,6
	Arasıra	N %	98 28,0	86 24,6	184 52,6
	nadiren	N %	7 2,0	11 3,1	18 5,1
	Hiç gitmem	N %	13 3,7	28 8,0	41 11,7
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyet ile, alışveriş merkezlerine gitme sıklıklarına göre farklılık olup olmadığı ya da cinsiyetleri ile alışveriş merkezlerine gitme sıklıklarına ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 84’te verilmiştir.

Tablo 84 incelendiğinde, kız öğrencilerin alışveriş merkezlerine gitme sıklıkları; sık sık %20,0, arasıra gidenler %28,0, nadiren gidenler %2,0, hiç gitmeyen %3,7’dir. Erkek öğrencilerden; sık sık %10,6, ara sıra gidenler %24,6, nadiren giden %3,1’dir, hiç gitmeyen ise

%8,0'dır. Cinsiyet ve alışveriş mekanlarının kullanımına yönelik olan bu analizde üniversite öğrencilerinin büyük bir çoğunluğu bu mekanı kullanmaktadırlar. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre alışveriş merkezlerine gitme sıklıklarına ilişkin görüşlerinde gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=15,972$ sd=5, $p=0,007$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla öğrencilerin cinsiyetleri ile alışveriş merkezlerine gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 85. Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum* Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum	Katılıyorum	N %	79 22,6	55 15,7	134 38,3
	Kararsızım	N %	32 9,1	32 9,2	64 18,3
	Katılmıyorum	N %	77 22,0	75 21,4	152 43,4
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyet ile, “Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum” ifadesine göre farklılık olup olmadığı ya da cinsiyetleri ile “Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum” ifadesini doğru bulup bulmamaları ile ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 85’te verilmiştir.

Tablo 85 incelendiğinde, kız öğrencilerin “Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum” ifadesine; katılan %22,6, kararsız olan %9,1, katılmayan %22,0’dır. Erkek öğrencilerden; katılan %15,7, kararsız olan %9,2, katılmayan %21,4’tür. Cinsiyet ve “Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum” ifadesine göre öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun katılmadığı gözlenmiştir. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre “Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum” ifadesine ilişkin görüşlerinde gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=10,238$ sd=4, $p=0,037$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla öğrencilerin cinsiyetleri ile “Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum” ifadesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 86. Popüler kültür; değerli ve anlamlı bir kültürdür* Cinsiyet

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Popüler kültür; değerli ve anlamlı bir kültürdür	Katılıyorum	N %	30 8,6	35 10,0	65 18,6
	Kararsızım	N %	54 15,4	35 10,0	25,4
	Katılmıyorum	N %	104 29,7	92 26,3	196 56,0
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyet ile, “Popüler kültür; değerli ve anlamlı bir kültürdür” ifadesine göre farklılık olup olmadığı ya da cinsiyetleri ile “Popüler kültür; değerli ve anlamlı bir kültürdür” ifadesini doğru bulup bulmamaları ile ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 86’da verilmiştir.

Tablo 86 incelendiğinde, kız öğrencilerin “Popüler kültür; değerli ve anlamlı bir kültürdür” ifadesine; katılan %8,6, kararsız olan %15,4, katılmayan %29,7’dir. Erkek öğrencilerden; katılan %10,0, kararsız olan %10,0, katılmayan %26,3’tür. Cinsiyet ve “Popüler kültür; değerli ve anlamlı bir kültürdür” ifadesine göre öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun katılmadığı gözlenmiştir. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre “Popüler kültür; değerli ve anlamlı bir kültürdür” ifadesine ilişkin görüşlerinde gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=10,430$ sd=4, $p=0,034$, $\alpha=0,05$, $N=350$ ’dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla öğrencilerin cinsiyetleri ile “Popüler kültür; değerli ve anlamlı bir kültürdür” ifadesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 87. Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür***Cinsiyet**

			Cinsiyet		TOPLAM
			Kadın	Erkek	
Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür	Katılıyorum	N %	30 8,6	35 10,0	55 18,6
	Kararsızım	N %	54 15,4	35 10,0	89 25,4
	Katılmıyorum	N %	104 29,7	92 26,3	196 56,0
TOPLAM		N %	188 53,7	162 46,3	350 100,0

Öğrencilerin cinsiyetleri ile , “Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür” ifadesine göre farklılık olup olmadığı ya da yaşları ile “Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür” ifadesini doğru bulup bulmamaları ile ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 87’de verilmiştir.

Tablo incelendiğinde, Buna göre kız öğrencilerin Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür ifadesine katılıyorum %8,6, kararsız %15,4, katılmıyorum %29,7’dir. Buna karşın erkek öğrenciler de bu oranlar katılıyorum %10,0, kararsızım %10,0, katılmıyorum %26,3’tür. Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür diye düşünenlerin oranı %18,6, iken kararsız olanların oranı %25,4’dür, bu fikre katılmayanların oranı ise %56,0’dır. Cinsiyet bazında baktığımızda “Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür” ifadesine öğrencilerin katılmadıkları gözlenmiştir. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre “Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür” ifadesine ilişkin görüşlerinde gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=10,43$ sd=4 p=0,34 $\alpha=0,05$ N=350’dir ve [p<,05] olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla bulundukları cinsiyet ile Popüler kültür; toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür ifadesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 88. Popüler kültür denildiğinde aklınıza gelen 3 şeyi söyler misiniz?* Fakülte

			Fakülte							TOPLAM
			İktisadi ve İdari Bilimler	İletişim Bilimleri	Edebiyat	Eğitim Bilimleri	Fen	Güzel Sanatlar	Endüstriyel Sanatlar Y.O	
Popüler kültür denildiğinde aklınıza gelen 3 şeyi söyler misiniz?	Sinema	N %	9 2,6	8 2,3	13 3,7	11 3,1	13 3,7	8 2,3	9 2,6	71 20,3
	Diziler	N %			1 ,3	3 ,9	3 ,9	4 1,1	1 ,3	12 3,4
	Taklitçilik	N %	1 ,3	1 ,3	2 ,6	3 ,9	3 ,9	4 1,1	1 ,3	15 4,3
	Magazin	N %	8 2,3	7 2,0	6 1,7	1 ,3	3 ,9	2 ,6	5 1,4	32 9,1
	Medya	N %	4 1,1	3 ,9	2 ,6	2 ,6	2 ,6	6 1,7	3 ,9	22 6,3
	Apolitize insanlar	N %	1 ,3	1 ,3	7 2,0	2 ,6	2 ,6	2 ,6		15 4,3
	Moda	N %	6 1,7	3 ,9	1 ,3	9 2,6	3 ,9	7 2,0	11 3,1	40 11,4
	Müzik	N %		2 ,6	3 ,9	3 ,9	2 ,6	2 ,6	6 1,7	18 5,1
	Televizyon	N %	6 1,7	10 2,9	3 ,9	1 ,3	3 ,9	2 ,6	1 ,3	26 7,4
	Eğlence	N %	4 1,1	1 ,3	3 ,9	3 ,9	3 ,9	4 1,1	4 1,1	22 6,3
	diğer	N %	8 2,3	10 2,9	5 1,4	5 1,4	8 2,3	4 1,1	4 1,1	44 12,6
	Cevapsız	N %	3 ,9	3 ,9	1 ,3	7 2,0	5 1,4	4 1,1	5 1,4	28 8,0
TOPLAM		N %	50 14,3	50 14,3	50 14,3	50 14,3	50 14,3	50 14,3	50 14,3	350 100,0

Öğrencilerin okudukları fakülte ile, Popüler kültür denildiğinde akıllarına gelen 3 şeye göre farklılık olup olmadığı ya da fakülte ile popüler kültür denildiğinde akıllarına gelen 3 şeye ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 88’de verilmiştir.

Tablo 88 incelendiğinde, İktisadi ve İdari Bilimler fakültesindeki öğrencilerden popüler kültür; %2,6 ile sinema, %2,3 ile magazin, %1,7 ile televizyon, %1,7 moda olarak tanımlamışlardır. İletişim Bilimleri fakültesi öğrencileri ise; %2,9 televizyon, %2,3 sinema, %2,0

magazin olarak tanımlamışlardır. Edebiyat fakültesi öğrencileri; %3,7 sinema, %2,0 Apolitize insanlar, %1,7 ise magazin olarak nitelendirmişlerdir. Eğitim Bilimleri Fakültesi öğrencilerinden; %3,1 sinema, %2,6 moda, %0,9 diziler, %0,9 taklitçilik, %0,9 müzik ve %0,9 eğlencedir. Fen Fakültesi öğrencileri; %3,7 sinema, %0,9 dizler, % taklitçilik, %0,9 magazin, %0,9 moda, %0,9 eğlence, %0,9 müzik. Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencilerinden; %2,3 sinema, %2,0 moda, %1,7 ise medyadır. Endüstriyel Sanatlar Y.O öğrencilerinden; %3,1 moda, %2,6 sinema, %1,7 müzik'tir. Buna göre öğrencilerin popüler kültürü sinema diye tanımlayanların oranı %20,3'tür, ikinci sırada %11,4 moda, ve son olarak %9,1 magazin olarak tanımlamışlardır. Öğrencilerin bulundukları fakültelere göre popüler kültürü tanımlayış biçimleri arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=105,288$ $sd=72$ $p=,006$, $\alpha=0,05$ $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla bulundukları fakülte ile popüler kültür tanımlamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 89. Bu Etkinlikleri Yozlaştıracı Buluyorum * Fakülte

			Fakülte							TOP LAM
			İktisadi ve İdari Bilimler	İletişim Bilimleri	Edebiyat	Eğitim Bilimleri	Fen	Güzel Sanat lar	Endüstriy el Sanatlar Y.O	
Bu Etkinlikleri Yozlaştırıcı Buluyorum	Katılıyorum	N	19	34	17	18	21	24	18	151
		%	5,4	9,7	4,9	5,1	6,0	6,8	5,1	43,1
	Kararsızım	N	10	6	9	10	11	8	18	72
		%	2,9	1,7	2,6	2,9	3,1	2,3	5,1	20,6
Katılmıyorum	N	21	10	24	22	18	18	14	127	
	%	6,0	2,9	6,8	6,3	5,1	5,1	4,0	36,3	
TOPLAM		N	50	50	50	50	50	50	50	350
		%	14,3	14,3	14,3	14,3	14,3	14,3	14,3	100,0

Öğrencilerin okudukları fakülte ile, popüler kültür etkinliklerini yozlaştıracı bulmalarına göre farklılık olup olmadığı ya da yaşları ile popüler kültür etkinliklerini yozlaştıracı bulmaları ile ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 89'da verilmiştir.

Tablo 89 incelendiğinde, İktisadi ve İdari Bilimler fakültesindeki öğrencilerden “popüler kültür etkinliklerini yozlaştıracı buluyorum”; katılanlar %5,4, kararsız olanlar %2,9, katılmayanlar %6,0, olduğu görülmektedir. İletişim Bilimleri fakültesi öğrencileri ise,, katılanlar %9,7, kararsız olanlar %1,7, katılmayanlar %2,9 olduğu görülmektedir. Edebiyat fakültesi öğrencileri; katılanlar %4,9, kararsız olanlar %2,6, katılmayanlar %6,8, olduğu görülmektedir.

Eğitim Bilimleri Fakültesi öğrencilerinden; katılanlar %5,1, kararsız olanlar %2,9, katılmayanlar %6,3. Fen Fakültesi öğrencileri; katılanlar %6,0, kararsız olanlar %3,1, katılmayanlar %5,1 olduğu görülmektedir. Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencilerinden; katılanlar %6,8, kararsız olanlar %2,3, katılmayanlar %5,1 olduğu görülmektedir. Endüstriyel Sanatlar Y.O öğrencilerinden; katılanlar %5,1, kararsız olanlar %5,1, katılmayanlar %4,0 olduğu görülmektedir. Buna göre öğrencilerin popüler kültür etkinliklerini yozlaştırıcı bulanların oranı %43,2'dir, buna karşın popüler kültür etkinliklerini yozlaştırıcı bulmayanların oranı %36,9 iken kararsız olanların oranı %20,6'dır. Fakülteler bazında baktığımızda popüler kültürü yozlaştırıcı bulan İletişim Bilimleri Fakültesidir. Öğrencilerin bulundukları fakültelere göre “popüler kültür etkinliklerini yozlaştırıcı buluyorum” ifadesine ilişkin görüşlerinde gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=44,61$ $sd=24$ $p=,006$, $\alpha=0,05$ $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla bulundukları fakülte ile popüler kültür etkinliklerini yozlaştırıcı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 90. Popüler kültür; kolay üretilen kolay tüketilen ucuz ve sıradan bir kültürdür* Yaş

			Yaş					TOPLAM
			18-20	21-23	24-26	27-29	30ve üstü	
Popüler kültür; kolay üretilen kolay tüketilen ucuz ve sıradan bir kültürdür	Katılıyorum	N %	41 11,7	132 37,7	45 13,1	15 4,3	2 ,6	236 67,4
	Kararsızım	N %	15 4,3	24 6,9	4 1,1	2 ,6		45 12,9
	Katılmıyorum	N %	37 9,1	23 6,5	11 3,2	3 ,9		69 19,7
TOPLAM		N %	88 25,1	179 51,1	61 17,4	20 5,7	2 ,6	350 100,0

Öğrencilerin yaş aralığı ile , “Popüler kültür; kolay üretilen kolay tüketilen ucuz ve sıradan bir kültürdür” ifadesine göre farklılık olup olmadığı ya da yaşları ile “Popüler kültür; kolay üretilen kolay tüketilen ucuz ve sıradan bir kültürdür” ifadesini doğru bulup bulmamaları ile ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 90’da verilmiştir.

