

T.C

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

SOSYOLOJİ BİLİM DALI

SANAYİ GENÇLİĞİNDE TOPLUMSAL AİDİYET VE ÇALIŞMA HAYATI

Ali Cihan ÖZENSEL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Doç. Dr. Erhan TECİM

Konya-2023

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
Giriş	1
BİRİNCİ BÖLÜM – KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	4
1. BİREYSEL VE TOPLUMSAL OLARAK AİT OLMAK VE AİDİYET	4
1.1.Bireysel ve Toplumsal Bir Kavram Olarak Aidiyet	4
1.1.1.Kimlik İnşası ve Kültürel Aidiyet	11
1.1.2.Kent ve Mekân Aidiyeti	13
1.1.3.Mesleki Aidiyet.....	14
1.2.Aidiyet Yoksunluğu.....	16
1.3.Toplumsal Bir Kategori Olarak Gençlik.....	19
1.3.1.Gençlik ve Gençliğin Önemi	20
1.3.2.Türkiye’de Genç Nüfus Dağılımı ve Bazı Göstergeler	23
1.3.3.Alt Kültür Grubu Olarak Gençlik	28
1.4.Gençlik Aidiyet İlişkisi ve Aidiyet Deneyimleri Üzerine Çalışmalar	31
İKİNCİ BÖLÜM - METODOLOJİ.....	35
2.1.Araştırmanın Konusu ve Amacı	35
2.2.Araştırmanın Sınırlılıkları	37
2.3.Araştırmanın Deseni.....	38
2.4.Araştırmanın Grubu	38
2.5.Araştırmanın Veri Toplama Aracı	39
2.6.Saha Uygulama Tekniği	40
2.7.Araştırmacı Gözlem ve Saha Notları	40

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM - BULGULAR	42
3.Araştırma Bulguları Üzerine	42
3.1.Sosyo-Demografik Özellikler	42
3.2.Şehir Aidiyeti ve Şehirden Memnuniyet	44
3.3.Meslek-İşyeri Aidiyeti ve Meslekten Memnuniyet	48
3.4.Arkadaş İlişkileri ve Arkadaş Aidiyeti.....	55
3.5. Aile Aidiyeti ve Aile İlişkileri	58
SONUÇ	63
EKLER	67
EK.1. YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU	67
EK.2. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ.....	70
KAYNAKÇA	71

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında Türkiye’de sanayi ortamında çalışan gençlerin toplumsal aidiyetleri bağlamında onların hayatlarındaki temel aidiyet duyguları üzerine çalışma hayatları incelenmek istenmiştir.

Çalışan gençlerin toplumsal aidiyetlerini ve çalışma hayatlarını incelemeyi amaçlayan bu çalışmanın temel arzusu Türkiye’de birçok alanda gençler üzerine çalışılması fakat sanayi gençleri üzerine çalışmaların yetersizliğidir. Bu çalışmayla genç bireylerin erken çalışma hayatına atılmalarıyla birlikte toplumsal çevre içerisindeki ait olma veya aidiyet duygularına yansımaları hedeflenmiştir. Öncelikle engin bilgi ve tecrübelerinin aktarımından ve her anlamda desteğini esirgemeyen değerli hocam Doç. Dr. Erhan Tecim hocama sonsuz şükranlarımı sunarım. Ayrıca yüksek lisans hayatına başlamamda ve bu tez konusunda yardımcı olan ve yüksek lisans dönemi sürecinde emekli olan Prof. Dr. Mahmut Atay hocama tez çalışmamın planlanmasında, araştırılmasında, oluşumunda ilgi ve desteğini esirgemedikleri için gönülden teşekkür ediyorum.

Üniversite hayatım boyunca beni motive eden ve buralara kadar gelmemde büyük destek veren aynı zamanda bir dönem hocalığımı yapmış ve bugünlere gelmememi sağlayan babam (hocam) Prof. Dr. Ertan Özensel’e ve değerli anneme her zaman yanımda olduğu ve beni destekledikleri için teşekkür ederim.

Son olarak bana her konuda destek olan ve yüreklendiren eşim Hatice Kübra Özensel Hanımefendiye teşekkür ederim...

Ali Cihan Özensel

Ocak – 2023

T. C.



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Ali Cihan ÖZENSEL	
	Numarası	194205002001	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji/Sosyoloji	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒	Doktora ☐
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Erhan TECİM	
	Tezin Adı	SANAYİ GENÇLİĞİNDE TOPLUMSAL AİDİYET VE ÇALIŞMA HAYATI	

ÖZET

Bu tezde sanayi gençliğinin aidiyet duygusunun incelenmesi yapılmıştır. Aidiyet, toplumsallaşma içerisinde bireyin kendisi ile dış dünya arasında oluşturduğu ilişkiler çerçevesinde bağlılıklarını geliştirdiği dayanışmalar bütünüdür. Bu çalışmanın amacı, çalışan gençlerin şehir, meslek-işyeri, arkadaş ve aile aidiyetlerini ortaya koyarak geleceğin iş/esnaf dünyasını oluşturacak gençlerin toplumsal aidiyetlerinin incelenmesidir. Böylece bu çalışma, gençlerin aidiyet bilincini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada çalışma hayatına girmiş Konya'daki 15-25 yaş aralığında tamir işlerinde emek gücü kullanarak çalışan gençlerin “şehir, meslek-işyeri, arkadaş ve aile” aidiyetleri ile çeşitli sektörlerden 25 kişi ile sınırlandırılmıştır. Bu araştırmada yöntem olarak “Nitel Araştırma Yöntemi” kullanılmıştır. Çalışma süresince mülakat tekniklerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak yarı yapılandırılmış sorularla gençlerin aidiyet durumları ortaya konulmuştur. Çalışan gençler için Konya her şeyden önce doğup büyüdüğü ve memleketleri olması hasebiyle onların ait hissettikleri bir şehir olduğunu söylemek mümkündür. Onlar genel olarak bu şehirden memnundurlardır. Gençler genel manada yaptıkları meslekten ve daha önemlisi tercih ettikleri meslekten memnun olduklarını açık şekilde ifade etmek mümkündür. Onlar hayatlarının büyük bir kısmını araba tamiri ve onarımı yapmaktadırlar. Boş vakitlerinin sınırlı olması onların değişik çevreleriyle ilişkilerini

azaltmakta ve kendi yaş grupları ile olan paylaşımlarını azaltmaktadır. Fakat tüm bunlara rağmen arkadaş onlar için birçok şeyleri paylaşabildikleri, borç alıp verebildikleri, dertleşebildikleri ve boş vakitlerini birlikte değerlendirdikleri önemli bir değerdir. Çalışma hayatları onlara aileleriyle birlikte çok da vakit geçirmelerine imkân sağlamasa da onların ailelerine karşı düşüncelerini değiştirmemiştir. Belki de çalışma yaşamı ve burada karşılaştıkları durumlar, ailenin değerinin onlarda pekişmesine olumlu katkı sağlamasına yol açtığı söylenebilir. Çalışan gençliğin eğitim seviyeleri daha düşük olması aile, arkadaş, iş, iş yeri ve şehir aidiyetlerine yönelik yüksek aidiyet göstermeleri, kendi geleceklerini inşa etmekte olan gençlerin hayatlarına yönelik değerlendirmeler yapma imkânı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Aidiyet, Çalışan Gençlik, Çalışma Hayatı, Aile, Şehir.

T. C.



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Ali Cihan ÖZENSEL	
	Numarası	194205002001	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sosyoloji/Sosyoloji	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☒	Doktora ☐
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Erhan TECİM	
	Tezin İngilizce Adı	SOCIAL BELONGING AND WORK LIFE IN INDUSTRIAL YOUTH	

ABSTRACT

The sense of belonging among young people in the industrial sector has been investigated in this thesis. Belonging is the totality of solidarities in which a person grows their sense of commitment within the framework of the connections they build during socialization between themselves and the outside world. By showing the city, profession, and workplace affiliations, as well as the friends and family ties of the working youth, this study seeks to analyze the social belonging of the young people who will shape the business and professional world of the future. Thus, the purpose of this study is to shed light on young people's feeling of community. In the study, there were only 25 participants from different sectors with their "city, profession-workplace, friends and family" possessions among young people in Konya who were working in repair shops between the ages of 15 and 25 when they first entered the workforce. "Qualitative Research Method" was the method employed in this study. Face-to-face interviews were one of the interview methods utilized in the study to obtain information about the belonging status of the participants. Overall, they are pleased with this city. It is possible to state unequivocally that young people are content with their careers, and more crucially, with the ones they choose. They devote the most of their lives to maintaining and repairing autos. Because they have

less free time, they interact less with other surroundings and share less with their own age groups. Despite this, they still place a high importance on their friendships since they allow them to exchange a variety of things, borrow and give money, chat, and spend their free time together. Despite the fact that their professional lives did not permit them to spend a lot of time with their families, their attitudes toward them remained unchanged. Perhaps it can be claimed that their experiences at work and the difficulties they face here have helped them to solidify their value of family. The chance to assess the lives of young people who are constructing their own futures is made possible by the working youth's lower levels of education and their high degrees of belonging to family, friends, work, workplaces, and cities.

Keywords: Social Belonging, Working Youth, Working Life, Family, City.

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil-1: Genç Nüfusun Toplam Nüfus İçindeki Oranı, 1935-2080.....	24
Şekil-2: Mevsim etkisinden arındırılmamış temel işgücü göstergeleri, 15-24 yaş, (%), Ağustos 2019, Ağustos 2020	25
Şekil-3: İstatistiklerle Gençlik 2019	26



Giriş

Aidiyet, temelde bir duygu biçimidir ve aidiyet, bireyin ait olduğu toplumda kendi ve çevresi arasında kurduğu ilişki olarak tanımlanabilir. Aidiyet konusu, sosyal bilimlerin özellikle psikoloji, sosyal psikoloji ve sosyoloji alanlarıyla yakından ilgilidir. Her ne kadar aidiyet, kavram itibariyle bireysel bir olguya tekabül etse de, sosyal ilişkiler ve buna bağlı olarak birlikte yaşama, bireylerin toplum içinde birbirleriyle bağlılığın temel kaynaklarından biridir. Bu yüzden bütün toplumlarda, bireylerin temel ihtiyaçlarından biri olan aidiyet, sosyolojik incelemenin konularından biridir.

Toplumsal yaşamda bireyler, kendi iradeleriyle ya da kendi iradelerinin dışında herhangi bir toplulukla olan ilişki sürecinde, kendi iradesiyle uyuşan topluluklarla bir araya gelerek onlarla ortak bir kimlik altında toplanarak bir grup bilinci oluşturabilmektedirler. Bu bilinç, ortak inanç, ortak değer ve ortak güven duygusuyla güçlü bir aidiyeti ortaya çıkarır. Tek tek bireylerin oluşturdukları bu duygu, toplumsal aidiyetin oluşmasına yol açar. Toplumsal aidiyeti oluşturan bireyler, içinde bulundukları toplumun bir parçasını oluştururlar. Bu aynı zamanda bireylere topluluk ruhu ve dinamizmi kazandırır.

Bireylerin çeşitli topluluklarla olan ilişkileri, kendi değer sistemlerinde oluşturdukları aidiyetlere göre konumlanırlar. Aynı zamanda bireyler, karşı tarafın aidiyetlerine göre de kendilerini tanımlamış olurlar. Böylece toplumda ortak inanç, güven ve karşılıklı dayanışma ilişkileri şekillenmiş olur.