Tablo 90 incelendiğinde, 18-21 yaş aralığındaki öğrencilerin “Popüler kültür; kolay üretilen kolay tüketilen ucuz ve sıradan bir kültürdür” ifadesine; katılan %11,7, kararsız olan %4,3, katılmayan %9,1. 21-23 yaş aralığındaki öğrencilerden; katılan %37,7, kararsız olan %6,9, katılmayan %6,5’dir. 24-26 yaş aralığında katılan %13,1, kararsız olan %1,1, katılmayan %3,2.

27-29 yaş aralığındaki öğrenciler ise; katılan %4,3 kararsız olan %0,6, katılmayan %0,9'dur. 30 ve üstü yaş aralığındaki öğrencilerden ise katılan öğrencilerin oranı %0,6'dır. Yaş bazında baktığımızda "Popüler kültür; kolay üretilen kolay tüketilen ucuz ve sıradan bir kültürdür" ifadesine öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun katıldığı gözlenmiştir. Öğrencilerin yaşlarına göre "Popüler kültür; kolay üretilen kolay tüketilen ucuz ve sıradan bir kültürdür" ifadesine ilişkin görüşlerinde gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=43,52$, $sd=16$, $p=0,00$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla bulundukları yaş ile Popüler kültür; kolay üretilen kolay tüketilen ucuz ve sıradan bir kültürdür ifadesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 91. Popüler Kültür;İnsanların Hayatlarını Anlamlı Kılan Bir Kültürdür * Yaş

			Yaş					TOPLAM
			18-20	21-23	24-26	27-29	30ve üstü	
Popüler Kültür;İnsanların Hayatlarını Anlamlı Kılan Bir Kültürdür	Katılıyorum	N %	28 8,0	23 6,5	13 3,7	3 ,9		67 19,2
	Kararsızım	N %	23 6,5	43 12,3	8 2,3	8 2,3		82 23,4
	Katılmıyorum	N %	37 10,6	113 32,3	40 11,4	9 2,6	2 ,6	201 47,4
TOPLAM		N %	88 25,1	179 51,1	61 17,4	20 5,8	2 ,6	350 100,0

Öğrencilerin yaş aralığı ile, "Popüler kültür;insanların hayatlarını anlamlı kılan bir kültürdür" ifadesine göre farklılık olup olmadığı ya da yaşları ile "Popüler kültür;insanların hayatlarını anlamlı kılan bir kültürdür" ifadesini doğru bulup bulmamaları ile ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 91'de verilmiştir.

Tablo 91 incelendiğinde, 18-21 yaş aralığındaki öğrencilerin "Popüler kültür;insanların hayatlarını anlamlı kılan bir kültürdür" ifadesine; katılan %8,0, kararsız olan %6,5, katılmayan %10,6'dır. 21-23 yaş aralığındaki öğrencilerden; katılan %6,5, kararsız olan %12,3, katılmayan %32,3'tür. 24-26 yaş aralığında katılan %3,7, kararsız olan %2,3, katılmayan %11,4. 27-29 yaş aralığındaki öğrenciler ise; katılan %0,9 kararsız olan %2,3, katılmayan%2,6'dır. 30 ve üstü yaş aralığındaki öğrencilerden ise katılmayan %0,6'dır. Yaş bazında baktığımızda "Popüler kültür;insanların hayatlarını anlamlı kılan bir kültürdür" ifadesine öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun katılmadığı gözlenmiştir. Öğrencilerin yaşlarına göre "Popüler kültür;insanların

hayatlarını anlamlı kılan bir kültürdür” ifadesine ilişkin görüşlerinde gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=33,93$, $sd=20$, $p=0,03$,

$\alpha=0,05$, $N=350$ ’dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla bulundukları yaş ile Popüler kültür; insanların hayatlarını anlamlı kılan bir kültürdür ifadesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 92. Popüler Kültür; Apolitik İnsanları Uyutan Bir Kültürdür * Yaş

		Yaş					TOPLAM		
		18-20	21-23	24-26	27-29	30ve üstü			
Popüler Kültür; Apolitik İnsanları Uyutan Bir Kültürdür	Katılıyorum	N	36	102	34	14	2	188	
		%	10,3	29,1	9,7	4,0	,6	53,7	
	Kararsızım	N	25	35	15	1		76	
		%	7,1	10,0	4,3	,3		21,7	
	Katılmıyorum	N	27	42	12	5		86	
		%	7,7	12,0	3,4	1,5		24,6	
	TOPLAM		N	88	179	61	20	2	350
			%	25,1	51,1	17,4	5,7	,6	100,0

Öğrencilerin yaş aralığı ile , “Popüler kültür; apolitik insanları uyutan bir kültürdür” ifadesine göre farklılık olup olmadığı ya da yaşları ile “Popüler kültür; apolitik insanları uyutan bir kültürdür” ifadesini doğru bulup bulmamaları ile ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 92’de verilmiştir.

Tablo 92 incelendiğinde, 18-20 yaş aralığındaki öğrencilerin “Popüler kültür; apolitik insanları uyutan bir kültürdür” ifadesine; katılan %10,3, kararsız olan %7,1, katılmayan %7,7’dir. 21-23 yaş aralığındaki öğrencilerden; katılan %29,1, kararsız olan %10,0, katılmayan %12,0’dır. 24-26 yaş aralığında katılan %9,7, kararsız olan %4,3, katılmayan %3,4’tür. 27-29 yaş aralığındaki öğrenciler ise; katılan %4,0 kararsız olan %0,3, katılmayan %1,5’dir. 30 ve üstü yaş aralığındaki öğrencilerden ise katılan öğrencilerin oranı %0,6’dır. Yaş bazında baktığımızda “Popüler kültür; apolitik insanları uyutan bir kültürdür ” ifadesine öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun katıldığı gözlenmiştir. Öğrencilerin yaşlarına göre “Popüler kültür; apolitik insanları uyutan bir kültürdür” ifadesine ilişkin görüşlerinde gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur $\chi^2=32,11$, $sd=16$, $p=0,01$, $\alpha=0,05$, $N=350$ ’dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla bulundukları yaş ile Popüler kültür; apolitik insanları uyutan bir kültürdür ifadesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 93. Günde İnternete Ne Kadar Vakit Geçiriyorsunuz * Kitap Okur Musunuz?

			Kitap Okur musunuz?			TOPLAM
			Sık Sık	Bazen	Okumam	
Günde İnternete Ne Kadar Vakit Geçiriyorsunuz?	1-2 saat	N %	74 21,1	69 19,7	3 ,9	146 41,7
	3-4 saat	N %	34 9,7	68 19,4	6 1,7	108 30,9
	5-6 saat	N %	21 6,0	20 5,7	3 ,9	44 12,6
	7-8 saat	N %	3 ,9	9 2,6	1 ,3	13 3,7
	9 ve üstü	N %	6 1,7	13 3,7	2 ,6	21 6,0
	Hiç internete girmem	N %	7 2,0	11 3,1		18 5,1
TOPLAM		N %	145 41,4	190 54,3	15 4,3	350 100,0

Öğrencilerin kitap okuma sıklığı ile gün içinde İnternette harcanan zaman arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmamasına yönelik ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 93'de verilmiştir.

Tablo 93 incelendiğinde kitap sık sık okurum diyen öğrencilerin; 1-2 saat internete zaman geçirme oranı %21,1, 3-4 saat zaman geçiren öğrencilerin oranı %9,7, 5-6 saat zaman geçiren öğrencilerin oranı %6,0, 7-8 saat zaman geçiren öğrencilerin oranı %0,9, 9 ve üstü cevaplayan öğrencilerin oranı %1,7 iken hiç internete girmem diyen öğrencilerin oranı ise %2,0'dır. Bazen kitap okurum diyen öğrencilerin; 1-2 saat internete zaman geçirme oranı %19,7, 3-4 saat zaman geçiren öğrencilerin oranı %19,4, 5-6 saat zaman geçiren öğrencilerin oranı %5,7, 7-8 saat zaman geçiren öğrencilerin oranı %2,6, 9 ve üstü cevaplayan öğrencilerin oranı %3,7 iken hiç internete girmem diyen öğrencilerin oranı ise %3,1'dir. Hiç kitap okumam diyen öğrenciler ise internete; 1-2 saat internete zaman geçirme oranı %0,9, 3-4 saat zaman geçiren öğrencilerin oranı %1,7, 5-6 saat zaman geçiren öğrencilerin oranı %0,9, 7-8 saat zaman geçiren öğrencilerin oranı %0,3, 9 ve üstü cevaplayan öğrencilerin oranı %0,3 iken hiç internete girmem diyen öğrencilerin oranı ise %0,0'dır. Kitap okuma bazında baktığımızda öğrencilerin internete girme süreleri öğrencilerin kitap okuma yüzdesine bakıldığında anlamlı bir ilişki vardır. Öğrencilerin kitap okumalarına göre internete girme zamanları arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur $\chi^2=17,54$, $sd=10$, $p=0,06$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir

ilişki vardır. Başka bir anlatımla kitap okuma ile İnternette harcanan zaman arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 94. İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz? * Kitap okur musunuz?

			Kitap Okur musunuz?			TOPLAM
			Sık Sık	Bazen	Okumam	
İnterneti En Çok Hangi Amaçla Kullanıyorsunuz?	Haber Okuma	N %	16 4,6	23 6,6	1 ,3	40 11,4
	Araştırma Yapmak	N %	68 19,4	66 18,9	4 1,1	138 39,4
	İş Bulma	N %	3 ,9	4 1,1		7 2,0
	Eğitim	N %	9 2,6	16 4,6	2 ,6	27 7,7
	Arkadaşlarla Görüşmek-Sohbet Etmek	N %	35 10,0	54 15,4	3 ,9	92 26,3
	Oyun	N %	3 ,9	7 2,0	3 ,9	13 3,7
	Müzik	N %	3 ,9	8 2,3		11 3,1
	Kişisel Gelişim	N %		2 ,6		2 ,6
	Siyasal Siteler	N %	2 ,6			2 ,6
	Diğer	N %	3 ,9	2 ,6	2 6	7 2,0
	99	N %	3 ,9	8 2,3		11 3,1
TOPLAM		N %	145 41,4	190 54,3	15 4,3	350 100,0

Öğrencilerin kitap okuma sıklığı ile gün içinde İnterneti en çok hangi amaçla kullandıkları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmamasına yönelik ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 94’de verilmiştir.

Tablo 94 incelendiğinde kitap sık sık okurum diyen öğrencilerin; İnterneti haber okuma amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %4,6, araştırma yapmak amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %19,4, iş bulmak amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %0,9, eğitim amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %2,6, arkadaşlarla görüşmek ve sohbet etmek amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %10,0, oyun amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %0,9, müzik amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %0,9, siyasal sitelere girmek amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %0,6, diğer amaçlar için internete giren öğrencilerin oranı %0,9, cevaplamayan öğrencilerin oranı %0,9’dur. Bazen kitap

okuyanlar; İnterneti haber okuma amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %6,6, araştırma yapmak amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %18,9, iş bulmak amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %1,1, eğitim amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %4,6, arkadaşlarla görüşmek ve sohbet etmek amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %15,4, oyun amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %2,0, müzik amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %2,3, kişisel gelişim amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %0,6, diğer amaçlar için internete giren öğrencilerin oranı %0,6, cevaplamayan öğrencilerin oranı %2,3'tür. Kitap okumam diyen öğrenciler ise İnterneti; araştırma yapmak amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %1,1, eğitim amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %0,6, arkadaşlarla görüşmek ve sohbet etmek amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %0,9, oyun amaçlı kullanan öğrencilerin oranı %0,9, Kitap okuma bazında baktığımızda öğrencilerin internete giriş amaçları ile bakıldığında anlamlı bir ilişki vardır. Öğrencilerin kitap okumalarına göre internete girme zamanları arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=36,6$, $sd=20$, $p=0,01$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla kitap okuma ile İnterneti kullanma biçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 95. Kahvehaneye Ne Sıklıkla Gidersiniz? * Kitap Okur musunuz?

			Kitap Okur musunuz?			TOPLAM
			Sık Sık	Bazen	Okumam	
Kahvehaneye Ne Sıklıkla Gidersiniz?	Hergün	N %	1 ,3	5 1,4	1 ,3	7 2,0
	Haftada 2-3	N %	1 ,3	2 ,6		3 ,9
	Haftada 1	N %	2 ,6	11 3,1	1 ,3	14 4,0
	Ayda 1-2	N %	8 2,3	9 2,6	4 1,1	21 6,0
	Yılda 1-2	N %	5 1,4	7 2,0	1 ,3	13 3,7
	Hiç gitmem	N %	128 36,6	156 44,6	8 2,3	292 83,4
TOPLAM		N %	145 41,4	190 54,3	15 4,3	350 100,0

Öğrencilerin kitap okuma sıklığı ile gün içinde kahvehaneye gidiş sıklıkları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmamasına yönelik ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 95'de verilmiştir.

Tablo 95 incelendiğinde kitap sık sık okurum diyen öğrencilerden; kahvehaneye hergün giden öğrencilerin oranı %0,3, haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %0,3, haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %0,6, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %2,3, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %1,4, hiç gitmeyenlerin oranı %36,6'dır. Bazen kitap okuyan öğrencilerden; kahvehaneye her gün giden öğrencilerin oranı %1,4, haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %0,6, haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %3,1, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %2,6, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %2,0, hiç gitmeyenlerin oranı %44,6'dır. Hiç kitap okumayan öğrenciler ise; kahvehaneye her gün giden öğrencilerin oranı %0,3, haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %0,3, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %1,1, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %0,3, hiç gitmeyenlerin oranı %2,3'tür. Kitap okuma bazında baktığımızda öğrencilerin kahvehaneye gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Öğrencilerin kitap okumalarına göre kahveye gitme sıklıkları arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur $\chi^2=22,38$, $sd=12$, $p=0,03$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla kitap okuma ile kahvehaneye gitme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 96. Bara Ne Sıklıkla Gidersiniz? * Kitap Okur musunuz?

			Kitap Okur musunuz?			TOPLAM
			Sık Sık	Bazen	Okumam	
Bara Ne Sıklıkla Gidersiniz?	Hergün	N %	1 ,3		2 ,6	3 ,9
	Haftada 2-3	N %	10 2,9	6 1,7	3 ,9	19 5,4
	Haftada 1	N %	24 6,9	28 8,0	1 ,3	53 15,1
	Ayda 1-2	N %	45 12,9	51 14,6	4 1,1	100 28,6
	Yılda 1-2	N %	20 5,7	37 10,6	1 ,3	58 16,6
	Hiç gitmem	N %	45 12,9	68 19,4	4 1,1	117 33,4
TOPLAM		N %	145 41,4	190 54,3	15 4,3	350 100,0

Öğrencilerin kitap okuma sıklığı ile bara gidiş sıklıkları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmamasına yönelik ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 96’da verilmiştir.

Tablo 96 incelendiğinde kitap sık sık okurum diyen öğrencilerden; haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %2,9, haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %6,9, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %12,9, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %5,7, hiç gitmeyenlerin oranı %12,9’dur. Bazen kitap okuyan öğrencilerden; bara haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %1,7, haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %8,0, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %14,6, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %10,6, hiç gitmeyenlerin oranı %19,4’tür. Hiç kitap okumayan öğrenciler ise; bara hergün giden öğrencilerin oranı %0,6, haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %0,9, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %1,1, hiç gitmeyenlerin oranı %1,1’dir. Kitap okuma bazında baktığımızda öğrencilerin bara gitme sıklıkları arasında anlamlı

bir ilişki vardır. Öğrencilerin kitap okumalarına göre bara gitme sıklıkları arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=41,91$, $sd=10$, $p=0,00$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla kitap okuma ile bara gitme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 97. Eğlence Merkezlerine (Disko) Ne Sıklıkla Gidersiniz?* Kitap Okur musunuz?

			Kitap Okur musunuz?			TOPLAM
			Sık Sık	Bazen	Okumam	
Eğlence Merkezlerine (Disko) Ne Sıklıkla Gidersiniz?	Hergün	N %			1 ,3	1 ,3
	Haftada 2-3	N %	2 ,6	4 1,1	3 ,9	9 2,6
	Haftada 1	N %	9 2,6	6 1,7	1 ,3	16 4,6
	Ayda 1-2	N %	28 8,0	45 12,9	2 ,6	75 21,4
	Yılda 1-2	N %	29 8,3	43 12,3	4 1,1	76 21,7
	Hiç gitmem	N %	77 22,0	92 26,3	4 1,1	173 49,4
TOPLAM		N %	145 41,4	190 54,3	15 4,3	350 100,0

Öğrencilerin kitap okuma sıklığı ile Eğlence Merkezlerine (Disko) gidiş sıklıkları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmasına yönelik ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 97'de verilmiştir.

Tablo 97 incelendiğinde kitap sık sık okurum diyen öğrencilerden; Eğlence Merkezlerine (Disko) haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %0,6, haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %2,6, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %8,0, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %8,3, hiç gitmeyenlerin oranı %22,0'dur. Bazen kitap okuyan öğrencilerden; Eğlence Merkezlerine (Disko) haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %1,1, haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %1,7, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %12,9, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %12,3, hiç gitmeyenlerin oranı %26,3'tür. Hiç kitap okumayan öğrenciler ise;

Eğlence Merkezlerine (Disko) haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %0,9, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %0,6, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %1,1, hiç gitmeyenlerin oranı %1,1'dir. Kitap okuma bazında baktığımızda öğrencilerin Eğlence Merkezlerine (Disko) gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Öğrencilerin kitap okumalarına göre Eğlence Merkezlerine (Disko) gitme sıklıkları arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=46,5$, $sd=10$, $p=0,00$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla kitap okuma ile Eğlence Merkezlerine (Disko) gitme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 98. Eğlence Merkezlerine (Disko) Ne Sıklıkla Gidersiniz* Hanenin aylık geliri

			Hanenin aylık geliri					TOPLAM
			0-500	501-1000	1001-1500	1501-2000	2001 ve üstü	
Eğlence merkezlerine (disko) ne sıklıkla gidersiniz?	Sık sık	N %	2 ,6	3 ,9		3 ,9	2 ,6	10 2,9
	Arasıra	N %	6 1,7	28 8,0	28 8,0	10 2,9	20 5,7	92 26,3
	nadiren	N %	12 3,4	19 5,4	19 5,4	14 4,0	11 3,1	75 21,4
	Hiç gitmem	N %	31 8,9	72 20,6	33 9,4	31 8,9	6 1,7	173 49,4
TOPLAM		N %	51 14,6	122 34,9	80 22,8	58 16,7	39 11,1	350 100,0

Öğrencilerin hanelerinin aylık geliri ile eğlence merkezlerine (disko) ne sıklıkla gitmelerine göre farklılık olup olmadığı ya da hanelerinin aylık geliri ile eğlence merkezlerine (disko) ne sıklıkla gitmeleri ile ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 98'de verilmiştir.

Tablo 98 incelendiğinde, 0-500 ytl aralığı hanenin aylık geliri olanlar eğlence merkezlerine (disko) sık sık gidenler %0,6, ara sıra gidenler %1,7, nadiren gidenler %3,4, hiç gitmeyenler %8,9'dur. 501-1000 ytl arası hanenin geliri olan öğrencilerden sık sık gidenler %0,9, ara sıra gidenler %8,0, nadiren gidenler %5,4, hiç gitmeyenler ise %20,6'dır. 1001-1500 ytl arası hanenin geliri olan öğrenciler; ara sıra gidenler %8,0, nadiren gidenler %5,4, hiç gitmeyenler ise %9,4'tür. 1501-2000 ytl arasında hanenin geliri olan öğrenciler ise sık sık gidenler %0,9, ara sıra gidenler %2,9, nadiren gidenler %4,0, hiç gitmeyenler ise %8,9'dur. 2001 ve üstü ytl hanenin geliri olan öğrenciler ise; sık sık gidenler %0,6, ara sıra gidenler %5,7, nadiren gidenler

%3,1, hiç gitmem diyen öğrencilerin oranı ise %1,7'dir. Hanenin aylık geliri ve eğlence merkezlerine (disko)ya gitme oranlarına bakıldığında öğrencilerin gelirlerine oranla eğlence mekanlarını gitmeme oranı (%49,4)yarıya yakındır. Öğrencilerin hanenin geliri ile eğlence merkezlerine (disko)ya gitme sıklığına ilişkin gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=71,548$ $sd=25$ $p=,000$, $\alpha=0,05$ $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla hanenin aylık geliri ile eğlence merkezlerine (disko) ya gitme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 99. Klasik Müziğe Ne Sıklıkla Gidersiniz? * Kitap Okur Musunuz?

			Kitap Okur musunuz?			TOPLAM
			Sık Sık	Bazen	Okumam	
Klasik Müziğe Ne Sıklıkla Gidersiniz?	Haftada 2-3	N %		2 ,6		2 ,6
	Haftada 1	N %	2 ,6	4 1,1	1 ,3	7 2,0
	Ayda 1-2	N %	26 7,4	10 2,9		36 10,3
	Yılda 1-2	N %	52 14,9	44 12,6	4 1,1	100 28,6
	Hiç gitmem	N %	65 18,6	130 37,1	10 2,9	205 58,6
TOPLAM		N %	145 41,4	190 54,3	15 4,3	350 100,0

Öğrencilerin kitap okuma sıklığı ile Klasik Müziğe gidiş sıklıkları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmamasına yönelik ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 99'da verilmiştir.

Tablo 99 incelendiğinde kitap sık sık okurum diyen öğrencilerden; Klasik Müziğe ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %7,4, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %14,9, hiç gitmeyenlerin oranı %18,6'dır. Bazen kitap okuyan öğrencilerden; Klasik Müziğe haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %1,1, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %2,9, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %12,6, hiç gitmeyenlerin oranı %37,1'tür. Hiç kitap okumayan öğrenciler ise; Klasik Müziğe yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %1,1, hiç gitmeyenlerin oranı %2,9'dur. Kitap okuma bazında baktığımızda öğrencilerin Klasik Müziğe gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Öğrencilerin kitap okumalarına göre Klasik Müziğe gitme

sıklıkları arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=30,71$, $sd=8$, $p=0,00$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla kitap okuma ile Klasik Müziğe gitme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 100. Tiyatroya Ne Sıklıkla Gidersiniz? * Kitap Okur musunuz?

			Kitap Okur musunuz?			TOPLAM
			Sık Sık	Bazen	Okumam	
Tiyatroya Ne Sıklıkla Gidersiniz?	Haftada 2-3	N %		2 ,6		2 ,6
	Haftada 1	N %	13 3,7	10 2,9	1 ,3	24 6,9
	Ayda 1-2	N %	64 18,3	50 14,3	1 ,3	115 32,9
	Yılda 1-2	N %	45 12,9	61 17,4	3 ,9	109 31,1
	Hiç gitmem	N %	23 6,6	67 19,1	10 2,9	100 28,6
TOPLAM		N %	145 41,4	190 54,3	15 4,3	350 100,0

Öğrencilerin kitap okuma sıklığı ile Tiyatroya gidiş sıklıkları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmamasına yönelik ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 100'de verilmiştir.

Tablo 100 incelendiğinde kitap sık sık okurum diyen öğrencilerden; Tiyatroya haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %3,7, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %18,3, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %12,9, hiç gitmeyenlerin oranı %6,6'dır. Bazen kitap okuyan öğrencilerden; Tiyatroya haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %2,9, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %41,3, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %12,9, hiç gitmeyenlerin oranı %6,6'dır. Hiç kitap okumayan öğrenciler ise; Tiyatroya ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %0,3, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %0,9, hiç gitmeyenlerin oranı %2,9'dur. Kitap okuma bazında baktığımızda öğrencilerin Tiyatroya gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Öğrencilerin kitap okumalarına göre Tiyatroya gitme sıklıkları arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=34,00$, $sd=8$, $p=0,00$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$

olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla kitap okuma ile Tiyatroya gitme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 101. Söyleşi/Konferansa Ne Sıklıkla Gidersiniz? * Kitap Okur musunuz?