Aidiyet duygusu, diğer yandan gönüllülük temelinde yükselir ve doğrudan güven ihtiyacını karşılamaya yöneliktir. Böylece ait olma, toplulukla karşılıklı sorumluluk duygusunu harekete geçirir ve ona güven, dayanışma ve kimlik kazandırır. Bireyin kendini tanımlamasında sorduğu “ben kimim” sorusu (Türküm, Müslümanım, Esnafım vb.) kimliğini konumlandırma ihtiyacını gösterir. Ait olma hissi güden birey, “ben nereye aitim” sorusuyla da kimlik ve mekân aidiyet duygusunu ortaya koyamaya çalışır (Çakı, 2017, s.26).

Teorik olarak geleneksel toplumu oluşturan bireylerin kendi toplumlarına güçlü bir bağlılıkları ve aidiyetleri olduğu kabul edilir. Fakat modern toplumlarda tam tersine hızlı toplumsal değişimin etkisiyle bireylerin kendi toplumlarına karşı bu bağlılık düşük düzeydedir ve nesiller arası irtibatsızlık giderek yükselmektedir. Söz konusu zayıflayan toplumsal bağlılık, bireylerin toplumsal rollerini ve toplumsal aidiyetlerini belirsizleştirdiği gibi onları daha da karmaşık hale getirir. Dolayısıyla bireylerin toplumsal aidiyetlerinin düşük olması daha çok modern toplumlara özgü bir durumdur ve bu durum, hem birey hem de toplum için önemli bir riski oluşturur.

Diğer yandan bir toplumda var olan kültürel değerler toplumsal aidiyetin temelini oluşturan mekanizmalardır. Toplumların varlıklarını sürdürebilmeleri ve sahip olduğu değerleri yeni kuşaklara aktarabilmeleri, o toplumu oluşturan bireylerin toplumsal aidiyetleri kazanmaları, bunları benimsemeleri ve bunun sürdürülmeleri ile mümkün olabilmektedir. Diğer kültürel değerler olduğu gibi meslek normları da bu işlevi sağlamada önemli bir role sahiptir. Çünkü bu normlar bireyleri, hem toplumsal hem de mesleki normları ortak bir alanda toplamasını sağlar. Böylece bir alanda toplumun benimsediği meslek normları pekişmiş olur.

Her şeyden önce bireyin bir gruba ya da topluma aidiyet duyması, kendisini o topluluğun bir parçası olarak görmesini sağlar. Bireyin sahip olduğu aidiyeti ortaya çıkarmak, onu çeşitli boyutlarını ortaya koymak, bireyin toplumsal ilişkilerini çözümleme anlamında sosyolojik olarak oldukça önemlidir. Bu yüzden toplumda önemli bir kategoriyi oluşturan gençliğin toplumsal aidiyet analizi yapmak oldukça anlamlıdır.

Bu çalışmada, gençliğin özellikle de daha sınırlı düzeyde üzerine araştırmaların olduğu çalışan gençliğin aidiyet kalıplarını ortaya koymak hedeflenmiştir. Şüphesiz çalışan gençliğin aidiyetini çeşitli alanlar üzerinde gerçekleştirmek mümkündür. Biz bu çalışmada sanayide çalışan gençliğin toplumsal aidiyetlerini “şehir aidiyetleri”, “meslek ve mekân aidiyetleri”, “arkadaş aidiyetleri” ve “aile aidiyetleri” olmak üzere dört temel alanla sınırlandırarak ortaya koymaya çalıştık. Görece daha erken yaşlarda çalışmaya başlayan ve çocukluktan gençlik dönemine geçiş yaşlarını oluşturan bu dönemde çalışma yaşamları sanayide

geçen gençlerin bu dört aidiyet durumunu belirleyebilmek onların toplumsallaşma süreçlerini ve gelecek beklentilerini belirlemede oldukça anlamlı olacaktır.

Çalışma üç temel bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde, araştırmamıza temel oluşturacak bireysel ve toplumsal aidiyeti belirleyen kavramlardan hareketle kavramsal çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır. Aidiyet ve gençlik kavramını tanımlanmaya ve açıklanmaya çalışıldığı bu bölüm iki kısma ayrılmıştır. İlk kısım, bireysel ve toplumsal aidiyetin kavramsal olarak anlaşılması yönündeki literatürden oluşmaktadır. Bireyde oluşan aidiyet yoksunluğuna ve bireysel, grup ve toplumsal aidiyetlerin açıklandığı aidiyet çeşitlerine bu bölüm içerisinde değinilmiştir. İkinci kısımda ise toplumsal bir kategori olarak gençlik olgusuna değinilmiştir. Bu kısımda gençliğe ve gençliğin öneminden ve Türkiye’de genç nüfus dağılımı ve bazı göstergelerinden bahsedilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümü araştırmanın metodolojisine ayrılmıştır. Bu bölümde araştırmanın yöntemi, araştırmada kullanılan görüşme teknikleri ve örnekleme ortaya koyulmuştur. Hazırlanan sorular, Konya sanayisinde çalışan gençlere uygulanmıştır. Ayrıca burada sorulan soruların 25 kişinin istatistiki verilerinin analizlerine yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise, saha araştırmasında elde edilen verilerin analizlerine ve analizlerden ortaya çıkan bulgulara değinilmiştir. Burada sosyo-demografik özelliklere, şehre, meslek ve iş yeri, arkadaş ve aile aidiyetlerine yönelik çözümlemelerde bulunulmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. BİREYSEL VE TOPLUMSAL OLARAK AİT OLMAK VE AİDİYET

1.1. Bireysel ve Toplumsal Bir Kavram Olarak Aidiyet

Ait olma ve kendini ait hissetme duygusu, insanın dünyaya gelmesi ile başlayan, yaşam boyu devam eden, zaman içinde farklı biçim ve görünüm alabilen bir süreçtir. Arapça kökenli olan “aidiyet” kavramı ise sözlüklerde genellikle “ilişkin” ve “ilgi” olarak tanımlanmaya çalışılır (TDK, 2021). Görüldüğü gibi, bir duygu olarak aidiyet, insanın var oluşu ile ortaya çıkan ve insanın kendisi ile özdeşleşen ya da özdeşleştirilen bir durumdur.

İnsanoğlu dünyaya ilk adımını attığı andan itibaren bir ailenin, bir toplumun, bir ırkın, bir ulusun, bir dinin, vb. üyesi olarak dünyaya gelir. Birey henüz farkında değilken ona toplumsal olarak aidiyet ve aidiyetler yüklenir. Bu yükleme toplumsallaşma süreciyle gerçekleşir. Bireye ilk olarak ait olduğu kültürün ve değerlerin bir göstergesi olarak bir ad (isim) konur. İsimlerin kişilere ad olmanın ötesinde sosyal hayattaki ilişkiler, tarihsel gelişimi içerisinde gelenek, örf ve adetlerle olan bağlantılarını pekiştirir. İsim, kimlik oluşumun ve aidiyet bağının kurulmasında ilk adımdır ve sembolik fakat önemli bir değeri vardır. İsimler, bireysel kimliğin ve aile aidiyetinin yanı sıra sosyal ve yasal kimliklerin merkezinde de yer almaktadır.

Görüldüğü gibi aidiyet, bireyi kuşatan toplumsal çevre ile kurulan dolaylı ya da doğrudan ilişkilerde ortaya çıkar ve yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Her şeyden önce bireyin dünyaya geldiği toplumsal çevre, onun benliğinde bir aidiyet duygusu oluşturur ve bireyin yaşamı boyunca geliştirdiği toplumsal ilişkilerinin bir necisi olarak da zaman içinde inşa olur. Bu durumda aidiyetin doğumla başlayan ve bireyin bilinçsiz ve bilinçli tercihleriyle şekillenen, zaman içinde değişebilen bir süreç olduğu görülmektedir.

Psikolojik yaklaşımlarda insanoğlunun ihtiyaçlarının aidiyet duygusunun biçimlenmesinde önemli bir yere sahip olduğu kabul edilir. Nitekim insanı ihtiyaçlarını hiyerarşik bir yaklaşımla açıklayan Maslow ihtiyaçlar teorisinde, insanın önemli ihtiyaçlarından birisinde de aidiyet ve benlik duyma ihtiyacı olduğunu ifade eder. Bir alttaki ihtiyacın karşılanmasıyla bir üstteki ihtiyaçların ortaya çıktığını belirtir. Böylece Maslow, bireyin kabul edilme, değer görme ve kendini önemli hissetme duygusunun karşılanmasının ve tatmin edilmesinin önemini vurgular. Ona göre birey fizyolojik ihtiyaçları ve güvenlik ihtiyacı karşılandığında, kendi dışındakilerle yakın ilişkiler kurmak ve bir grup içinde olmak istemektedir. Dolayısıyla aidiyet bir gurubun parçası olma, grup içinde değer bulması (Kuşat, 2003, s.49) ve bir etkileşim süreci olarak değerlendirilebilir. İnsanın bir gruba kendini ait hissetmesi ve o grup içinde yer ve değer bulması, onun güven içinde hareket etme duygusunu da tatmin edebilmektedir. İnsanın doğuştan getirdiği sevmeye ve ait olma ihtiyacı bireyi çevresindeki kişilerle ilişki kurmaya itmektir. Böylece birey, yaşamı boyunca birlikte bulunduğu arkadaş çevresi, içinde doğup büyüdüğü aile üyeleri ve diğer kişilerle kalıcı ve sürekli ilişki içinde olma isteği ile yaşar (Glasser, 1999, s.38). Fizyolojik ve sosyal bir ihtiyacı olarak bu ilişki sürecini birey yaşamı boyunca sürdürür. Bunun gerçekleştirilememesi ise bireyi yalnızlığa iter ve toplumsal bağını kopartır.

Baumeister ve Leary, aidiyeti temel bir insan güdüsü olarak kabul ederler ve kişilerin ilişkilerinin oluşturulmasında, sürdürülmesinde ve geliştirilmesinde işlevsel bir fonksiyon icra ettiklerini ve aidiyeti evrensel bir talep olarak değerlendirmektedirler. İnsanların temel olarak sürekli, pozitif ve kişilerarası ilişkilerin sınırlı düzeyde de olsa oluşturmak ve devam ettirmek için yaygın bir dürtüye sahip olduğunu belirtirler. Bu dürtüyü doyumak ise, başkaları ile sürekli ve tatmin edici ilişkilere mümkün olabilmektedir. Diğer yandan aidiyetin alt boyutlarında da “kimlik” ve “bağlılığın” önemli temel iki unsur olduğunu ve kimlik ve bağlılığın unsurlarını da dört ana kategoride ele alıp değerlendirirler. Bu kategoriler;

Alan ve Mekânsal Kimlik; Fonksiyonları, tanımlama, gereksinme, anlamlandırma ve değişimdir. Zaman içinde yaşanan sürece bağlı olarak daha yüksek aidiyete neden olabilmektedir.

Alan ve Mekânsal Bağlılık; Bu bağlılık, daha çok bir alana veya mekâna verilen önem ve özel değerle ilgilidir. Bu bağlılık zaman içinde yaşanan sürece bağlı olarak zamanla artar. Deneyimler etkin rol oynar.

Duygusal Bağlılık; Duygusal bağlılık kişinin zaman içinde geliştirdiği ya da zamanla oluşan hislerdir.

Sosyal Bağlılık; Herhangi bir mekân ve ortamda çeşitli ilişki ve karşılıklı etkileşim sonucunda gelişen karşılıklı bağlılıktır (Baumeister& Leary, 1995: 497-503). Aidiyet, duygusal ve mekânsal anlamda kişinin neye, kime, nereye ait olduğunu konumlandırırken kişilerde bağlılık duygusunu oluşturur ve bu duygunun pekişmesine yol açar.

Yukarıda da belirttiğimiz gibi, kişinin yaşama adımını attığı ilk günden itibaren, bir aileye ve bir topluluğa mensubiyeti başlamakta ve böylelikle zamanla pekişen aidiyet ilerleyen süreçlerde hem bir zorunluluk hem de bir tercih olarak nitelendirilebilecek konuma gelmektedir. Fakat aidiyet, bireysel olarak ele alındığında farklı deneyim, kültür, inanç, bakış açısı, mekân, nesne gibi unsurlardan oluştuğu için de kavrama ilişkin ortak bir tanımlama ya da genelleme yapılması da pek mümkün görünmemektedir (Sözer, 2019, s.421). Fakat aidiyet, asıl olarak ilişkilendirme ile anlamlandırılabilen bir kavram özelliğine sahiptir. Bu ilişkilendirme bir nesneye, insana, topluluğa, etnik gruba ya da sosyal bir kategoriye olabilmektedir.

Sosyal psikoloji teorisi olan “Sosyal Kimlik Teorisi”, iç grup dinamiklerinin grup olgusu analizinde, grupların aralarında kurduğu ilişkilere ve kolektif benliğe açıklamalar getirir. İlk defa 1970’li yıllarda ortaya Tajfel ve Turner tarafından atılan bu kavram gruba dayalı ve gruplar arası davranışlar sonucunda ortaya çıkar (Işııkay, 2017, s.3). Sosyal kimlik, bireyin tek olarak değil daha çok belirli bir sosyal grupların üyeliğinde hareket ettiklerini savunur. Dolayısıyla toplumsal yapı

içerisinde bireyin kendisinin ve diğer bireylerin oluşturduğu konumları tanımlamaya çalışır (Baykal, 2018, s.164-165).

Sosyal kimlik teorisinin temel varsayımları şu şekilde sıralanabilir:

1. Üyesi oldukları sosyal grubu dikkate alarak bireyler kendilerini tanımlar, değerlendirir ve sınıflandırır. Böylece kendilerini atfettikleri grupla özdeşirirler. Bu özdeşirme sonucunda *sosyal kimliklerini* oluştururlar.
2. Bireyin içerisinde bulunduğu grubun diğer sosyal gruplarla değerlendirmesi için bir temel oluşturur. Bireyin kendi grubu ve diğer gruplar arası *sosyal karşılaştırma* (iç grup / dış grup karşılaştırması) sonucu belirli davranışlar ve niteliklere yüklenen değerlerle belirlenir.
3. Bireyler, sosyal kimlik saygıları yükseltmek için karşılaştırma yaparlar ve kendi gruplarını kayırır ve diğer grubu küçümseyerek *grup kayırmacılığı* yapar.
4. Bireyin sosyal kimliğinin olumlu olup olmaması üyeliğinin bulunduğu grubun konumuna ve yapısına bağlıdır.

Bahsedilen bu süreçler toplumsal yapı içerisinde bireyin sosyal kimliğinin olumlu olmasını sağlar (Demirtaş, 2003, s.130). Tüm bu süreçler sonucunda He, Li, ve Harris'e göre, "Sosyal kimlik teorisi, insanların kişisel kimliklerinin ötesine geçerek kendi benliklerini ifade etme ve oluşturma konusunda sosyal kimlikler geliştirmesini veya istemesini sağlar." (aktaran: Işıkkay, 2017, s.5).

Psikolojiye göre temel bir fizyolojik gereksinim olan aidiyet aynı zamanda toplumdaki insanların karşılıklı ilişkilerinin temel bileşenlerinden biri olarak görülmektedir. Bireyler fizyolojik ihtiyaçlarını karşıladıklarında ve kendilerini güvende hissettiklerinde, "aidiyet", "şefkat" ve "sevgi" gereksinimi birbirini tamamlayan bir bütün olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle aidiyet duygusu bireyin temel gereksinimlerinin devamında ortaya çıkan ve temel gereksinimlerden birisi olarak kabul edilebilmektedir (Duru, 2015, s.38).

Aidiyet, toplumda bireyin kendini nasıl anlamlandırdığına bağlı olarak insana, topluma, mekâna, kültüre, siyasete, dine, sosyal sınıflara, etnik kökene kadar

inşa edilebilen bir süreçtir. Bu kapsamda aidiyet bireylere kimi zaman benzer birliktelikler altında toplanmayı sağlarken, kimi zamanda kişiyi “öteki”nden ayırmaktadır. Dolayısıyla aidiyet kişinin “kim olduğu” kadar “kim olmadığı”nı da belirleyen bir süreçtir (Sözer, 2019, s.420).

Bütün bunları dikkate aldığımızda “aidiyet” kavramıyla ilgili literatürde farklı tanımlara rastlanır; Aidiyet, duygusal açıdan mecbur olma durumu ya da sorumlu olmaya başlamadır. Bir diğer tanımlama ise bireylerin yaptıkları işle sahip oldukları değerlerin özdeşleşmesi ve bundan duydukları hazla ilgili bir kavram olarak bahsedilebilir. Fakat bireyin aidiyet duygusunu en iyi şu şekilde açıklanmakta; bireyin kendisini bir sistemin ya da çevrenin ayrılmaz bir parçası olarak görmesini sağlayan deneyimlerinin tümü; bireyin kendini, içinde bulunduğu çevrenin anlamlı, değerli ve önemli bir parçası olarak algılaması şeklinde kavramlaştırılması olarak tanımlanmaya çalışılmaktadırlar (Demir, 2019, s.7-8).

Görüldüğü gibi aidiyet, kişinin yaşam boyu bir şeyleri hayatının bir parçası haline getirmesi ya da bazı şeyleri yaşamından çıkarması ve içinde yaşadığı toplumsal çevrenin unsurlarını benimseyip onlarla bütünleşme süreci olarak değerlendirilebilir. Bu süreç çevresiyle geliştirdiği doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkiler sonucunda ortaya çıkar ve kişinin yaşamında somut olarak ifade edebileceğimiz çeşitli duygu ve davranış örneklerini ortaya çıkarır.

Aidiyet toplumsal olarak işlev görür ve bireyi içinde bulunduğu gruba katılmaya yönlendirir. Böylece bireyi bir gruba ait olma, birbirleri için önemli olma, ortak ve paylaşılmış bir amaç ve birlikteliğin getirdiği gereksinimlerin karşılanması gibi durumlarda önemli işlevler görmektedir (Duru, 2007, s.88). Bu durum aileden başlayarak küçük gruplarla devam eden ve toplumsal düzeyde çeşitli görünümelerde yaşam boyu kendini hissettiren bir süreçtir.

Bireyler ait olmak ya da üyesi olmak istedikleri gruplara toplumsal kimlikleri ile katılırlar. Kimlik ise, insanın kendini ifade ve temsil etme biçimidir. Bireyin kendisindeki kimlik inşasının farkına varması bir süreci içerir ve yaşam boyu devam eden ve sürekli olarak gelişim gösteren bir durum olarak kendini gösterir. Birey

yaşam boyunca etkin, güçlü ve fark edilebilen bir bütünün parçası olmak ister fakat bu bütün içinde yok olup kaybolmak ve bireyselliğini ifade etme imkânlarından da mahrum kalmak istemez. Böylece birey kendinden daha güçlü bir bütüne ait olduğunu düşünerek güvenlik duygusunu da tatmin etmeye çalışır. İşte aidiyet duygusu bireylerde sosyalleşme sürecinde güçlü hatta baskın ihtiyaçlarından biri olarak belirir.

Kişiliği oluşturma sürecinde olan ve henüz birey olarak kendini ortaya koyamamış, yeterli deneyime sahip olmayan, değerlerini henüz netleşip pekişmemiş gençler daha fazla aidiyet ihtiyacı hissetmeleri mümkündür. Diğer yandan gençlerin aileden bağımsızlaşma isteği ve birey olarak kendini kabul ettirme arayışı, aidiyet kuracağı farklı gruplara katılma isteğini arttırabilir (Kadıoğlu, 2013, s.107). Aidiyet sürecinde birey aile, arkadaş, çevre vb. gibi zorlayıcılar ile çeşitli teşvik edici ve özendiricilerle muhatap olabilmektedir. Bu zorlayıcı ve özendirici faktörler yaş gruplarına ya da kişinin içinde bulunduğu sosyo-kültürel ve ekonomik ortama göre değişiklik gösterebilmektedir. Bilindiği gibi, çocukluk ve gençlik dönemlerinde aile zorlayıcı ya da özendirici etkiye daha çok sahip olurken, ilerleyen yaşlarda ailenin bu etkisi azalır ve diğer toplumsal çevre unsurları daha fazla etkili olmaya başladığı görülebilir.

Kişinin kimliği, gruba, topluluğa, dine, millete vb. aidiyet bağı ile bağlanması ve sürmesi şüphesiz bir toplumsallaşma sürecidir. Böylece birey toplumun diğer üyeleri ile kısa ve uzun süreli ilişkiler geliştirerek toplumda kendine yer bulur. Çünkü toplum, bireyleri toplumsal yaşamın hemen her alanında neleri yapıp yapmaması konusunda ya da ne zaman nasıl yapılacağı konusunda sınırlandırır. Böylece toplumsallaşma süreci sayesinde toplumun isteklerini bilen ve ona göre eylemlerde bulunan bireyler ortaya çıkar.

Ait olma isteği bireyde bir ihtiyaç olarak belirir ve kendini bir gruba katılmaya yönlendirir. Böylece aidiyet duyma, bireyi biri ya da birileri için önemli olma, bir gruba kendini ait hissetme, ortak paylaşılmış amaçlara sahip olma ve bunun getirdiği ihtiyaçları karşılama vb. fonksiyonları icra etmiş olmaktadır.

Sosyoloji, bireyin ve içerisinde bulunduğu toplumsal dayanışmayı araştırma yönüne sahiptir. Bireyin dünyaya gelişle başlayan ve hayatı boyunca devam eden bu ilişkiyi birtakım faktörleri sosyolojik bakış açısıyla inceler. Bu faktörlerden biri olan aidiyet kavramı, bireyin benliği ve ihtiyacında ortaya çıkan duygu olmasının yanında, bireyin kimlik inşası sürecinde de bir bilinç durumunu ifade eder. İster kendi irade isteğiyle veya irade dışında herhangi bir sosyal ortama, gruba ya da topluluğa olan ilişkisiyle bireyler, kendi iradesine yakın toplumlarla ortak kimlik altında bir araya getirmekte ve bu ortak grup bilincine sahip olmaktadır. Bir bütünü oluşturan bu parçalar kendilerini bu durumun farkında olarak ortak bir bilinç oluşturarak, ortak inanç, güven ve dayanışma içerisinde güçlü bir aidiyet duygusu atfetmeleri kaçınılmazdır.

Toplumsal aidiyete sahip bireyin kendisini toplum bütününe bir parçası olduğunu hisseder. Birey ve toplum arasında kabullenme, benimseme ya da ihtiyacı olarak toplumsal aidiyeti çözümlemek, bireyler toplum içerisindeki birlikteliğini anlamayı kolaylaştıran topluluk duygusudur. Ait olma duygusunu geliştirme bireyin yaşam boyunca farklı gruplarla iletişime geçerek grubun bir parçası olmayı veya olmamayı sağlayan bir süreçtir (Turgut ve Özgür, 2018, s.159). Burada aidiyetin kendi çevresine göre güncelleyebilme imkânı olduğundan bahsetmekte mümkündür.