			Kitap Okur musunuz?			TOPLAM
			Sık Sık	Bazen	Okumam	
Söyleşi/Konferansa Ne Sıklıkla Gidersiniz?	Hergün	N %		1 ,3		1 ,3
	Haftada 2-3	N %	3 ,9	4 1,1		7 2,0
	Haftada 1	N %	6 1,7	5 1,4		11 3,1
	Ayda 1-2	N %	47 13,4	41 11,7		88 25,1
	Yılda 1-2	N %	48 13,7	76 21,7	1 ,3	125 35,7
	Hiç gitmem	N %	41 11,7	63 18,0	14 4,0	118 33,7
TOPLAM		N %	145 41,4	190 54,3	15 4,3	350 100,0

Öğrencilerin kitap okuma sıklığı ile Söyleşi/Konferansa gidiş sıklıkları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmamasına yönelik ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 101’de verilmiştir.

Tablo 101 incelendiğinde kitap sık sık okurum diyen öğrencilerden; Söyleşi/Konferansa haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %0,9, haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %1,7, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %13,4, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %13,7, hiç gitmeyenlerin oranı %11,7’dir. Bazen kitap okuyan öğrencilerden; Söyleşi/Konferansa her gün giden öğrencilerin oranı %0,3, haftada 2-3 gün giden öğrencilerin oranı %1,1, haftada 1 gün giden öğrencilerin oranı %1,4, ayda bir iki gün giden öğrencilerin oranı %11,7, yılda 1-2 defa giden öğrencilerin oranı %21,7, hiç gitmeyenlerin oranı %18,0’dır. Hiç kitap okumayan öğrenciler ise; Söyleşi/Konferansa hiç gitmeyenlerin oranı %4,0’dır. Kitap okuma bazında baktığımızda öğrencilerin Söyleşi/Konferansa gitme sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Öğrencilerin kitap okumalarına göre Söyleşi/Konferansa gitme sıklıkları arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=31,92$, $sd=10$, $p=0,00$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır. Başka bir anlatımla kitap okuma ile Söyleşi/Konferansa gitme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 102. Kafe Yada Kahvehanelerde Nasıl Vakit Geçiriyorsunuz? * Kahvehaneye Ne Sıklıkla Gidersiniz?

			Kahvehaneye Ne Sıklıkla Gidersiniz?						TOPLAM
			Hergün	Haftada 2-3	Haftada 1	Ayda 1-2	Yılda 1-2	Hiç Gitmem	
Kafe yada Kahvehanelerde Nasıl Vakit Geçiriyorsunuz?	Sohbet Ederek	N %	1 ,3	2 ,6	10 2,9	15 4,3	10 2,9		38 10,9
	Bir şeyler İçerek	N %			2 ,6				2 ,6
	Grup Oyunları Oynayarak	N %	6 1,7	1 ,3	2 ,6	6 1,7	2 ,6		17 4,8
	İkili Oyunlar Oynayarak	N %							
	Yemek Yiyerek	N %							
	99	N %					2 ,6	291 83,1	293 83,7
TOPLAM		N %	7 2,0	3 ,9	14 4,0	21 6,0	14 4,0	291 83,1	350 100,0

Öğrencilerin kahvehaneye gitme sıklığı ile, kafe yada kahvehanelerde nasıl vakit geçirdikleri sorusuna göre farklılık olup olmadığı ya da kahvehaneye gitme sıklığı ile, kafe yada kahvehanelerde nasıl vakit geçirdiklerine ilişkin kay-kare test sonuçları Tablo 102'de verilmiştir.

Tablo 102 incelendiğinde kafe yada kahvehanelerde hergün giden öğrenciler; sohbet ederek geçirim diyen öğrencilerin oranı %0,3, bir şeyler içerek geçirim diyen öğrencilerin oranı %0,0, grup oyunu oynayarak vakit geçiririm diyen öğrencilerin oranı %1,7. Haftada 2-3 gün kafe ya da kahvehaneye giden öğrencilerden; sohbet ederek geçirim diyen öğrencilerin oranı %0,6, grup oyunu oynayarak vakit geçiririm diyen öğrencilerin oranı %0,3. Haftada 1 gün kafe ya da kahvehaneye giden öğrenciler ise; sohbet ederek geçirim diyen öğrencilerin oranı %2,9, bir şeyler içerek geçirim diyen öğrencilerin oranı %0,6, grup oyunu oynayarak vakit geçiririm diyen öğrencilerin oranı %0,6. Ayda 1-2 kafe ya da kahvehanelere giderim diyen öğrenciler; sohbet

ederek geiririr diyen öğrencilerin oranı %4,3, grup oyunu oynayarak vakit geiririr diyen öğrencilerin oranı %1,7. Yılda 1-2 defa kafe yada kahvehanelere gideririr diyen öğrencilerin; sohbet ederek geiririr diyen öğrencilerin oranı %2,9, grup oyunu oynayarak vakit geiririr diyen öğrencilerin oranı %0,6, %0,6' sı ise yanıtlamamıştır. Hiç gitmem diyenlerin oranı ise %83,1'dir. kahvehaneye gitme sıklığı ile, kafe yada kahvehanelerde nasıl vakit geçirdikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Öğrencilerin kahvehaneye gitme sıklığı ile, kafe yada kahvehanelerde nasıl vakit geçirdikleri arasında gözlenen bu farkın anlamlı olduğu bulunmuştur. $\chi^2=123,98$, $sd=36$, $p=0,00$, $\alpha=0,05$, $N=350$ 'dir ve $[p<,05]$. Başka bir anlatımla kahve haneye gitme sıklığı ile kafe yada kahvehanelerde nasıl vakit geçirdikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

SONUÇ

Bu araştırmada “Anadolu Üniversitesi Öğrencilerinin Boş Zaman Alışkanlıkları ve Popüler Kültür Etkinliklerini” anlamaya yönelik bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Gençlik toplumun en dinamik kitlesidir ve bu dinamizminden dolayı araştırmamızın konusunu oluşturmaktadır.

Popüler kültür etkinliklerinin hayatımızın her alanında yer alması, boş zamanlarımızda yaptığımız/katıldığımız veya yapacağımız/katılacağımız faaliyetleri belirleyen bir süreçtir. İşte bu süreçte; Üniversite gençliğinin büyük bir kısmının popüler kültür etkinlikleri içinde yer almaları kayda değerdir. Bu çalışmanın bulgularından yola çıkarak; Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin, sosyo-ekonomik özellikleri, boş zaman alışkanlıkları ve popüler kültür etkinlikleri arasındaki ilişkinin analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre bu çalışmanın temel sorularından biri olan öğrencilerinin sosyo-ekonomik özellikleriyle boş zaman alışkanlıklarına yönelik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki gözlenmiştir.

Yani Anadolu Üniversitesi Öğrencilerinin; yaş, cinsiyet, anne ve babanın öğrenim durumu, meslekleri, aylık geliri, aylık boş zaman alışkanlıkları için harcadıkları para vb. gibi değişkenler göz önüne alındığında, demografik özelliklerinin boş zaman alışkanlıklarını ve popüler kültür etkinliklerini tercih ederken davranışlarını belirlemede önemli bir yeri vardır.

Boş zamanın dinlenme ve eğlenmenin yanı sıra aktiviteler sırasında öğrenmeyi de sağlayan bir özelliğinden söz etmek mümkündür. Bu yüzden toplum yaşamında boş zaman önemli bir yere sahiptir ki, bu önemin zamanla daha da artacağı öngörülebilmektedir.

Teknolojik gelişmelerle çalışma saatlerinin azalması ve serbest zamanlarının artması, eğitim ve gelir düzeylerinin yükselmesine neden olmuştur. Tüm bu etkenlerin yansıması olarak boş zaman etkinliklerine yönelik talep artmıştır.

Boş zaman kişilerin bulundukları sosyal yapı içerisinde yaşamlarını sürdürebilmek ve daha yüksek bir düzeye ulaştırabilmek için zorunlu olarak yaptıkları çaba ve eylemler dışında kendi isteklerine göre değerlendirmede serbest oldukları süre olarak tanımlanabilir. Günlük yaşamın sıkıcı, disiplinli ve monoton geçen çalışmasının etkisinden kurtulmak, dinlenmek ve hoşça vakit geçirmek amacıyla gösterdikleri çeşitli aktiviteleri içermektedir. Aynı zamanda boş zaman etkinlikleri, öğrenmek, keşfetmek ve araştırmak için çeşitli olanaklar sunmaktadır. Ayrıca insanlara fizyolojik, psikolojik ve sosyal açıdan olumlu etkileri bulunmaktadır.

Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir kenti yoğun bir etkileşim içerisinde. Geniş öğrenci kitlesi ve bu öğrencilere sunduğu zengin olanaklarla Anadolu Üniversitesi Eskişehir'in bir kültür kenti olmasını her geçen yıl sağlamaktadır. Bu koşullar araştırmanın alansal verimliliğinde önemli bir rol oynamıştır.

Öncelikle araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo ekonomik durumları incelenmiştir. Buna göre, ortalama gelirlerinin 500 YTL. olduğu, %43,1'inin boş zaman alışkanlıkları için 0-100 YTL. harcadığı belirlenmiştir. Ülkemizde net asgari ücretin 500 YTL. olduğu düşünüldüğünde, öğrencilerin gelirleri ve dış mekan boş zaman etkinlikleri için ayırdıkları para miktarının yeterli olmadığı söylenebilir. Gençlerin hane gelirleri dikkate alındığında oldukça düşük olduğu gözlenmektedir. Türkiye'de geçim seviyesi ölçüt alındığında öğrencilerin çoğu geçimlik düzeyde hane gelirine sahiptir. Bu durum öğrencilerin boş zaman alışkanlıklarına ve popüler kültür etkinliklerine katılımını etkileyen en önemli sorundur. Öğrencilerin boş zamanları ortalama hafta içi günlük 5 saat, hafta sonu ise ortalama 10 saat olduğu varsayılmaktadır. Bu değerler öğrencilerin serbest zaman konusunda sıkıntıları olmadığını göstermektedir. Gelir açısından kısıtlayıcı sorunları olsa da zaman açısından fazla kısıtlayıcı bir sorunu bulunmayan öğrencilerin, gerek üniversite ve gerekse Eskişehir kentinin bu konudaki olanaklarından yeterince yararlandıkları ortaya çıkmaktadır.

Barınma öğrencilerin en önemli sorunudur. Ailenin ve öğrencinin geliri kaldığı yeri belirlemede en önemli etkidir. Aile desteği yanında burs, kredi ve iş olanaklarından yararlanabilenler daha iyi koşullarda barınmaktadırlar.

Boş zaman etkinliklerine ayrılan para genellikle temel fizyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonra ayrılan paradır. Bu açıdan ailesi ile birlikte kalanlarla yurttaki, pansiyonda, Apart-otelde, birkaç arkadaşı ile birlikte, yalnız kalanlar arasında doğal olarak önemli bir fark bulunmamaktadır. Ama ailesi ile kalanların temel ihtiyaçlarını aile karşıladığı için gelirini harcama konusunda daha rahat oldukları düşünülebilir. Diğer yandan aile denetiminden uzak olanlar bir yandan kendi sorumlulukları ile baş ederken diğer yandan ekonomik açıdan harcamaları konusunda da az özgür olacaklardır.