Bireylerin ilk tanışmalarında sorduğu temel sorular karşı tarafın kendi kafasında oluşturduğu genel kategorilerin sonucunda kişinin aidiyetinin neler olduğunu anlama isteğidir. Dolayısıyla bireyler toplumsal değerlerine göre yeni tanıştıkları kişileri kendi aidiyetine göre konumlandırmak ister. Aynı zamanda karşı tarafın aidiyetini tanımlayarak toplumsal bilinç içerisinde ortak inanç, güven ve dayanışma ilişkisini şekillendirirler.

Aidiyet duygusu, gönüllülük temelinde yükselen güven ihtiyacını karşılamaya yönelik bir güç beraberliğinde, ait olan ve ait olunan arasındaki karşılıklı sorumluluk almayı harekete geçiren bir duygudur. Aynı zamanda bu duygu bireyin toplumsallaşmasını sağlayan, ona inanç, güven, dayanışma ve kimlik kazandıran bir duygudur.

1.1.1.Kimlik İnşası ve Kültürel Aidiyet

Birey bir kültür içerisinde kendi dünyasını tanımaya ve şekillendirmeye başlar. Kimlik inşası içerisinde olan bir birey kültür etkisinde kalır. Bu etki bireyin toplumsallaşma sürecindeki en önemli etken olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü birey var olduğu toplumun kendisiyle hem hal içerisinde hayata başlar. Bu noktada kültür aidiyeti kişinin kendisi dışındaki ve hiçbir eylem gerektirmeden maruz kaldığı bir süreçtir (Karaca, 2006, s.112). Bireyin toplumsallaşması kimlik kazanımını ifade eder. Dolayısıyla birden fazla kimlik kazanımı yaşayabilir. Bu nedenle, kültür, dil, gelenek ve görenekler ve cinsiyet gibi alanlar toplumsallaşmada başka kimlik kazanımlarını sağlayabilir.

Kimlik, basit bir kolektif yapı içerisinde bireyin yaşama katılımıyla şekillenir ve konumlanır. Kimlik, hayal kurmayı, bireyin kendini tasavvur etmeyi, yaşamda ilişki kurma ve tanımayı gibi hayattaki duruş yerlerini oluşturan niteliklerin toplamını sunmaktadır (Bostancı, 1998, s.40). Birey kendini tek görerek belirli sosyal, kültürel ve etnik kurumlara olan aidiyet bilincini toplumsal kimlik hissiyatıyla ortaya koymaktadır. Bu durum “Öteki” ile toplumsal bir etkileşime girmedir. Dolayısıyla etkileşime girdiği ötekiyle “ben” kimliğini oluşturmaktadır (Çağırkan, 2018, s.383). Açıkça söylemek mümkündür ki aidiyet ihtiyacı temel ve yaygın olarak bireyin varoluşunun kendisidir.

Bireyin davranışları, söyledikleri ve tavırları kimliğini açık eder. Birey haliyle davranışlarıyla aslında bir kimlik aidiyetini gösterir. Çünkü kimlik bireyin kendisinde belli olur (Güven, 2022, s.42). Kimlik kavramı çok farklı şekillerde açıklanabilmektedir. Kimlik kavramını tanımlarken “kendi” ve “öteki” arasında gerçekleşen etkileşimle birlikte “öteki”yle benzerlikleri ve farklılıkların belirginleşmesiyle oluştuğu söylenebilir. Dolayısıyla bireylerin “kim/kimlerden” oldukları sorusuna verdikleri cevaplarla ve “öteki”nin ona verdiği cevapla ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Yani kimlik iki taraflı bir tanımlamadır (Göçmez, 2022, s.91).

Sosyal alanlarda her geçen gün ilgisini arttıran kültürel aidiyet, küreselleşme ve sosyalleşmenin hız kazanmasında önemi arttırmıştır. Bunun üzerine teknolojinin kullanımının her alana dâhil olması da bu durumu çok daha hızlandırmış ve kültür ve aidiyet kavramı daha anlaşılmalıya ihtiyaç duyulmuştur. Bireyler toplumsallaşma sürecinde oluşturdukları ilişkileri ortak değerler çerçevesinde şekillendirir. Yani ortak değerler üzerindeki farklı kimlikteki kişileri birleştiren onların kendi aralarında oluşturdukları kültürel değerlerin varlığındandır. Dolayısıyla bireyler ortak kültürel değerler çevresinde her ne kadar farklı kimliklere sahip olsalar da onları birleştiren ve bir araya getiren güçtür (Koca, 2021, s.62).

Tarihsel olarak bakıldığında kültür, insanların öğrenip nesilden nesile aktardıkları davranışları, gelenek ve göreneklerin bir bütünüdür. Tutumlar, kalıplar ve yaşam biçimleridir. Burada temel nokta insanın kendisidir. İnsanla ortaya çıkar, insanla aktarımı gerçekleşir ve farklı insan faktörleriyle değişir ve şekillenir. Bu da farklı kültürlerin farklı kültürlerle etkileşimleri sonucu yeni olguları mümkün kılar (Çöl, 1998, s.25).

Aidiyetsizlik bireyi bir boşlukta olmasına neden olur. Kendini bağlayabileceği ve tutunabileceği bir yere ihtiyaç duyar. Bu boşluğa maruz kalmadan birey toplumun ve kültürün içine doğmuş olur. Bir millete, dine, kültürel değerler içerisinde kendini bulur. Dolayısıyla bir değerler bütünü içerisinde toplumsal bir kimlik atfıyla yaşamaya başlar (Özgüleş, 2018, s.31).

Bireyin tutumları, kalıpları ve yaşam biçimi resmi veya resmi olmayan katılımdan kimlik ortaya koyar. Böylelikle bilgi birikimini ve değişen tercihlerini bu temel üzerine inşa eder. Toplum asla kültürsüz var olamaz. Kültür bireyin kimliğini inşa eder. Toplumlar kültürlerini üretip ve geliştirmeye devam ettirdikleri sürece kendilerini kimlik atfedebilirler. Toplumsal yapılar kültürel değerlerini oluşturamadıkları sürece bireylere etki edemez ve diğer toplumların kültürleri tarafından etkiye maruz kalırlar. Birey kültürle kendini büyütür ve geliştirir ve kendine kimlik atfeder. Birey toplumun değerlerini özümser ve kendinde bir aidiyet benimser. Eğer bir müdahale olmadığı sürece birey toplumsallaşmasını yaşamın en başında etkileşim içerisine girdiği sosyo-kültürel değerler çerçevesinde ailesiyle

başlatır. Kültür içerisinde üstleneceği rolü de ailesiyle öğrenir. Çocukluk aşamasını tamamlayan birey artık diğer çevreyle hem halini arttırır ve diğer kurumlar tarafından kültürel kimliğini inşa eder. Dolayısıyla aynı kültür ve çevrede yetişmiş kişilerde aynı değer yapılarını görmek mümkündür (Koca, 2021, s.31). Birey dışarıdan etkilenirken kendisi de çevresine şekil verir ve ait olma hissini yaşar.

1.1.2.Kent ve Mekân Aidiyeti

Bir kente ve mekâna aidiyeti tanımlamak için öncelikle o şehri çok iyi tanıyor olmak gerekir. Birey, mekâna aitlik hissedecekse o mekâna karşı bağlılık ve bağımlılık duygusunu oluşturması gerekmektedir. Birey aidiyet ilişkisi bazı alt başlıklarda toplanabilecek kavramlarla bu ilişki çok daha net açıklanabilmektedir. Bu kavramlar mekan ruhu, bağlılığı ve kimliği olarak oluşmaktadır. Tüm bu kavramların bireyde anlamlandırılabilmesi için ilk önce mekana veya kente karşı duygusal, davranışsal ve bilişsel olarak bir iletişim içerisine girmesi gerekir. Mekan ruhu (Spirit of place) birey zihninde organize olan duyguların ve eylemlerin hepsini ifade eder. Bu yüzden bir mekanın ruhunu kentsel kimliğin varlığının içerisinde korunacak değerlerin tamamını temsil eder. Mekan bağıllık (place dependence) ise, genel anlamda yaşam fonksiyonunu ve çalışma fonksiyonu ile ilişkilendirilmiştir. Bu durumda mekan tercihlerini belirleyen önemli bir dürtüdür. Diğer bir kavram olan mekan bağıllığı (place attachment), sosyal ilişkiler çervesinde zamanla içerisinde oluşan bir bileşendir. Anlamlandırılan paylaşımlar ve sosyal aidiyetin yanında “mekan” ve “kent”te yaşamının uzunluğu da bu aidiyeti belirlemektedir (Şentürk ve Gülersoy, 2019, s. 146-147).

Birey oluşturduğu bağıllık duygusuyla temel ihtiyacı olan aidiyet hissini oluşturur (Aydemir, 211, s.90). Mekân, bireyin konumlandırmasına ve statüsüne bağlı olarak toplumsal olaylar ve insani haller açısından sosyolojinin bir konusu olduğu ve sosyolojik bir bakışın süzgecinden geçmesi aşikârdır. Kendini ifade eden bireyin referanslarından biri mekânlardır (Alver, 2007, s.18). Bu durum kimliğin inşasında kültürel değerlerin mekânlara ve kentlere atfettiği sosyal ilişkilerin çözümlemesini bizlere sunabilir.

Birey, fitri bir tutum içinde yaşadığı yere aidiyet duygusu geliştirir. Ökten (2023): “Şehirlerin tarihi birikimleri, doğal güzellikleri, kültürel derinliği, sunduğu çeşitlilik ve nimetlerin çokluğu hepsinden öte içinde yaşayanların yüzyıllarca aynı havayı solumalarından oluşan hissiyat aidiyet bağını güçlendiren unsurlardır.” Dolayısıyla birey çevresiyle girdiği etkileşimi sadece o anlık bir duyguyla ait olmamakta. Tarihsellik içerisinde zaman bağlamında bir değerler bütünü olarak bireyde kendini ortaya çıkarmaktadır. Kültürel değerlerin nesiller boyu aktarımı mekân-kent bağlamında güçlü aidiyet duygusunun yaşanmasını sağlamaktadır. Toplumlar büyür ve gelişirler, kentlerde büyür ve gelişirler bu nokta tüm bu olgunun yaşanmasında birey başrolü çeker. Dolayısıyla bireyle toplumsal aktarım ve kent-mekân aktarımı gerçekleşir. Geçmiş dönemlerde mekâna atfedilen aidiyet duygusu gündelik yaşam ritüellerinin uzam-zaman bağlamında modern dönem mekânlarına göre daha gelişmiş olduğu genel bir kanaattir (Çakı, 2017, s.26).

Kentsel mekânlar zamanlar boyunca karmaşık deneyimlerle ortaya çıkmıştır. Kent aidiyetini bireyler sosyal ilişkilerle bireysel deneyim kazanımlarından mümkün kılarak genel semboller bütünü oluşturur. Bu durum birey, grup ve toplum olarak alt kültürler düzeyinde süreklilik sağlar. Aynı bireyin kimlik inşası sürecinde “ben ve öteki” ayrımında olduğu gibi, kentsel aidiyette de “burası ve orası” ayrımı inşa edilir (Göregenli vd. 2014, s. 76).

Bireylerde farklılık gösteren aidiyet mekâna-kente yüklediği anlamlara göre bir olgu olarak incelemek mümkündür. Bu olgunun kimlik ve kültürel değerlerde kişisel özellikleri etkilediği bir gerçektir. Evrenin ilk yaratışından bu zamana kadar insan hep var olmuştur ve olmaya devam etmektedir. Haliyle “ben nereye aitim” duygusu mekân ilişkisinde memnuniyetini ölçülebilir kılar (Aygenç, 2020, s.31).

1.1.3.Mesleki Aidiyet

Mesleki aidiyet kavramını ilk olarak bizlere sunan kişi 1971 yılında Greenhaus’tur. Ona göre bireyin yaptığı işe karşı yaşamın önemli bir yere koyması olarak açıklar. Daha sonraları bu aidiyet konusu üzerine araştırmalar yaparak aidiyet kavramını psikolojik boyutlarını açıklamayan mesleki bağlılık, kurumsal bağlılık,

örgütsel bağlılık ve işe olan bağlılık gibi kavramlar üzerinde durmuşlardır. Haliyle bu kavramların daha iyi açıklanması mesleki aidiyet kavramını anlamaktan geçmektedir. (Aktaran: Başkaya, 2018, s.22).

Mesleki aidiyet: bireyin mesleğiyle örgütsel yapı içerisinde gösterdiği tutum ve davranışlar sonucu ortaya çıkardığı duyguların bütünüdür. Bu anlamda bireyin mesleğiyle arasında kurduğu duygusal bir bağ olduğu söylenebilir (Şenel, 2021, s.9).

Yöneticilerin çalışanları üzerindeki tutumu ve davranışları iş hayatına dönük iletişim düzeyleri, yapılan işe dönük toplumsal ve ekonomik beklentilerin karşılanması, işi gerçekleştirdiği mekânın potansiyeli gibi bir çok konuda ilişkilendirilebilir. Çalışanların kurumuna karşı gösterdiği olumlu yaklaşımlar iş örgütünü ve kurumuna karşı aidiyeti güçlendirir. Çünkü çalışanların aidiyet duygularının beslenmesi ve motivasyonunu yükseltmesi işe ve iş yerine olan aidiyetinde artmasını sağlamaktadır (Keskin ve Pakdemirli, 2016, s.2581). Bu yüzden açıkça söylemek mümkün ki aidiyet, “çalışanların iş yaşamına yönelik tutum ve davranışlarını belirleyen ve iş performansını olumlu yönde etkileyen önemli bir unsur konumundadır” (Keskin ve Pakdemirli, 2016, s.1281).

Aidiyetin bir çeşitti olan mesleki aidiyet bireylerin günlük hayatta yapacakları aktivite, eylemlerini ve yaşam kaliteleri de doğrudan etkilemekte ve şekillendirmektedir. Çünkü insanın hayatı sadece işle hem hal olmasıyla geçmez, gündelik yaşamında yapacağı herhangi bir eylem iş hayatındaki performansı ve başarı düzeyini mesleki aidiyetine bağlılığıyla alakalıdır. Eğer birey mesleğini kendinden uzak hissederse yaptığı işte de hatalar yapmasına neden olabilir. Bireyin aidiyeti ne kadar yüksek olursa işinde gösterdiği verimde aynı oranda artacaktır (Baskaya, 2018, s.23).

Mesleki aidiyeti farklı nedenlerin etkilediği söylenebilir. Bireyin örgüte, mesleğe, işe, patrona ve kariyer planlarına göre aidiyet duygusunda yaptığı işe göre farklılık görülebilir. Burada bahsedilmek istenen, bireyin içerisinde bulunduğu gruba olan bağlılığı, yaptığı işteki memnuniyeti, patronun ona olan iletişimi ve kişinin kariyeri çerçevesinde istediği yerde olmamasından kaynaklı ait olma hissiyatını

benimsemeyebilir. Dolayısıyla birey mesleğini icra ettiği örgütte tam manasıyla bir etki sağlayamaz ve duygusal çöküntü yaşar (Yeşilçelebi, 2014, s.4). Birey bazen zorunluluklardan dolayı bir olayın içerisinde kendini bulur. Bu zorunluklar geçim sıkıntısı, aile baskısı vs. birçok konu olabilir. Haliyle bireydeki bu zorunluluk aidiyet duygusunda bağlılığını azaltır ve hiçbir zaman istenilen etki ve motiveyi gösteremez.

Meslek, insanın geçimini temin etmek için çalıştığı, bir emek ortaya koyduğu ve bu emeğin sonuçlarını hem bir gelir hem de bir eser (meta yada hizmet) olarak gördüğü bir eylem birikimidir. Mesleğe aidiyet kişinin kendini gerçekleştirdiği bir var olma biçimi olarak da görülebilir.

1.2.Aidiyet Yoksunluğu

Bir toplumda toplumsal aidiyetin oluşmasında bireylerin ve o toplumun birbirlerine karşılıklı görev ve sorumlulukları vardır. Bu görev ve sorumlulukların başında her şeyden önce toplumun bireyi üyesi olarak kabul etmesi, bireyin ise topluma karşı aidiyet hissetmesidir. Toplumsal aidiyetin kalıcı ve güçlü olması da her iki tarafın birbirlerine karşı sorumluluklarını yerine getirmesi ile mümkün olabilecektir. Burada bireye düşen, toplumsal ilişki ve kuralların bilincinde olup onlara uyması, toplumuna güven duyup kendini aidiyet bağı ile bağlanması, toplumunda bu duyguyu geliştirecek işlevleri yerine getirmesi gerekmektedir. Birey toplum arasındaki bu ilişki süreci toplum açısından da çok önemlidir. Toplumu oluşturan bireylerin toplumsal aidiyetlerinin zayıflaması ya da yok olması toplumsal çözülmeyle beraberinde getirebilmektedir.

Toplumsal çözülme, toplumdaki bireylerin toplumsal hayatlarında karşılaştıkları problem ya da anlaşmazlıklardan ortaya çıkmaktadır. Toplumsal çözülmenin bir toplumda oluşması toplumu oluşturan bireylerin toplumsal norm, kural ve değerlere uymaması sonucunda ortaya çıkar ve toplumsal yaşamda ciddi sorunları meydana getirir hatta toplumsal yaşamı olanaksızlaştırır. Toplumsal çözülme ile toplumsal yaşamın tamamında ya da bir kısmında eşgüdüm ve uyum eksikliği ortaya çıkar. Toplumsal fonksiyonların yerine gelmesinde uyumsuzluk ve hedeflere ulaşmada problemler yaşanır, mevcut kurallar toplumsal bütünlüğü sağlamadaki

etkisini kaybeder ve toplumsal dayanışmayı sağlayan güçler zayıflar. (Tezcan, 1995, s.219). Her ne kadar ilgili literatürde bir toplumdaki toplumsal çözülmeyi etkileyen birçok unsurdan söz edilse de bireylerin toplumsal aidiyetinin zayıflaması ya da yok olması bu çözülmenin en önemli nedenlerinden biridir.

Geleneksel toplumlar, bünyesinde bulundurdıkları kişilere güven içerisinde bir mekân, kimlik inşasını geliştirebilecekleri sağlam aidiyet dayanışmasıyla grup olma imkanı vermekteydiler (Alptekin, 2011, s.88). Buna karşın modern toplumlar üyelerine, toplumun bir üyesi olma ve güçlü bir aidiyeti duygusunu sağlama imkânlarını sunamamaktadırlar. Çünkü modern toplumlarında birey, çok sayıda kurum arasında yaşamakta ve bu kurumlar bireylerden kendi değer yargıları ve normlarına göre davranmasını beklemektedirler. Sonuçta birey çoğulcu kimlik ve kişilikler geliştirebilmektedir (Zijdeveld, 2001, s.120). Bu durum, bireyin kişilik ve sosyal rolleri arasındaki mesafenin artmasına yol açarken kişilerde yabancılaşmayı ortaya çıkarmaktadır. (Alptekin, 2011, s.89). Bireyler toplumsallaşma içerisinde daha basit ilişkilerle daha aidiyet duygusu oluşturmaları mümkündür. Buna karşın çoklu ilişkiler zincirinde birey toplum içerisinde ait olma duygusunu benimseme ve geliştirme işlemlerinde zorluk yaşayabilmektedir. Dolayısıyla basit iletişim bireylerde daha hızlı aidiyet duygusunu kazandırdığını söylemek mümkündür.

Yabancılaşma kavramının ilgili alana bağlı olarak çok çeşitli tanımları ile karşılaşılmaktadır. Psikiyatride “şizofreni, psikoz gibi ruh hastalıklarında, kişiliksizleşme, normsuzluk, yalnızlık, güçsüzlük, rol karışıklığı, umutsuzluk olarak ifade edilmektedir. Psikolojide, insan doğasının belli yönlerinin bastırılması olarak geçmektedir. Bireyin toplumsal rollerinin anlamını yitirmesiyle ortaya çıkan ‘toplumsal belirsizlik durumu’ söylerken, sosyolojide, bireylerin birbirlerinden ya da belirli bir süreç veya ortamdan uzaklaşmaları olarak tanımlar. Dolayısıyla bireyin kendi etkinliğinin ürünlerine, üretken etkinliğin kendisine, içinde yaşadığı doğaya, kendine, kendi doğasına, insanlığa ve öteki insanlara yabancılaştıran eylem olarak tanımlanmaktadır (Şimşek ve Akdemir, 2012, s.2).

Toplumsal birlikteliği ve dayanışmayı riske eden önemli sebeplerden biri olan yabancılaşmada, bireylerin değer ve normlardan kopması, toplumdan dışlanması

anlamına gelmektedir. Toplumsal dışlanma toplumsal aidiyeti zedeleyen bir durumdur ve bireyin toplumla birleşmesini ve bireyin geleceğini şekillendirme fırsatlara ulaşımını sağlayan temel ihtiyaçlardan yoksun kalmasına, bireyin toplumla olan bağlarının kopmasına, sivil, siyasal, ekonomik ve sosyal yurttaşlık haklarından mahrum kalmasına neden olabilmektedir. (Sapançalı, 2005, s.29). Ek olarak söylemek gerekirse, yabancılaşıma bireyin toplumsallaşma içerisinde kendine bağlayıcı bir iletişim kuramayıp, çevresinden ve etrafından bulunan gruplarda kendine yer bulamaması olarak ifade edilebilir.

İnsanın önemli bir gereksinimi kabul edilebilecek aidiyet eksikliği de çeşitli yoksunluklara olabilmekte ve çeşitli psikolojik sorunlara yol açabilmektedir. Genellikle kişilerde görülen kaygı bozukluğu, depresyon, yalnızlık, diğer insanlarla yaşadıkları ilişki ve duygusal sorunlar bireylerin aidiyet ihtiyaçlarını doyuramamasından kaynaklanmaktadır (Ersanlı ve Koçyiğit, 2013, s.754). Ait olma duygusunun doyurulması bireyin ruh sağlığı ve toplumsal uyumu açısından önemli bir hissi ihtiyaç olduğunu söylemek mümkündür.