Üniversite öğrencilerinin üniversite yaşamları boyunca kendilerine gelir sağlamak için herhangi bir işte çalışıp çalışmadıklarını öğrenmeye yönelik sorulan soruda; aile desteği ile geçinen ve çalışmayan öğrencilerin oranı yüksektir. Çalışarak geçinen öğrencilerin oranı ise %18,6'dır, öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun kredi ve burs alarak eğitimini sürdürdüğü de gözlenmektedir. Bu verilere göre üniversitedeki öğrencilerin önemli bir bölümü aile desteği ile

okumaktadırlar. Öğrenciler aileye yük olmamak ve daha iyi koşullarda geçinebilmek için kredi ya da burs almaktadırlar. Bunu yanı sıra hane gelirine destek ve kendi eğitimlerini sürdürebilmek için öğrenciler çalışmaktadır (Tablo.11). Gökmen ve arkadaşlarının çalışmasında üniversite öğrencilerin %73'ü çalışmadıklarını vurgulamıştır. Yalnızca okul kapalı iken çalışanların oranı %21, okul zamanı ya da yılın büyük bir çoğunluğunda çalışanların oranı ise %6'dır. Araştırmamızdaki sonuçlara yakın sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %46,6 sı birkaç arkadaşla birlikte kiralık bir evde, %19,1'i ailesinin yanında, %14,6'sı devlet yurdunda, %1,4'ü akraba tanıdık yanında kalmaktadır (Tablo.12). Kaldıkları yerler öğrencilerin akademik başarısının yanı sıra boş zaman etkinliklerini, tüketim alışkanlıklarını, ruhsal ve sosyal gelişimlerini de etkilemektedir. Gökmen ve arkadaşlarının çalışmasında öğrencilerin %34'ü ailelerinin yanında barınmaktadır, akraba ve tanıdık yanında kalanların oranı ise %6'dır. Yurtta kalanların oranı ise %31'dir. Kiralık bir evde arkadaşları ile kalanların oranı %22'dir.¹⁵⁰ 1985 yılından okuyan öğrencilerle 2007 yılında okuyan öğrenciler arasında barınma ile ilgili değişimlerin yaşandığı görülmektedir. 1985 yılında öğrencilerin büyük bir kısmının ailenin yanında öğrenim hayatını geçirdiği gözlemlenirken 2007'li yıllarda birkaç arkadaşı ile birlikte aynı evde kalmanın daha çok olduğu gözlenmektedir.

Öğrencilerin boş zamanlarında nasıl vakit geçirdikleri sorulduğunda, internetin en fazla kullanılan boş zaman aktivitesi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bunun temel nedeni ise; serbest ve özgür erişim hizmeti nedeniyle son dönemlerde internetin yaygın kullanımıdır. Öğrenciler, artık günlük hayattan alacağı haberleri televizyon ve gazete yerine internetten takip etmektedir. İkinci sıradaki vakit geçirme aracı ise eğlenceler, üçüncü sırayı ise televizyon izleme, kitap okuma ve en son bedensel rahatlamayı sağlayan aktivite “spor” gelmektedir. Bu bulgu bize öğrencilerin en çok vakit geçirdikleri zaman diliminin kitlesel iletişim araçlarını kullandıkları zaman dilimi olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Öyle ki gazete okuma alışkanlığı artık satın alınan bir meta değil internet vasıtasıyla her gün evlerine gelen bir olgudur. Gazete hiç okumam diyenlerin oranı ise önemli bir sonuçtur. Bu bulgu ise örneklem grubumuzun %5,1'ini oluşturmaktadır. Her gün okuyanların örneklem içindeki oranı ise %37,7'dir. Gazete en çok okudukları bölümün özellikle siyasi haberlerin olması ise, Anadolu Üniversitesi gençliğinin Dünya ve Türkiye'de olan olaylara kayıtsız olmadıklarını düşündürmektedir.

¹⁵⁰ Gökmen ve arkadaşları, a.g.e., s:42

Öğrencilere gazete okurken en çok hangi gazeteleri okudukları ve takip ettikleri sorulmuştur. Görüldüğü üzere gençlerin büyük bir çoğunluğu egemen ideolojiye yakın olan Milliyet, Hürriyet ve Radikal'ı sıklıkla okumaktadırlar. Bunun yanı sıra muhalif gazetelerinde okunduğu gözlenmektedir. Örneğin; Kapital, Evrensel, Birgün, Yeni Şafak, Zaman vb.

Televizyon tek yönlü bir bilgi, kültür aktarımı, enformasyon ve eğlence aracıdır. Sadece vakit geçirmek için bile olsa televizyon karşısında geçirilen zaman içinde kişinin manipülasyona tabi olduğu düşüncesindeyim. Kültürel kodların inşasında televizyon çok etkili bir kitle iletişim aracıdır. Öğrencilerin televizyonu seyretme süresi gün içinde 2-3 saati geçmemektedir. En çok seyrettikleri televizyon programları ise sırasıyla; diziler, haberler, tartışma programlarıdır. Düzenli olarak televizyon haber programlarını seyredenlerin oranı seyretmeyenlere göre yüksektir.

Televizyon haberlerini izlerken kişiler haber verme gücüne göre güvendikleri kanalları takip etmektedirler. Verilere göre araştırmaya katılan öğrencilerin Ntv haber kanalını sıklıkla izledikleri ortaya çıkan bulgulardan biridir. TV ve İnternete harcanılan zaman ve kitap okuma eğilimine yönelik veriler birçok değişkeni ihtiva ettiklerinden güvenilir/geçerliliği yüksek sabit veriler elde etmemizi engellemiştir. Çünkü öğrenciler arasında bu alışkanlıklar belli periyotlarda artıp azalma özelliği gösterirler. Ancak ortalama değerler (Tablo.24) yansıtılmıştır.

Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu ulusal televizyonları izlemektedirler. Bu televizyon kuruluşları egemen ideolojiye yakın olan kanallardır. En çok izlenen kanallar KanalD, Atv ve haber kanalı olan Ntv'dir. Öğrencilerin muhalif olan kanalları da izledikleri önemli bulgulardan biridir. Örneğin; Roj, Kurdsat, Habertürk, vb. gibi.

Öğrencilerin büyük bir kısmı popüler kültürün bir parçası olan dizileri tüketmektedir. Adorno sözünü ettiği gibi, kültür endüstrisinin ürettiği ve endüstrileşmeye uğramış haberler ve eğlence araçları tüketiciye artık yalnızca bilgi vermemekte aynı zamanda sahte bir eğlenceye sürüklemektedir. Dizilerde sunulan hayatlar ise belli bir zamandan sonra gerçeklikle ayırt edilemez hale gelmektedir. Öğrencilerin boş zamanlarında izledikleri televizyon programları da onları geçici de olsa reel hayattan koparmaktadır. Öğrencilerin diğer izledikleri programlar ise haberler ve tartışma programlarıdır. Bu programlarda kültür endüstrisinin ürünleridir. Ve haber programları bile artık bilgi sağlamamakta aynı zamanda eğlendirmektedir.

Öğrencileri; Türkiye'nin ilk üç sorununa verdikleri cevaplar ile değerlendirdiğimizde geleceğe ümitle bakmadıkları yargısına ulaşabilmekteyiz. Çünkü Türkiye'deki siyasal

istikrarsızlık, kültürel bozulma, dışa bağımlılık, laiklik ve türban tehdidi, gelir dağılımındaki adaletsizlik, en önemlisi işsizlik ve ekonomik istikrarsızlık onlar için çözümü yakın bir gelecekte sağlanması güç olan sorunlar arasında yer almaktadır.

Kitap okuma alışkanlıklarında ise; sık sık okuyanların yüzdesi %41,4 iken bazen okurum diyenlerin yüzdesi daha yüksektir. Üniversite gençliğinde kitap hiç okumam diyenlerin %4,3 olması ise düşündürücüdür. Okudukları kitaplardan en çok etkilendikleri kitap türü ise; günümüz modern edebiyatından kitaplar, popüler edebiyat, klasik edebiyat ve tarihsel kitaplardır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin; en çok okumayı sevdikleri kitap türü romandır. Boş zamanlarında reel hayattan kaçışı sağlamasından dolayı tercih sebebidir. Sunduğu sahte yaşamlar kişiyi geçicide olsa gerçek dünyanın sıkıntılarından uzaklaşmasını sağlamaktadır. Cevaplayıcıların en sık okudukları diğer bir kitap türü ise kişisel gelişimi sağlaması açısından önemli başka bir kitap türü araştırma tarzı kitaplardır.

Üniversitede okuyan gençlerin % 56,6 sınıfın spor yapmaması önemli bir bulgudur. Öğrencilerden spor yapanlar ise daha çok takım sporları içinde yer aldıkları ve profesyonel olarak sürdürdükleri görülmektedir (Tablo.29). Yerleşke içinde sporsal faaliyetlerin yapılacağı alanların yeterince var olmasına rağmen, öğrencilerin boş zaman alışkanlıklarında spora daha az yer verdikleri görülmektedir. Spor yapan öğrenciler ise çoğunlukla yüzme, futbol ve doğa sporlarını tercih etmektedirler.

Hareketsiz yaşam ve kapalı bir alanda sıkışıp kalma bireylerin psikolojik ve zihinsel durumunu olumsuz etkilemektedir. Hareketsiz yaşamın bir nedeni de internet ve bilgisayar karşısında sürekli oturmaktır. Tablo.30'da benzer bulgulara yer verilmektedir.

Üniversitede okuyan gençlerin büyük bir çoğunluğu internetten faydalanmaktadırlar. Günde ortalama 1-2 saatin internette; araştırma yapmak, arkadaşlarla görüşmek-sohbet etmek, haber okumak, oyun, müzik, eğitim, iş arama/bulma sitelerinde tüketildiği anlaşılmaktadır. Görüldüğü gibi internetin insan yaşamında önemi gün geçtikçe artmaktadır. Başlangıçta bilgi için kullanılan internet günümüzde pek çok amaçla kullanılmaya başlamıştır. Arkadaşlarla sohbet etmek ise internetin iletişim boyutudur.

Son yıllarda gençler arasında internet –internetten yararlanmanın maliyetinin düşmesiyle- boş zamanlarında en yoğun vakit geçirilen iletişim, bilgi ve eğlence aracı olmuştur. Öyle ki internet aracılığıyla arkadaşları ile iletişim kurmakta, yeni arkadaşlıklar edinmekte, araştırma yapmaktadırlar. Öğrenciler kişisel gelişimlerini sağlamak amacıyla kendi okudukları

alanla ilgili olan forum sitelerine üye olmaktadırlar. Bu yolla alanları hakkındaki gelişmelerden haberdar olmakta kendilerini geliştirme fırsatı yakalamaktadırlar. Ayrıca gazetelerin internet sitelerinden faydalanarak yurttan ve dünyadan gelişmeleri takip etmektedirler.

Öğrencilerin üye oldukları siteler incelendiğinde; öğrencilerin arkadaşlarıyla iletişim kurmak ve yeni arkadaşlıklar kurmak amacıyla çeşitli sitelere üyedirler. Öğrencilerin üniversite ortamındaki arkadaşlıklardan farklı alanlarda da arkadaş arama çabalarının olması kayda değer bir bulgudur. Gençler toplumsallaşma sürecinde yeni arkadaşlıklar kurmaktadırlar. İnternette bu toplumsallaşma sürecinde gençlere bulunduğu mekandan ayrı, başka mekanlarda olan yaşlılarıyla tanışma ve forum odalarında kendilerini özgürce ifade edebilme fırsatını yakalar.

Öğrencilerin boş zaman alışkanlıklarının belirlenmesinde hane gelirinin düşük olması etkilidir. Kafeye gidemeyen öğrencilerin de olması önemli bir bulgudur. Ama boş zamanlarında kullandıkları mekanlar incelendiğinde en sıklıkla gidilen mekanlardan biridir. Kafeler gündelik yaşamda gençlerin sıkça tükettiği mekanlardır. Bu mekan gençlerin uzamları haline gelmiştir. Öyle ki arkadaşlarıyla buluştukları, sohbet ettikleri, yemek yedikleri, oyun oynadıkları, bir şeyler içtikleri, toplumsallaştıkları mekanlardan biridir.

Boş zamanlarında mekan kullanımını anlamaya yönelik sorduğumuz soruda sıklıkla gittikleri yerler; kafeler, tiyatro, sinema, -maliyetin yüksek olması ve anlaşılabileceği bir arkadaş ortamını bulamama gibi nedenler sinemaya gitme sıklığını etkilemektedir. Öğrenciler tiyatrodan daha yoğun bir şekilde bu mekanı kullanmaktadırlar- pop müzik konserleri, alışveriş merkezleri, -her insanın boş zamanlarında işi olsun olmasın gündelik yaşam içinde en sık tüketilen mekanlar alışveriş merkezleridir. Gençler için alışveriş merkezlerinin anlamı farklıdır. Çünkü gençler bu mekanı sadece alışveriş yapmak amacıyla kullanmamaktadır, onlar için bu mekan arkadaşlarıyla buluştukları, bir yerde oturup sohbet ettiği, sinemaya gittiği, yeme-içme gibi şeyler için kullandıkları alan olmuştur. Eskişehir özelinde düşünüldüğünde açılan alışveriş kompleksleri -Espark, Kanatlı, Carrefour, vb.- gençler için tüm bu imkanları sağlamaktadır. Alışveriş merkezleri gençlerin uzamları haline gelmiştir. Araştırmaya katılan gençlerin büyük bir çoğunluğu bu mekanları kullanmaktadırlar.- söyleşi ve konferanslar olarak yanıtlanmıştır. Buna karşın nadiren gittikleri mekanlar ise; kahvehane, bar, eğlence merkezleri (disko), klasik müzik, sergi, futbol ve operadır. Kafe yada kahvehane de en çok 1-2 saat geçirmektedirler. Bu mekanlar; arkadaşlarla sohbet etmek, yemek yemek, oyun oynamak (grupla oynan oyunlar ve ikili oynan oyunlar vb.), herhangi bir içki içmek (çay, kahve, meşrubat vb.), ve maç seyretmek için tercih edilmektedir.