Toplum ve birey arasında kurulan aitlik her iki tarafın sorumlulukları ile mümkün olabilmektedir. Toplum bireyi kendine üye olarak kabul etme yükümlülüğüne sahipken, bireylerde içinde yaşadığı topluma aidiyet geliştirme sorumluluğuna sahip olmak zorundadırlar. Toplumun güçlü temellere sahip olabilmesi iki tarafın da bu bilinçte olması ve bunu pratiğe yansıtması ile mümkün olabilecektir. Bu sürecin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmemesi durumunda ise toplumun bir kaos içine sürüklenmesi muhtemeldir (Alptekin,2011, s.55-56). Birey ve toplum arasında yaşanabilecek aitliğin gerçekleşmemesi, toplumsal bütünleşmeyi tehlikeye sokarken toplumsal çözölmeyi oluşturabilecek ve toplumu bir kaos içine sokabilecektir. Nitekim bir toplumda bütünleşmeyi sağlayan unsurları, Bilgin'in Parsons'tan aktardığına göre dört temel karakteristiğe bağlı olduğunu söyler, "İyi tanımlanmış bir aidiyet, teritoryal bir temel, paylaşılmış kültürel bir gelenek ve geçici olmayan yaygın bir dayanışma" (aktaran: Bilgin, 1999, s.94).

1.3.Toplumsal Bir Kategori Olarak Gençlik

Genç kavramı belirlenirken daha çok biyolojik yaş ile sınırlandırılır. Burada esas olan bir kişinin hangi yaş aralığı içinde olup olmamasıdır. Nitekim çocukluk, ergenlik, gençlik, olgunluk, orta yaşlılık, ihtiyarlık gibi kategorileştirmelerde esas alınan biyolojik yaş aralığıdır. Fakat geç kavramını kategorize etmek, sadece biyolojik yaş ile bağlantılı açıklamak yeterli bir yaklaşım olamayacaktır. Gençlik, yaş aralığının yanı sıra, yaşam süreci içinde önemli bir yere sahip olan, kendini kabul ettirme, belirli eylem ve davranışlara yönelme ve ileriki yaşamı için önemli ve merkezi kararların alındığı bir süreçtir. Genç, olgunlaşma sürecinin yanında düşünce, duygu, davranış ve değer kavramlarında önemli farklılaşmalar hatta kargaşalar görülür. Genç bir taraftan yetişkinleşirken, diğer açıdan da çocukluğunu sürdürmektedir. Bu süreçte genç, başta anne-babası ve ailenin diğer üyeleri olmak üzere birçok merkezden çeşitli müdahalelerle karşılaşır ve birçok toplumsal gerçeklikle yüzleşir. Diğer yandan bedeninde meydana gelen fizyolojik gelişme ve değişikliklerin oluşturduğu bedensel ve psikolojik farklılıklar onun zihin dünyasında belirgin bir içsel bir huzursuzluğu da oluşturabilmektedir. Üstelik toplumsal çevrenin onun üzerindeki denetim gücü bu huzur ve doyumsuzluğu daha da arttırabilmektedir.

Gencin bu dönemde çevresiyle kurduğu ilişkilerde duygular ön planda önemli rol oynarlar. Beklentilerinde ve kurduğu hayallerinde gerçekleştirmek istediği büyük beklentileri vardır. Fakat içinde yaşadığı gerçek dünya çoğu kez bu beklentilerle uyuşmaz ve bazen de çatışır. İşte gencin içinde bulunduğu duygusal durum ve yaşadığı toplumsal çatışmalar birçok durumda gencin toplumuna uyumsuzluğunu, çevreye karşı ilgisizliğini ve toplumuna karşı yabancılaşma sürecini başlatabilmektedir. Diğer yandan genç, çevresini ve girdiği toplumsal ilişkilerini reddetmek, otoriteye karşı gelmek, çeşitli saldırgan davranışlara yönelmek ve aileden bağımsız olmayı istemek gibi davranış örüntüleri gösterebilmektedir (Özensel, 2004, s.35). Çünkü bu dönemde genç, "Onura ve başarıya paradan çok değer verirler. Eli açık ve iyilikseverdirler. Çünkü kötülükleri tanımamışlardır. Çabuk güvenir, çabuk bağlanır. Çünkü aldatılmamışlardır. Yüksek amaçları ve hayalleri vardır, çünkü daha yaşamın sillesini yememişlerdir" (Yörükoğlu, 2000, s.18).

Toplumsal bir kategori olan genci incelerken karşımıza çıkan temel süreç, "toplumsallaşmadır". Toplum, genelde sosyalizasyon sürecinde eğitim ve aile kuramları yoluyla, bireyleri topluma adapte eder, gençleri yetişkin bireyler haline dönüştür. Bireylerin topluma sosyalizasyonun sağlanması, birey için olduğu kadar toplum içinde oldukça sancılı bir süreçtir. Çünkü unsurları farklı iki birliktelik, doğaları birbirinden farklı iki varlık tipi birbirlerini kabul etmek durumundadır. Toplum gence değil, fakat genç topluma sosyalize olur (Çelebi, 1991, s.296).

Sosyalleşme süreci içinde karşımıza çıkan önemli bir sorunlardan biri de "kültür ikilemi" dir. Kültür ikilemi daha çok, iki farklı kültürün bir arada olduğu ortamlarda birbirinden farklı değer ve davranış şekilleri arasında tercih yapma durumlarında ortaya çıkar. Kültür ikilemi, özellikle aynı sosyal çevrede farklı kültürlerle mensup insanlar arasında önemli engeldir. Kültürel farklılık ve çelişkilerin toplumsal ilişkileri belirleyici unsurlar olarak öne çıkması toplumda kutuplaşmalara yol açar (Taşdelen vd., 2000, s.23). Bu kutuplaşmalardan en fazla etkilenen kategori de gençlerdir.

Diğer yandan genç, başka bir toplumun, nüfus bakımından en dinamik ve en hareketli kesimini oluşturmaktadır. Dinamiklik ve hareketlilik onların fizyolojik özelliklerinin yanısıra farklı kültürel, siyasal, ekonomik etkilere toplumun diğer bölümlerine oranla daha açık olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu durum hem bir neden hem de bir sonuçtur. Çünkü onlar toplumun geçmişi ile geleceği arasında bir köprü olma işlevini üstlenmişlerdir. Toplum zımnı olarak bu köprü olma görevini onlara yüklemesine rağmen o yaşlarda gençler bunun henüz çok da bilincinde değildirler.

1.3.1.Gençlik ve Gençliğin Önemi

Gençlik, insan yaşamında en hareketli yaş ve zaman dilimi olarak tanımlanır. Diğer yandan "yaş", toplumsal yapıyı oluşturan önemli bir değişkendir. Toplumun belirli yaşlardan beklentileri de farklıdır. Her ne kadar yüksek teknolojinin yaşam üzerinde etkisine bağlı olarak nüfus taleplerin azalmasına yönelik değerlendirmelere karşın nüfus, eskiden beri toplumlar için önemli bir güç olarak kabul edilmiştir. Bir

toplumda toplam nüfusun yanında genç nüfus dolayısıyla gençlik önemli bir kategori ve potansiyel bir güç olarak değerlendirilmiştir.

Sosyolojik olarak gençlik; bireyin biyolojik yönü ile kültürel ve tarihsel olarak değişen, gelişen, farklılaşan ve toplumsal olarak süreklilik arz eden bir dönem olarak değerlendirilmektedir. Bu şekliyle genç/gençlik, bir geçiş dönemi içindedir ve pek çok psiko-sosyal değişimle karşılaşan sosyal bir varlıktır. Bu özellikleriyle genç, heyecan, sabırsızlık, özgürlük, hareketlilik, bağımsızlık gibi kişisel ve sosyal pek çok parametreyi içeren bir psiko-sosyal özellikleri temsil etmektedir (Baş, 2017, s.257). Bu durumda gençlik dönemi bireyin en hareketli olduğu ve kendi kimliğinin inşasını oluşturduğu bir süreçtir (Akın, 2014, s.10).

Sosyolojik olarak gençlik aynı zamanda bir alt kültür olarak tanımlanır ve alt kültür çalışmalarının genellikle gençlik üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Nitekim çeşitli alt kültür çeşitleri de genellikle kendini gençlik gruplarında göstermektedir. Bunun nedeni daha çok gençlik ile genel kültür biçimleri arasında ortaya çıkan mesafe olarak değerlendirilebilir.

Alt kültür, kısaca bir toplumda var olan egemen norm biçimlerinden farklı tepkileri olan eylem, davranış ve değerleri içinde barındıran bir kültür biçimidir. Alt kültürler topluma hâkim olan kültürden farklı ve özellikle egemen olanın karşısında ve ona muhalif olan kültür biçimleridir ve görünürlükleri sembolik düzeyde bir meydan okuma biçimleri şeklinde kendilerini görünür kılarlar. Bu muhalifliği ile birlikte alt kültür, genellikle mevcut kültürle bağını koparmadan fakat birçok noktalarda farklılaşarak gelişen bir kültürdür (Laughey, 2010, s.125). Bir alt kültür olarak gençlik, kendine has yaşama tarzı, dili kullanma ve iletişim kurma biçimi ve düşünme yapısıyla bir dönemi teşkil etmektedir. Bu dönemde meydana gelen fizyolojik değişimler ve buna bağlı meydana gelen toplumlaşma sürecinde görülen asi davranışlar ve kararsızlıklar göstermesine neden olmaktadır. Gençlerde meydana gelen bu değişim daha çok bilgi ve yaşam deneyiminin eksikliğine bağlanmaktadır (Hacettepe Üniversitesi, 2021).

Gençlerde genellikle düzene karşı işlenen bir suçla başlayabilen süreç, saçların dik bir şekilde taranması, alınan motosiklet, plaklar ya da giysi biçimleri gibi çeşitleri ürünlerin kullanımı yoluyla, “tarz” bir meydan okumaya ya da hor görmeye dönüşür. Buradaki bir tebessüm ya da alaycı bir gülümseme, var olan düzenin reddine gönderme yapar (Kabaş, 2012, s.1). Batı toplumlarında ve Kuzey Amerika’da 60’lı yıllarda bu gençlik kültürü karşı kültür hareketleri çerçevesinde şekillenmiştir. İngiltere’de “Teddy Boys” lar, “Meşin ceketliler”, Amerika’da “Dazlaklar”, Almanya’da “Punkçu” gençlik, II. Dünya Savaşı sonrası “savaşma, seviş” sloganıyla ortaya çıkan “Hippiler” ve “Çiçek Çocukları” (Doğan, 1991, s.567) daha çok modern toplumun eleştirisini hedeflemiştir. Türkiye’de yapılan çeşitli araştırmalarda da bu hareketlerin benzerleri olarak da İstanbul “Bağdat Caddesi Gençliği” ve Ankara “Yüksel Caddesi” ve “Tunalı Hilmi Caddesi gençliğini” örnek olarak gösterilmiştir. Yine son yıllarda yapılan araştırmaya bağlı olarak “Apaçi gençliği” (Yaman, 2013, s.38) diğer bir örnek olarak gösterilebilir. Akademik çeşitli araştırmalar çeşitli grupları altkültür ve karşı kültür bağlamında değerlendirildiği görülmektedir. Bütün bu değerlendirmeleri dikkate aldığımızda, Türkiye’de 1968 Kuşağı gençlik kültürü, dünyadaki gençlik hareketlerinin taklidi niteliğinde ve karşı-kültür hareketleri çerçevesinde ve Türkiye’nin kendi iç dinamiklerinin ateşlediği ve kendi sosyal gerçekliğine paralel gelişmeler olarak değerlendirmek oldukça güçtür (Şahin, 2005, s.174).

Araştırma evrenimizi oluşturan Konya’da da özellikle sanayi gençliği arasında alt kültür davranışı olarak benzer saç tarama biçimlerinin yanı sıra, arabalarının (ki bu araba genellikle modifiye edilmiş “Şahin” markasıdır) yükseklik takozlarını alçaltarak hemen her hafta sonu sokak ve caddelerde düşük hızlarda gezdikleri görülür. Arkadaşlarından biri askere gideceğinde uzun konvoylar oluşturarak askere geçirmeleri adeta büyük bir seremoniye dönüşür. Birlikte “barana” olarak ifade edilen akşam ev sohbetleri, hafta sonu gezileri vs. oldukça yaygındır. Fakat gençlerin bu tür davranış biçimleri bir alt kültür olarak nitelendirilemez. Türkiye’de konu üzerine yapılmış araştırmalarda, “özerkleşmiş bir gençlik kültüründen söz edilemeyeceğini, gençliğin kendi kültürünü yaratamadığını, dolayısıyla da bir gençlik altkültürü oluşturamadığı” düşüncesinde birleşildiği

görülmektedir. (Aydoğan, 2015, s.1). Türkiye’de gençliğin bir altkültür oluşturmadığının nedeni olarak da Belge (1983, s.356), gençlerin bir altkültür grubu olmaktan daha çok, yetişkin olup, söz hakkı sahibi olmaya çalışmaları olarak değerlendirir.

Günümüzde popüler kültür ve özellikle kitle iletişim araçlarının yol açtığı etkiyle gençlerde tüketim eğilimlerinin yükseldiği görülmektedir. Gençlerin ilgilerine uygun ticari amaçlı popüler kültür ürünleri bir kitle pazarının yaratılmasına imkan sağlamıştır. Diğer yandan medyanın bir ürünü olarak şiddet ve cinsellik gençler için hakim bir kültür alanı haline geldiği görülmektedir. (Ünver, 2002, s.34). Bilindiği gibi diğer yandan popüler kültürün kitlelere sunduğu ürünlerin birçoğu genç nesil tarafından gündelik yaşam içinde dikkate alınmakta hatta büyük oranda deneyimlenebilmektedir.

Günümüzde etkili bir unsur olarak küreselleşme, sosyal devlet uygulamalarında meydana gelen sorunlar, kimlik siyasetinin yaygınlaşması şüphesiz gençlik üzerindeki çalışmalarda yeni birçok yaklaşımı da gerekli kılmıştır.

1.3.2.Türkiye’de Genç Nüfus Dağılımı ve Bazı Göstergeler

Gençlik dönemi UNESCO tarafından 15-25 yaş aralığında belirlenirken, Birleşmiş Milletler Örgütü (BM) 12-24 yaş aralığını öngörmüştür. Türkiye ise BM’in belirlediği 12-24 yaş arasını gençlik dönemi olarak benimsemiştir. Gençlik dönemi böylece ergenlik yaşına girmeyeyle başlamakta ve 18 yaşından sonra da görece olarak yetişkinlik dönemine adım atmış olmakla sonlanmaktadır (Hacettepe Üniversitesi, 2021).

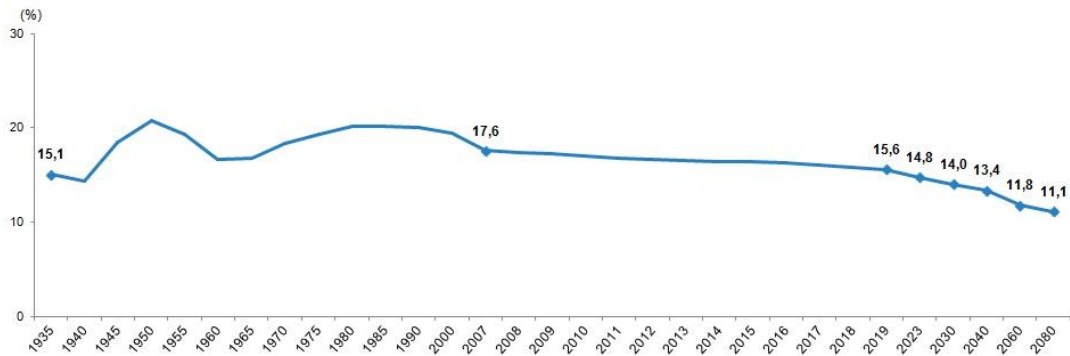
TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi 2019 (ADNKS) (Mayıs 2020) sonuçlarına göre 2019 yılı sonu itibarıyla Türkiye’nin toplam nüfusu 83 milyon 154 bin 997 kişi iken 15-24 yaş grubundaki genç nüfus 12 milyon 955 bin 672 kişi oldu. Genç nüfus, toplam nüfusun %15,6’sını oluşturdu. Genç nüfusun %51,3’ünü erkek nüfus, %48,7’sini ise kadın nüfus oluşturdu. Türkiye’nin ileriye dönük nüfus projeksiyonlarına göre genç nüfusun toplam nüfus içindeki oranının 2023 yılında

%14,8, 2030 yılında %14,0, 2040 yılında %13,4, 2060 yılında %11,8 ve 2080 yılında %11,1'e düşeceği öngörülmektedir. (TÜİK:1) (TÜİK, 2021).

Genç nüfus oranının en yüksek olduğu kent yüzde 23,9 ile Hakkari oldu. Bu ili yüzde 22,7 ile Şırnak ve yüzde 22,6 ile Bayburt izledi. Genç nüfus oranının en düşük olduğu iller ise yüzde 12,6 ile Muğla, yüzde 12,9 ile Balıkesir ve yüzde 13,2 ile İzmir olarak sıralandı.

Nüfus projeksiyonları bağlamında Türkiye’de genç nüfusun nüfus içindeki oranı giderek düşme eğiliminde olduğu ve 2019 yılında genç nüfus toplam nüfusun %15,6’sını oluştururken bu oranın 2080 de toplam nüfusun %11,1 ne tekabül edecektir. Şüphesiz bu veriler Türkiye’de doğum oranlarında önemli bir azalma eğilimi ile açıklanabilir.

Şekil-1:Genç Nüfusun Toplam Nüfus İçindeki Oranı, 1935-2080



Kaynak: TÜİK, Genel Nüfus Sayımları, 1935-1990

TÜİK, Nüfus Tahminleri, 2000

TÜİK, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi, 2007-2019

TÜİK, Nüfus Projeksiyonları, 2023-2080

Bu noktada araştırmamız çalışan gençlik üzerine olduğu ve örneklemimiz 15-24 yaş grubu olduğu için, kısaca 15 ve daha yukarı yaştaki işsizlik verilerine bakmakta anlamlı olacaktır. TÜİK verilerine göre, İşgücü İstatistikleri verilerine göre Ağustos 2020’de, Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaşta olanlarda işsizlerin sayısı 2020 yılı Ağustos döneminde geçen yılın aynı dönemine göre 456 bin kişi azalarak 4 milyon 194 bin kişi olduğu görülmektedir. Bu dönemde işsizlik oranı 0,8

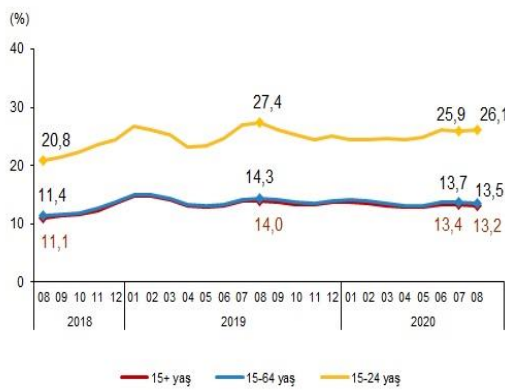
puanlık azalma ile %13,2 seviyesinde gerçekleştiği görülmektedir (TÜİK:2). (TÜİK, 2021).

Şekil-2: Mevsim etkisinden arındırılmamış temel işgücü göstergeleri, 15-24 yaş, (%), Ağustos 2019, Ağustos 2020

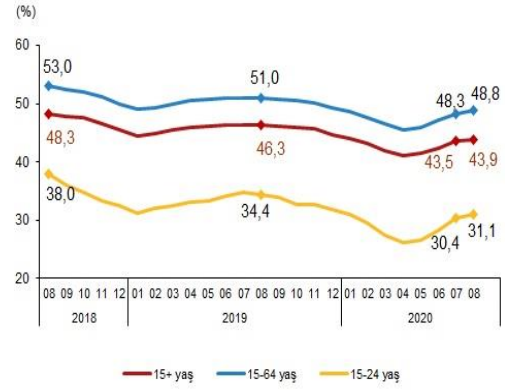
	Toplam			Erkek			Kadın		
	2019	2020	Fark	2019	2020	Fark	2019	2020	Fark
İşgücüne katılma oranı	47,5	42,1	-5,4	60,0	54,0	-6,0	34,6	29,8	-4,8
İstihdam oranı	34,4	31,1	-3,3	46,0	42,0	-4,0	22,6	19,9	-2,7
İşsizlik oranı	27,4	26,1	-1,3	23,4	22,3	-1,1	34,6	33,3	-1,3
Ne eğitimde ne istihdamda olanlar ⁽¹⁾	30,1	30,4	0,3	22,0	22,7	0,7	38,3	38,4	0,1

(1) Çalışmayan ve eğitimde (örgün ve yaygın) olmayan gençlerin, toplam genç nüfus içindeki oranıdır.

İşsizlik oranı, Ağustos 2018-Ağustos 2020



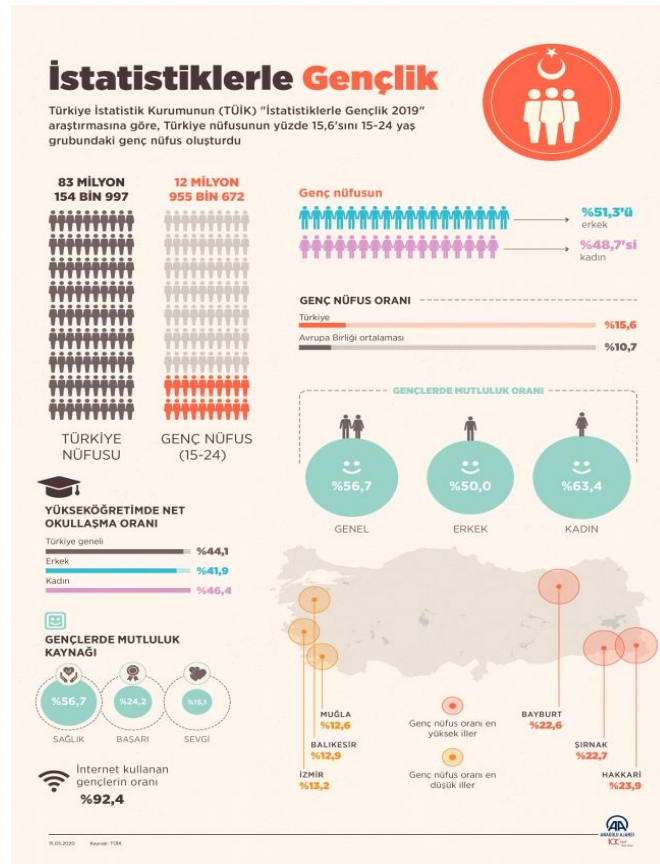
İstihdam oranı, Ağustos 2018-Ağustos 2020



Kaynak: TÜİK:3, 2021.