Müzik gençler arasında önemli bir olgudur. Müzikle birlikte gençler sevinçlerini, üzüntülerini, coşkularını paylaşabilmektedirler. Müzik gencin hayatında en önemli olgulardan biridir. Bir şekilde hayatın her döneminde müzik vardır. Reel hayatta mutsuz olanın da duygularını yansıtır. Bir şekilde gündelik yaşamdaki sıkıntılara direnmesini sağlar. Gençlerin dinlediği müzikler incelendiğinde Rock, özgün müzik muhalif müziklerdir.

Gençlerle yapılan araştırma sonuçlarına göre gençlerin en yoğun olarak dinledikleri müzik türü bir şekilde onların var olan düzene karşı kendilerini nasıl konumlandıkları sonucunu bize göstermektedir. Araştırmaya katılan Anadolu Üniversite gençliğinin en çok dinlediği müzik türü Rock müziğidir. Rock müziğinin muhalif bir müzik olma özelliği vardır. Türk Pop müziği ikinci sırayı almaktadır, Üçüncü sırada Özgün müzik türü vardır. Özgün Müzik 1980'lerde muhalif bir müzik türü olarak kültürel hayatımıza girmiştir. Söylem ve içerik olarak da diğer müzik dallarından farklı bir duruşa sahiptir. Diğer dinledikleri müzik türleri ise sırasıyla; Türk Halk müziği, Yabancı Pop müziği, Türk Sanat müziği, Caz müziği, Klasik Batı müziği, Arabesk müziği Techno müzik, az dinlenen müzikler ise; . Tasavvuf/dini, Etnik Müzik, Hip Hop, Metal, Punk, Alternatif Pop, Kürtçe Rock, Türkçe Rap, Trance, Kızılderili müzikleri ve meditasyon müzikleridir.

Türkiye'de müziğin gelişimini incelendiğinde cumhuriyetin ilanından itibaren özgür olduğunu söylemek imkansızdır. Çünkü devletin müzik üzerinde uyguladığı politikalar baskıcı ve yasakçı olmuştur. Cevaplayıcıların dinledikleri müzikler baz alındığında bu politikaların etkisini görmek mümkündür. Adorno'ya göre her müzik türü içinde bulunduğu toplumun izlerini taşır. Gençler arasında en popüler olan müzik olan Anadolu pop/Anadolu rock bu görüşe en iyi örneklerdendir. Bu müzik türü halk müziğinden türetilip batı müziği ile senteze uğramış bir formda olmasından dolayı özgün bir yapıya sahiptir.

Üniversite de okuyan gençler arasında arabesk müzik türünün de dinlenmesi önemli bulgulardan biridir. Bu müziğin gecekondularda yaşayan yoksul halkın kendi seslerini duyurmaya çalışmanın bir yansımasıdır. Yani sessiz yığın kendini görünür kılma çabalarıdır diyebiliriz. Stokes arabeski tanımlarken; periferinin hegemonisini ve reform geleneğinin çöküşünü kanıtlaması açısından önemine değinmektedir.

Arabeskin son dönemlerdeki köklü değişimler yaşamasının bir sonucunda Türk pop müziğinin içine eklenmesinden bahsedebiliriz. Öyle ki arabesk sanatçıların Türk pop şarkılarını yorumlaması ve Türk pop şarkıcılarının da aynı şekilde arabesk parçalarını yorumlaması.

Boş zamanları değerlendirme alışkanlıklarından hobi, kişinin becerilerini ve kendini tanıması için araçtır. Kişi hobi sayesinde yeteneklerini geliştirme fırsatını yakalamış olur. Gençlerden hobileri olanlar incelendiğinde beceri ve yeteneğe dayalı birçok farklı hobi dikkati çekmektedir.

Kulüpler ve sivil toplum kuruluşları ise öğrencilerin aidiyet ve kimlik gelişimleri ve sosyalleşmeleri açısından olumlu ilişkilerin kurulduğu ortamlar olarak önemli işleve sahiptirler. Üniversite öğrencilerinin sivil toplum üyesi olarak çalışıp çalışmadıkları sorulduğunda; hiçbir kulübe üye olmayan öğrenci sayısı fazladır. “Aktif olarak çalıştıkları veya Üyesi Olduğunuz Ya da Aktif Olarak Çalıştığınız Herhangi Bir Sivil Toplum Kuruluşu Var mı?” sorusuna ise büyük bir çoğunluğunun üye olmadığı gözlenmiştir.

Öğrencilerin yakın çevresi dışında bir yerlere gidip gitmedikleri, gidiyorlarsa bile ne tarz yerlere gittikleri soruldu. Turistik amaçlı ve tarihi ve kültürel amaçlı gitmektedirler. Ama bunun yanı sıra bu tarz gezilere hiç gitmedikleri elde edilen bulgular arasındadır. Gitmeyen öğrencilerin maddi olarak bu gezilere gidemedikleri düşünülmektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu turistik gezilere giderken az bir bölümü kamp-dağcılık gezilerine katılmaktadır. Kısıtlı olanaklarla geçinen öğrencilerin çok sık gezilere katılmaları mümkün değildir (Tablo.55).

Bu gençlerin popüler kültür hakkındaki düşüncelerini anlamak için sorulan sorularda; büyük bir çoğunluğu popüler kültüre olumsuz baktıklarını söyleyebiliriz. Popüler kültür denildiğinde akıllarına gelen ilk üç tanım sorulduğunda sırası ile; popüler kültürün bireyleri apolitize ettiğini magazin, eğlence, televizyon, müzik, medya, sinema, taklitçilik, dizi olarak yorumladıkları gözlenmiştir. Bulgular gösteriyor ki Üniversite öğrencilerinin popüler kültür tanımlamaları tamamen eleştireldir (Tablo.56). Ayrıca öğrenciler kendi tükettikleri mekanları popüler kültür kavramı çerçevesinde tanımlamışlardır.

Boş zaman alışkanlıkları hakkındaki görüşleri anlamaya yönelik sorulan sorularda Gökmen ve arkadaşlarının çalışmasından faydalanılmıştır. Gökmen ve arkadaşlarının “Yükseköğretim öğrencilerinin serbest zaman etkinlikleri kendilerini gerçekleştirme düzeyleri” adlı çalışmasında öğrencilerin serbest zaman etkinliklerine katılma sürecinde katılmak isteme nedenlerini önem sırasına göre sıralandırarak belirtmeleri istenmiştir. Ve öğrencilerin katılmak isteyiş nedenleri şöyledir; eğlenceli ve zevkli olma, eğitici ve yararlı bulma, arkadaşları ile birlikte olma, rahatlayıp sıkıntılardan kurtulma, aileden izin alma, rahatlayıp sıkıntılardan kurtulma, aileden izin almayı kolaylaştırmadır.

Gökmen ve arkadaşlarının çalışmasında yer alan boş zaman etkinliklerine katılma nedenleri arasında ilk 10 da yer alan “Rahatlıyor, sıkıntılarımdan kurtuluyorum” ifadesi referans alınarak düzenlenen soruda ise öğrencilerin büyük bir çoğunluğu tarafından bu ifadeye olumsuz baktığını göstermesi açısından önemli bir bulgudur. Gençlere göre boş zamanlarında yaptıkları popüler kültür etkinlikleri onları sıkıntılarından uzaklaşmasını ve rahatlamasını sağlamamaktadır (Tablo.60). Yine Gökmen ve arkadaşlarının “Yeteneklerime uygun” ifadesini referans alarak sorulan soruda “Yeteneklerimi fark etmemi sağlıyor” ifadesine katılıp katılmadıkları sorulduğunda ise üniversite gençliğinin büyük bir çoğunluğunun bu ifadeye katılmadıkları gözlenmektedir.¹⁵¹ Gökmen ve arkadaşlarının çalışmayı yaptığı 1985 yılından günümüze 2007 yılına gelindiğinde öğrencilerin boş zaman alışkanlıklarına bakış tarzında bir değişme olduğu söylenebilir.

Popüler kültür etkinliklerini genel olarak yozlaştırıcı bulup bulmadıkları sorusu soruldu (Tablo.64). Öğrencilerin verdikleri cevaplar popüler kültürü yozlaştırıcı buldukları sonucunu vermektedir. Bu bulgudan da anlaşılacağı gibi popüler kültür etkinliklerini gençlerin çoğunluğu tarafından yozlaştırıcı bulunmaktadır. Ama yine de boş zamanlarında yapacakları etkinlikler arasında popüler kültür etkinliklerine de yer ayırmaktadırlar. Frankfurt okulunun popüler kültüre getirdiği en önemli eleştirilerden birisi olan popüler kültürün yozlaştırıcı etkisidir. Bu etkinliklerin öğrenciler arasında yozlaştırıcı bulup bulmadıklarına yönelik sorulan bu soruda büyük bir çoğunluğu tarafından yozlaştırıcı buldukları gözlenmektedir.

Frankfurt okulunun popüler kültür etkinliklerine yönelttiği eleştirilerden bir diğeri ise popüler kültürün toplumsal değerlere ve aynı zamanda kültürü zedelediği/tahrip ettiğidir. Popüler kültürün toplumsal değerleri zedelerken aynı zamanda da kültür endüstrisinin tüketicileri güdüp yönetip yanlış ihtiyaçlar ve yanlış bilinçlilik aşıladığı varsayımına dayanmaktadır. Cevaplayıcıların genele yakını bu ifadeye katıldıkları gözlenmektedir. Gençlerin popüler kültüre eleştirel bakış açısı olduğunu teyit edilmesi açısından önemli bir bulgudur (Tablo.65). Frankfurt okulunun popüler kültüre getirdiği eleştirilerden yozlaştırıcı etkisinin yanı sıra bayağı olması hakkındaki görüş öğrencilerin çoğunluğunun bu görüşe nispi de olsa katıldıkları elde edilen verilerdendir (Tablo.68).

Popüler kültüre olumlu bakan kültürel çalışmalara göre popüler kültür halk tarafından oluşturulmuş bir kültür olduğu ve onların kendi özgürlüğünü sağladığı için olumlu bir kültürdür. Araştırmaya katılan öğrencilerin bu ifadeye katılmadıkları gözlenmektedir(Tablo.69).

¹⁵¹Gökmen ve arkadaşları, a.g.e., s:66

İngiliz kültürel çalışmalar okuluna göre popüler kültür; içinde hem nitelikli hem de niteliksiz örnekleri barındıran bir kültürdür. Bu ifadeye göre cevaplayıcılar popüler kültürü; nitelikli-niteliksiz örnekleri bir arada içinde barındıran bir kültürdür görüşünü kabul ettiklerini gözlenmektedir(Tablo.70).

Frankfurt okulunun popüler kültüre getirdiği eleştirilerden bir diğeri ise kolay üretilen günlük tüketilen bir kültür olmasıdır. Üniversite öğrencilerine popüler kültürü değerlendirmeye yönelik bu soruda; kolay üretilen ve aynı şekilde kolay tüketilen bir kültür olarak gördükleri ve onayladıkları kayda değer bir bulgudur(Tablo.71).

İngiliz kültürel çalışmalar okuluna göre popüler kültür insanların kendi rızalarına bağlı olarak içinde yer aldığı ve kısmi de olsa özgürlüklerini sağlayan etkinliklerdir. Öğrencilerin içinde yer aldıkları bu etkinlikler onların hayatlarını anlamlı kılıp kılmadığı sorusuna yanıt aranmıştır. Öğrenciler etkinliklerin içinde yer aldığı süreçte bu etkinliklerin onların hayatlarını anlamlı kıldığını düşünmemeleri açısından kayda değer bir bulgudur. Öğrencilerin genele yakını popüler kültüre eleştirel bir bakış açısı ile bakmaktadırlar(Tablo.72).

Frankfurt okulunun popüler kültüre karşı geliştirdiği başka bir eleştiri ise; bu etkinliklerin kişileri güdüp yönetirken aynı zamanda apolitize ettiği ve uyuttuğudur. Cevaplayıcıların bu soruya verdikleri cevaplar üzerinden değerlendirildiğinde ise çoğunluğunun bu görüşe katıldığı önemli bir bulgudur(Tablo.73).

Popüler kültür etkinliklerinde kendilerini daha özgür ifade etmediklerini, bu tarz etkinliklerin yeni arkadaşlıklar kurmalarını ve hoşça vakit geçirmelerini sağlamadığını ama buna rağmen bu etkinliklere ilgi duyduklarını belirtmektedirler. Buna karşılık popüler kültür etkinliklerini anlamlı ve olumlu bulmamaktadırlar. Tam tersine bu etkinliklerin yozlaştırıcı, toplumsal ve kültürel değerlerimizi zedelediğini düşünmektedirler. Buna rağmen çoğunluğuna göre popüler kültür toplumun geniş bir kesiminin benimsediği kültür olduğu yargısına katılmaktadırlar. Ayrıca bu öğrencilerin kendi tükettikleri mekanları popüler kültür kavramı çerçevesinde tanımlamışlardır. Ama öğrencilerin çoğunluğunun popüler kültüre ne kadar olumsuz olarak baksalar bile popüler kültürden etkilendikleri hatta içinde yer aldıklarını bu bulgulara göre söylemek mümkündür.

Sonuç olarak bu araştırmanın temel argümanlarından biri, gençlerin popüler kültürün boş zaman alışkanlıklarının oluşumunda etkili olduğu idi ve araştırmanın en önemli bulgularından biri; öğrencilerin çoğunluğunun popüler kültüre olumsuz yaklaşımlarına karşın, popüler kültürün etkisi altında oldukları, dahası popüler kültür öğelerinin birçoğunu tüketerek

içinde yer aldıklarıdır. Çalışmanın verilerine göre; öğrenciler popüler kültüre olumsuz bakış açısına sahip olsalar da, popüler kültür üniversite öğrencilerinin boş zamanlarında ne gibi faaliyetler içinde yer alacaklarını belirleyen önemli bir olgudur. Bir diğer önemli bulgu ise, boş zaman değerlendirilmesinde kitle iletişim aygıtlarının büyük ölçüde kullanılmasıdır. Günümüz toplumunda popüler kültürün yayılmasında ve kanaat oluşturmada oldukça etkin rol oynayan televizyon, gazete, internet gibi kitle iletişim araçlarının, üniversite gençleri tarafından diğer boş zaman etkinliklerine oranla daha yaygın bir şekilde tüketildiği araştırmanın önemli bir diğer sonucudur.

EKLER

Ek 1.

Anket Formu

Üniversite Öğrencilerinin Popüler Kültür Etkinlikleri ve Boş zaman Alışkanlıkları

Fakülteniz:.....

Tarih:...../...../.....

1. Cinsiyetiniz:

() 1. Kadın () 2. Erkek

2. Yaşınız:.....

3. Doğum yeriniz:.....

4. Halen yaşadığınız yer:.....

5. Eğitiminiz süresince aylık gelirinizi nasıl sağlıyorsunuz?

() 1. Aile desteği

() 4. Kredi veya burs

() 2. Çalışarak

() 5. Hem aile hem de çalışarak

() 3. Hem aile hem kredi veya burs

() 6. Başka (Belirtiniz lütfen).....

6. Annenizin ve babanızın öğrenim durumu nedir?

Anne

Baba

1. Okur-yazar değil

2. Okur-yazar

3. İlkokul mezunu

4. Ortaokul mezunu

5. Düz lise mezunu

6. Meslek lisesi mezunu

7. İmam Hatip lisesi mezunu

8. Anadolu Lisesi/Fen Lisesi mezunu

9. Üniversite mezunu

7. Annenizin mesleği. (Ev kadınlığı dışında)

8. Babanızın mesleği.

9. Hanenin aylık geliri?

() 1. 0-500 ytl

() 2. 501-1000 ytl

() 3. 1001-1500 ytl

() 4. 1501-2000 ytl

() 5. 2001 ve üstü

10. Öğreniminize devam ederken nerede kalıyorsunuz?

() 1. Ailemin yanında

() 5. Birkaç arkadaşla birlikte kiralık bir evde

() 2. Devlet Yurdunda

() 6. Kiralık bir evde tek başına

- () 3. Özel yurttta () 7. Apart-otelde
 () 4. Akraba, tanıdık yanında () 8. Başka (Belirtiniz lütfen).....

11. Kendinize gelir sağlamak için yaptığınız veya çalıştığınız bir işiniz var mı?

- () 1.Evet, yalnızca okul kapalı iken
 () 2. Evet, yalnızca okul zamanı
 () 3. Evet, yılın büyük bir çoğunluğunda
 () 4. Hayır

12. Ortalama aylık toplam geliriniz (harçlık, kredi, burs toplamı) ne kadardır?

.....

13. Boş zaman etkinliklerine ne kadar para ayırıyorsunuz?.....YTL

14. Sizce Türkiye'nin en önemli ilk 3 sorunu nelerdir, lütfen yazınız?

- 1.....
 2.....
 3.....

15. Gün içinde aşağıdakilerden hangisi ile daha çok vakit geçirirsiniz? Lütfen sıralandırarak cevaplayınız

- () 1.Televizyon () 2. Kitap () 3. Internet
 () 4. Spor () 5.Çeşitli eğlenceler () 6.Diğer(Belirtiniz lütfen).....

16. Gazete okur musunuz?

() 1. Her gün () 2. Haftada 1-2 gün () 3. Haftada 3-4 gün. () 4. Hiç okumam (Bu seçeneği işaretlediyseniz lütfen 19. soruya geçin)

17. Gazetede en çok okuduğunuz bölüm neresidir? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

- () 1. Siyasi haberler () 5. Spor
 () 2. 1. sayfadaki haberler () 6. Ekonomi
 () 3. Magazin haberleri () 7. Kültür/Sanat haberleri
 () 4. 3. sayfa haberleri () 8. Diğer(Belirtiniz lütfen).....

18. Düzenli olarak hangi gazete ya da gazeteleri alırsınız/okursunuz ya da internetten takip edersiniz?(Lütfen sıraya koyarak **ilk üç** gazeteyi yazınız, internetten okuduğunuz gazeteyi belirtiniz)

- 1.....
 2.....
 3.....

19. Günde yaklaşık olarak kaç saat televizyon izliyorsunuz?

() 2-3 saat () 4-5 saat () 6-7 saat () 8 -9 saat () Hiç izlemem

20. Daha çok hangi televizyon kanallarını izlersiniz? (Lütfen sıraya koyarak **ilk üç** kanalı belirtiniz)

1.....

2.....

3.....

21. Televizyonda düzenli olarak hangi programları izliyorsunuz? (Lütfen sıraya koyarak **ilk üç** programı belirtiniz)

1.....

2.....

3.....

22. Düzenli olarak TV haberlerini izliyor musunuz?

() 1. Evet

() 2. Hayır

23. Genellikle hangi TV haberlerini izliyorsunuz? (Birden fazla kanal ismi yazabilirsiniz)

.....

24. Kitap okur musunuz?

() 1. Sık sık

() 2. Bazen

() 3. Okumam

25. Tarz olarak ne tür kitapları okumayı severseniz?

.....

26. Hangi tür kitaplar okursunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

() 1. Şiir

() 5. İnceleme/araştırma kitapları

() 2. Roman

() 6. Bilim kurgu romanları

() 3. Dini kitaplar

() 7. Hiç okumaz

() 4. Sanat tiyatro müzik (Görsel sanatlarla ilgili kitaplar) () 8. Diğer (Belirtiniz lütfen).....

27. Son bir yıl içinde okuduğunuz ve sizi en çok etkileyen kitap(lar) nelerdir? Lütfen yazınız.

.....

28. Herhangi bir sporla uğraşıyor musunuz?

() 1. Evet

() 2. Hayır

29. Evetse hangisi ?(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

() 1. Yüzme

() 6. Futbol

() 2. Atletizm

() 7. Uzakdoğu sporları

() 3. Tenis

() 8. Fitness- aerobik

() 4. Basketbol

() 9. Doğa sporları(yürüyüşte dahil)

() 5. Voleybol

() 10. Diğer(Belirtiniz lütfen).....

30. Günde İnternet ortamında ne kadar vakit geçiriyorsunuz?

.....

31. İnternet'i en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?(Lütfen sıraya koyarak **ilk üç** amacı belirtiniz)

1.....

2.....

3.....

32. İnternette düzenli olarak hangi siteleri ziyaret edersiniz? (Lütfen sıraya koyarak **ilk üç** siteyi belirtiniz)

1.....

2.....

3.....

33. İnternet'te üye olduğunuz hangi siteler var? Lütfen yazınız.

.....

34. Aşağıdaki belirtilen yerlere/etkinliklere ne sıklıkla gidersiniz?

Hergün Haftada 2-3 Haftada 1 Ayda 1-2 Yılda 1-2 Hiç gitmem

Kafe

Kahvehane

Bar

Eğlence merkezlerine (disko)

Klasik müzik konseri

Tiyatro

Sinema

Pop müzik konseri

Sergi

Futbol maçı

Opera

Alışveriş merkezi

Söyleşi/Konferans

35. Kafe veya kahvehanelerde günde ne kadar vakit geçiriyorsunuz?.....

36. Kafe veya kahvehanelerde nasıl vakit geçiriyorsunuz?.....

.....

37. Ne tür müziklerden hoşlanırsınız? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

- | | |
|---|---|
| ☐ 1 . Türk Sanat Müziği | ☐ 7 . Klasik Türk Müziği |
| ☐ 2 . Türk Halk Müziği | ☐ 8 .Yabancı Pop |
| ☐ 3 . Türk Pop | ☐ 9. Klasik Batı Müziği |
| ☐ 4. Özgün Müzik | ☐ 10. Caz |
| ☐ 5. Arabesk | ☐ 11. Rock |
| ☐ 6.Tasavvuf/ Dini Müzik | ☐ 12. Techno ☐ 13. Diğer (Belirtiniz lütfen)..... |

38. Dinlediğiniz, sevdiğiniz sanatçı veya müzik grupları hangileridir? Lütfen yazınız.

.....

39. Herhangi bir hobiniz var mı?

- ☐ 1 . Evet ☐ 2 . Hayır

Varsa neler? *.....

40. Üniversitede hangi klüplere üyesiniz belirtiniz ? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Öğrenci kulüpleri | ☐ 5. Müzik ve temsil |
| ☐ 2. Kültür ve edebiyat | ☐ 6. Eğitim (TEGV tarzı) |
| ☐ 3. Doğa Sporları | ☐ 7. Katılmam |
| ☐ 4. Tiyatro | ☐ 8. Diğer (Belirtiniz lütfen) |

41. Üyesi olduğunuz ya da aktif olarak çalıştığınız herhangi bir sivil toplum kuruluşu var mı?

Varsa lütfen belirtiniz?

.....

.....

42. Yakın çevreniz dışında ne tür gezilere/turlara gidersiniz?

- | | |
|---|--------------------------------------|
| ☐ 1. Kamp/dağcılık | ☐ 3. Turistik |
| ☐ 2. Tarihi/Kültürel | ☐ 4. Gitmem |

43. Popüler kültür denildiğinde aklınıza gelen 3 şeyi söyler misiniz?

- 1.....
- 2.....
- 3.....

44. Popüler kültür hakkında düşünceleriniz;

- () 1-Genel olarak olumlu
 () 2-Genel olarak olumsuz

45. Popüler kültür hakkındaki aşağıdaki ifadelerle katılıp katılmadığınızı tablodaki seçenekleri (x) işaretleyerek belirtiniz.

Katılıyorum Kararsızım Katılmıyorum

Kendimi daha özgür ifade edebiliyorum.

Yeni arkadaşlıklar kurmamı ve hoşça vakit geçirmemi
 sağlıyor.

Bu tarz etkinlikler beni rahatlatıyor ve sıkıntılarımdan
 uzaklaştırıyor

Yeteneklerimi fark etmemi sağlıyor.

Bu tarz etkinliklere ilgi duymuyorum

Bu etkinlikleri anlamlı ve olumlu görmüyorum.

Bu etkinlikleri yozlaştırıcı buluyorum.

Bu tarz etkinliklerin toplumsal/kültürel değerlerimizi
 zedelediğini düşünüyorum.

46. Popüler Kültür;

	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
1- Toplumun geniş bir kesimin benimsediği kültürdür			
2-Eğitimsiz insanların içinde yer aldığı bir kültürdür			
3- Bayağı ve yoz bir kültürdür			
4-Değerli ve anlamlı bir kültürdür			
5-İçinde “iyi” ve “kötü,” nitelikli ve niteliksiz örnekleri birarada barın-dıran bir kültürdür.			
6-Kolay üretilen kolay tüketilen ucuz ve sıradan bir kültürdür			
7-İnsanların hayatlarını anlamlı kılan bir kültür-dür.			
8- Apolitik ve insanları uyutan bir kültürdür.			

KATILIMINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİM.

KAYNAKÇA

- Abadan, U. N. **“Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Faaliyetleri : Ankara Yüksek Öğrenim Gençliği Üzerinde Bir Araştırma”** Ankara : Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1961
- Abadan,U. N. **Batı Almanya'daki Türk İşçileri Ve Sorunları**, Ankara : T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, 1964
- Adorno, Theodor W. ,**The Stars Down The Earth**, Yay. Stephen Crook, Routledge, New York, 1994
- Alemdar, Erdoğan **“Popüler kültür ve iletişim”**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994
- Anabritannica, cilt:16
- Aristoteles, İ.Ö. 384-322. **“Politika”** ; Çeviren Mete Tuncay., 1. bs., İstanbul, Remzi Kitabevi, 1975
- Armand ve Mattelart, M. **İletişim Kuramları**, İletişim yayınları,1998
- Aydoğan,F., **“Medya Ve Boş Zaman”**, Om Yayınevi,İst.,Ekim 2000
- Aydoğan, F., **“-Düşlerimizi Artık Televizyon Kuruyor-Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar”**, Media Cat/Kapital Medya Hizmetleri, İstanbul, 2004
- Aytaç,Ö. **“Kapitalizm Ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman”** C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi Aralık 2004 Cilt:28, No:2
- Aytaç, Ö., **“Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman”**, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(11)2006 /1
- Baudrillard, J. **Bir Tüketim Kuramı Üzerine**, Çeviren, Osman Olcay Kunal, Cogito, Sayı:5, 1995

Belge, M. , **Tarihten Güncelliğe**, Alan Yay, İstanbul, 1999

Belge,M., “**Tarih Boyunca Yemek Kültürü**”, İletişim yayınları,İstanbul,2001

Benjamin, Walter, “**Pasajlar**”, çeviren Ahmet Cemal. – İstanbul : Yapı Kredi Yayınları, 1993

Boratav,K., “**Türkiye İktisat Tarihi-1908-1985**”, Gerçek Yayınevi, 1988

Craig, D., “**Marxism and Popular Culture**”, (der) C.W.E Bigsby, Approaches to Popular Culture, London, 1972

Devlet Planlama Teşkilatı Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı

Demiray, U., **Açıköğretim Fakültesi Öğrencilerinin Boş Zamanlarını Değerlendirme Eğilimleri**, Anadolu Üniversitesi Yayın No:252, Eskişehir:1987

Dursun,Ç., **Televizyon Haberlerinde İdeoloji**, İmge Kitabevi, Ankara, 2001

Enzesberger,H., “**Bir Kitle İletişim Araçları Teorisinin Oluşturucu Öğeleri**”, Birikim, no:58-59,1980

Erdoğan, İ. **Popüler Kültür Ve İktidar**, Derleyen: Nazife Güngör, Vadi Yay, Ankara ,1999

Ergül,H., **Televizyonda Haberin Magazinleşmesi**”, İletişim Yayınları, İstanbul, 2000

Ergül,H., “**Absürdün Sınırında Haber* Magazin Söylemi ve Duyargalarımız**”,
<http://gridergi.com/medya/magazin>

From, E. **Özgürlükten Kaçış**, Çeviren, Selçuk Budak, Öteki Yay., Ankara, 1995, 3. Baskı

Freud, Sigmund, “**Uygarlık, Din ve Toplum**”,çev. Selçuk Budak,Öteki Yayınları,Ankara, 1995

Fıske, J. **Popüler Kültürü Anlamak** , Çeviren:Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999

Gans, H. J. **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, Çeviren Emine Onaran İncirlioğlu, 1. bs. İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2005.

Genç, Niyazi. **Fırat Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü Lisans Tezi Fırat Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Öğrencileri Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma**. Elazığ:1992.

Godbey, G., “**Leisure in your life : an exploration**” State College, Pa. : Venture Pub., c1990

Gökçe, B. ve Diğerleri, “**Orta Öğretim Gençliğinin Beklenti Ve Sorunları**”, Ankara : T.C. Milli Eğitim Gençlik Ve Spor Bakanlığı Gençlik Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 1984.

Gürses, F. ve Diğ., “**Dünya’da ve Türkiye’de Gençlik**”, Toplumsal Dönüşüm Yay., İstanbul,1997

Gökmen H., Açıkalın A., Koyuncu, N., Saydar,Z.**Yükseköğrenim Öğrencilerinin Serbest Zaman Etkinlikleri Kendilerini Gerçekleştirme Düzeyleri**, Megsb Yayınları No:456 Ankara:1985

I. Gençlik Şûrası :**gençliğin serbest zaman faaliyetleri : ön çalışma raporu**. – [Ankara] : T.C. Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı, [19--?].

Hacıoğlu,N., Gökdeniz, A., Dinç,Y. ; editör Gökdeniz, A., “**Boş zaman & rekreasyon yönetimi : (örnek animasyon uygulamaları)**”,. – 1. bs. – Ankara : Detay Yayıncılık, 2003

Han, E. **Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman**, editör Uğur Demiray, Eskişehir : Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı, 1988.

Hauser, Arnold, **Sanatın Toplumsal Tarihi**, çev. Yıldız Gölönü, İstanbul, Remzi, 1984

Horkheimer-Adorno, **Aydınlanmanın Diyalektiği I**, Çev. Oğuz Özgül, Kabalcı Yayınları, İstanbul,1995

Huizinga, J. **Homo Ludens**, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul,1995

İnal, A. **Haberi Okumak**, Temuçin Yayınları,İstanbul, 1996

Der. İrvan, S., “**Medya, Kültür, Siyaset**”, Bilim Sanat Yayınları, Ankara, 1997

Kandiyoti, D. & Saktanber, A., **Kültür Fragmanları- Türkiye’de Gündelik Hayat-**, Metis Yayınları, 2002

Karaküçük, S. “**Rekreasyon : (boş zamanları değerlendirme) kavram-kapsam ve bir araştırma Ankara**”, 1997, Ankara, Seren Ofset

Keane J. **Medya ve demokrasi**, Çeviren:Haluk Şahin, Ayrıntı Yayınları,1991

Kelly, J.R. **Leisure**, Prentice Hall, New Jersey, 1982,2 Baskı,

Kılbaş, Ş. **Gençlik ve boş zamanı değerlendirme**, Adana, 1994 (Adana : Çukurova Üniversitesi Basımevi).

Kocacık, F. **Toplumsal Değişme Ve Kentleşme, Davranış Bilimlerine Giriş**, 2. Fasikül, Açıköğretim Fakültesi Yayın No:75, Eskişehir:1986

Kongar, E. **Kültür Ve İletişim**, Say Yayınları, İstanbul:1986

Kozanoğlu, C. **Cıllı imaj devri : 1980'lerden 90'lara Türkiye ve starları**, 8. bs. – İstanbul : İletişim Yayınları, 1995, c1992.

Köybaşı, N. **Boş Zaman Sosyolojisi Ve Boş Zamanlarını Değerlendirme Aracı Olarak Kültür Turizmi Ve Dinlence Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Karşılaştırmalı Sosyolojik Analiz (Yüksek Lisans) - Anadolu Üniversitesi**, 2006

Lull,J. “ **Popüler Kültür Ve İletişim**”,Çivi Yazıları, İstanbul, 2000

Lull, J. **Medya İletişim Kültür**, Çeviren: Nazife Güngör, Vadi Yayınları, Ankara, 2001

Marcuse, H. **Aşk Ve Uygarlık**, Çev. Seçkin Çağan, May Yayınları, İstanbul, 1968

Mardin, Ş., “**Siyasal ve Sosyal Bilimler: Makaleler 2**”, İstanbul: İletişim Yay. 1990

Marx, Karl, “**1844 Felsefe Yazıları**”, çev. Murat Belge, V yayınları, Ankara, 1986

Marx- Engels, **Alman İdeolojisi**, Çev. Sevim Belli, Sol Yayınları, Ankara, 1992, 3. Baskı

Max Weber, **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**, çev. Zeynep Gürata, Ayraç Yayınları, Ankara, 1997

McGregor, C. **Pop kültür oluyor**, Çeviri Gürol Özferendeci. – 2. bs. – İstanbul : Çivi Yazıları, c2000.

Modleski, T. **Eğlence incelemeleri : kitle kültürüne eleştirel yaklaşımlar**, hazırlayan; çeviren Nurdan Gürbilek. – 1. bs. – İstanbul : Metis Yayınları, 1998.

Mutlu, E. **Popüler Kültürü Eleştirmek**, Doğu Batı Düşünce Dergisi, Sayı:15, Temmuz-2001, 2. Baskı

Oktay, A., **Türkiye’de popüler kültür** /– 1. bs. – İstanbul : Yapı Kredi Yayınları, 1993 (Cogito;9)

Oskay, Ü., “**XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri : Kuramsal Bir Yaklaşım**”, Ankara : A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1982

Oskay, Ü. “**Anlatı Semantiği Açısından Roman Ve Etik**, Sayı:8, 1990

Oskay, Ü., “**Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri: Kuramsal Bir Yaklaşım**” Der yayınları, İstanbul, 1993

Oskay, Ü., **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, Yapı kredi yayınları, 1998

Özbek, M. **Popüler Kültür Ve Orhan Gencebay Arabeski**, İletişim Yay. 1991, İstanbul

Resiman, D. **The Lonely Crowd**, Yale University Pres, Usa, 1961

Rojek, C. **Leisure Theory : Principles And Practices** Hampshire : Palgrave Macmillan, 2005

Senet, R. **Kamusal İnsanın Çöküşü**, Çeviren Serpil Durak-Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yay, İstanbul, 1996

Smith, M. D. **New Movements İn The Sociology Of Youth A Critique**, Britsh Journal Of Sociology, Vol.32, 1981

Solmaz, M. “Türkiye’de Pop Müzik-Dünü ve bugünü ile bir infilak masalı-”, Pan Yayıncılık, 1996, İstanbul

Stokes, M., “Türkiye’de Arabesk Olayı” İletişim Yayınları, 1998, İstanbul

Tanülkü, B. **Kuştepe Gençlik Araştırması 2002** (Derleyen: Gülten Yazgan) İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları İst., 2002

Tenekecioğlu, B., Ersoy, N.F., “**Ekonomik Kalkınmada Makro Pazarlama**”, Eskişehir, Birlik Ofset Yay., 2002

Tezcan, M. **Kültür Ve Kişilik : (Psikolojik Antropoloji)**, Ankara : Bilim Yayınevi, 1987

Tezcan, M. **Gençlik Sosyolojisi Yazıları**, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991

Torkildsen, G.. “**Leisure and recreation Management**”, London : E. & FN Spon, 1992

Uygur, Nermi, **İnsan Açısından Edebiyat**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1995

Ünlüer, O. **Türkiye’de Üniversite Ortamında Toplumsal Kişilik Geliştirme Kavram Ve Süreçleri Temelinde Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Öğrencilerinin Boş Zaman Etkinliklerinde Kitle İletişim Araçlarının Yeri**”, 1988-Yüksek Lisans Tezi

Veblen, T. **Aylak Sınıfın Teorisi**, Babil Yayınları, İstanbul, 2005

Weber, M. **Protestan Ahlakı Ve Kapitalizmin Ruhu**, Çeviren: Zeynep Gürata, Ayraç Yayınları, Ankara, 1997, Ss.137-143

Wilson, J. **Politics And Leisure**, Allen And Unwin, London, 1988

Editör: Zencirkıran, Mehmet,* –**Entelektüel Perspektif- “Kültür, Siyaset ve Toplum Söyleşileri”**, Alfa yayınları, 2004, İstanbul

Zuzanek, J. **Society Of Leisure Or The Harried Leisure Class? Leisure Trends In Industrial Societies**, Journal Of Leisure Research, Vol:6, 1974, No:4