Yine TÜİK verilerine göre, 15-24 yaş grubunu kapsayan genç nüfusta işsizlik oranı bir önceki yılın aynı dönemine göre 1,3 puanlık azalışla %26,1, istihdam oranı ise 3,3 puan azalarak %31,1 oldu. Aynı dönemde işgücüne katılma oranı 5,4 puanlık azalışla %42,1 seviyesinde gerçekleşti. Ne eğitimde ne de istihdamda olanların oranı ise bir önceki yılın aynı dönemine göre 0,3 puanlık artışla %30,4 seviyesinde gerçekleşti. Genç nüfusta işsizlik oranı %26,1, istihdam oranı %31,1 oldu. Genç erkeklerde işsizlik oranı 2018 yılında yüzde 17,6 iken 2019'da yüzde 22,5 oldu. Genç kadınlarda bu oran 2018'de 25,3 seviyesindeyken 2019'da yüzde 30,6 olarak hesaplandı. Erkeklerde bu oran yüzde 44'ten yüzde 41,9'a, kadınlarda yüzde 47,4'ten yüzde 46,4'e geriledi. (TÜİK, 2021) Bu durum Türkiye'de istihdam olanaklarının giderek yükseldiğini göstermesi Türk ekonomisi açısından da oldukça umut verici bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

Şekil-3: İstatistiklerle Gençlik 2019



Kaynak: (TRT HABER, 2021)

Gençlere yönelik yukarıdaki tablodaki verileri değerlendirdiğimizde, 2019 TÜİK verilerine göre, Genç nüfus (15-24 yaş) Türkiye nüfusunun (83 milyon 154 bin 977) %15,6'sını oluşturmaktadır. Bu oran Avrupa ülkeleri ortalaması ise %10,7'dir. Türkiye genç nüfusu, Avrupa genç nüfus ortalamasından yaklaşık %5 oranında daha fazladır.

Türkiye'deki genç nüfusun %51,3'nü erkekler, %48,7'sini ise kadınlar oluşturmaktadır. Bu durumda genç erkek nüfusu kadın genç nüfusundan yaklaşık olarak %2,6 daha fazladır.

Aynı verilere göre gençlerin mutlu olma oranlarına baktığımızda, mutlu olduğunu beyan eden 18-24 yaş grubundaki gençlerin oranının %56,7'dir. Mutluluk oranı, 2019'da genç erkeklerde %50, genç kadınlarda %63,4 olarak gerçekleşti. Bu

durumda genç kadın nüfusun erkeklere oranla mutluluk oranları daha yüksektir. Gençlerde mutluluk kaynağı olarak %52,3 ile “sağlıklı” olmak görülmektedir. Diğer yandan %24,2’si ise mutlu olmakta “başarıyı” önemserken %15,1 de mutlu olmanın kaynağını “sevgi” olarak görmektedirler. Anadolu Ajansının verilerine göre, Mutluluk kaynağı cinsiyete göre incelendiğinde ise, genç erkeklerde %50,1 ile “sağlık” ilk sırayı sağlık alırken, bunu %28,3 ile “başarı” ve %11,4 ile “sevgi” takip etmektedir. Genç kadınlarda ise %54,5 ile yine ilk sırayı “sağlık” almaktadır. Bunu %19,9 ile “başarı” ve %18,8 ile “sevgi” takip etmektedir.

Yaşam memnuniyeti araştırması sonuçlarına göre 2019'da gençlerin %73'ü çalıştığı işten memnun olduğunu, %49,8'i elde ettiği kazançtan memnun olduğunu beyan etmiştir.

Genç erkeklerde çalışılan işten duyulan memnuniyet oranı %76,2, elde edilen kazançtan memnuniyet oranı %51,2 olurken genç kadınlarda bu oran çalışılan işten memnuniyet %66,7 iken elde edilen kazançtan memnuniyet ise %46,8 olarak belirlenmiştir. Burada dikkat çeken husus, erkeklerin hem işten memnuniyet hem de elde edilen kazançtan memnuniyet düzeyi kadın gençlere göre daha yüksek olmasıdır. Oysa birçok analizde kadınların memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olacağına yönelik beklentiler söz konusudur. Bu durum genç kadınların yaptıkları işler ve görece erkeklere oranla daha düşük ücret alma düşüncesinden kaynaklandığı söylenebilir.

Gençlerin yüzde 62'si şimdiye kadar almış olduğu eğitimden memnun olduğunu beyan ederken, bu oran genç erkeklerde yüzde 62,2 genç kadınlarda yüzde 61,9 olarak kayıtlara geçti.

Yine yaşam memnuniyeti araştırması verilerine göre, genç nüfusun genel sağlık durumundan memnuniyet oranı ise 2018 yılında %85,5 iken 2019 yılında bu oran %88'e yükselmiştir. Bu oran geçen 2019'da genç erkeklerde %89,6, genç kadınlarda ise %86,4 olduğu belirlenmiştir. Sağlık hizmetlerinden memnuniyet düzeyinin yine genç erkeklerde genç kadınlardan daha yüksek oranlarda olduğu görülmektedir.

Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre ise, internet kullanım oranı 16-24 yaş grubundaki genç nüfusta 2018 yılında %93 iken 2019'da %92,4 olmuştur. İnternet kullanım oranı genç erkeklerde 2018'de %96,9 iken, geçen yıl %96,1, genç kadınlarda 2018'de %89 iken, 2019 da %88,6 olarak belirlenmiştir.

Türkiye’de net Üniversite okullaşma oranlarına baktığımızda, Türkiye genelinde genç erkeklerin oranı %44,1dir. Burada erkeklerin oranı %41,9 iken kadınların oranı ise %46,4’tür. Buna göre genç kadınların genç erkeklere oranla üniversite imkanına sahip olma oranı yaklaşık %5 oranında daha fazladır (TRT HABER, 2021). Bu durum kız çocukların okullaşma oranları açısından oldukça dikkat çekicidir. Burada erkeklerin lise eğitimi ya da daha önceki öğrenim süreçleri sonrasında iş hayatına daha erken yaşlarda açıklanması ile açıklanabilir. Maalesef bu oranlara yönelik istatistiklere ulaşamamıştır. Ayrıca konumuz çalışan gençlik olmasına rağmen, çalışan gençliğe yönelik ayrıntılı istatistiklere rastlanamamıştır. İstatistiklerin önemli bölümü okuyan gençlik üzerinedir. Gençler üzerine yapılan araştırmaların tamamına yakını da yine okuyan gençlik üzerinedir. Çalışan gençlik üzerine çalışmalar çok daha sınırlı düzeydedir. Bu durum araştırma konumuzun önemini bir kez daha pekiştirdiği söylenebilir.

1.3.3.Alt Kültür Grubu Olarak Gençlik

Alt kültür, kısaca toplumun geniş kesimlerinden farklılaşan grup kültürü olarak tanımlanır. Yine alt kültür toplumdaki hâkim kültürden tamamen kopmadan ama bazı yönlerden ondan ayrılan, grubun dünya görüşünü yansıtan bir tavır olarak anlaşılabilir. Alt kültürlerin kendilerine özgü norm, değer ve tutumları vardır. Alt kültüre sahip olan kesimler, içinde bulundukları toplumun kültürüne az veya çok farklılaşmışlar ve ana kültürden uzaklaşmışlardır. Alt kültür kavramı daha çok etnisite, din çalışmaları, suç sosyolojisi ve gençlere yönelik sosyolojik konularda kullanılmaktadır (Bayar, 2009, s. 56-57). Alt kültür tartışmalarının ikinci Dünya Savaşı sonrası başladığı görülse de sosyolojik bağlamda tartışmaların 1970 ve 1980’lerde yoğunlaştığı görülür.

Alt kültür tartışmalarının yoğunlaştığı bir alan da, gençlik alt kültürü üzerinden olagelmıştır. Bu tartışmalar daha çok gençlerin içinde yaşadığı döneminin sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerinden etkilenen ve bu sayede tüm gençliği etkisi altına alabilen bir kavram olarak tartışılmaktadır. Örneğin Giddens, gençlik alt kültürü ile gençlerin yetişkin toplumdan farklı olarak, özel değerler, standartlar, beklentiler ve davranış örüntülerine katılımlarının sağlandığına ve bunlarla sosyalleştiklerine dikkat çekerken, aynı zamanda bu durumun özellikle yaş kategorisi (gençlik-yetişkinlik) arasındaki uçuruma ve nesiller arası savaşa karşılık geldiğini (Giddens, 1995, s. 135) ifade etmektedir. Ayrıca toplum tarafından kimi zaman suçla bulaşmış ve suçla anılan gruplar alt kültür olarak kabul edilebilirken, kimi zaman ise giyimleri ve dinledikleri müzikler ile toplumdan farklılaşan gençler bu tanımlamanın içine dahil edilmektedirler (Yaman, 2013, s. 49).

Gençlik alt kültürü olarak adlandırabilecek bir tanımlamanın oluşabilmesi için Eisenstadt, (2007, s. 51) üç özelliğin belirgin bir şekilde bulunması gerektiğini söyler. Bunlardan ilki, gençlik alt kültürünün bir boş zaman kültürü olmasıdır. Boş zaman modern dönemde eğitim süresinin uzaması ile doğrudan ilişkili bir süreçtir. İster eğitim sürecine devam etsin, isterse belirli bir süre sonra bu süreçten kopup ayrılınsın, gençler uzun süreli işsizlik süreçlerinde yeteri kadar boş zaman sahibi olabilmekte, hatta bu durum “başıboş” gençlik tanımlamasına zemin hazırlayabilmektedir. İkincisi, sosyalleşme ve topluma katılım süreçleridir. Çünkü ebeveynlerin genç üzerindeki etkisinin kademeli olarak azalmakta ve akran gruplarının gencin yetişmesinde önemli rol oynayabilmektedir. Üçüncü olarak da, gençlerin dil kullanımları, giyim kuşam alışkanlıkları, müzik tercihleri ve bedeninin görünür kılınma şekillerine değin pek çok bileşenin özenli bir biçimde kurgulanmasıdır.

Gençlik alt dünyanın farklı bölgelerinde ve kültürlerinde farklı biçimlerde kendilerini gösterebilir de, bazı konularda kültürler üstü bir benzerlikler de söz konusu olabilmektedir. Bu benzerlikte kitle iletişim araçları çok önemli rol oynamakta ve bu sayede kültürel aktarımlar ön plana çıkmaktadır. Türkiye’de, özellikle 1990’lı yılların ikinci yarısında özel televizyon kanalları ile yaygınlaşan ve “televole kültürü” olarak ifade edilen yayın politikası buna örnek verilebilir.

Özellikle kırdan kente göç etmiş ve hâlihazırda kırdan yaşayan ailelerin kültürel yapıları üzerinde etkili olmuş, gerek kırdan gerekse de kentte birbirine benzeşen kültürel formların yaygınlaşmasına yol açmıştır (Yaman,2013, s.59). Bunun en güzel örneklerini değerli markaların imitasyonlarının (çakma) kullanımında görmek mümkündür. Özellikle gençler arasında imitasyon ürünlerin kullanılması oldukça yaygındır.

Toplumlar çoğu zaman bu alt kültürlerle başa çıkma uğraşısı içine girebilmektedirler. Alt kültür grupları ile başa çıkma yöntemlerinin başında da genellikle bu grupları “öteki” olarak tanımlayarak, toplum nazarında önemsizleştirmeye çalışılmasıdır. (Hebdige, 2004, s. 91). “Örneğin kulağı delik, saçları uzun, rengârenk giyinmiş yahut farklı tarz müzik dinleyen bir genç bir anda farklı bir toplumsal kategorinin üyesi olarak tanımlanabilmekte; çoğu zaman bu türden davranışlar toplumsal sapmanın yansımaları olarak değerlendirilebilmektedir” (Yaman,2013. S.60).

Fakat herhangi bir gençlik alt kültür grubunun tüm üyelerinin tümünün aynı derecede bir uyum ve ahenk beklemek çoğu zaman imkânsızdır. Ayrıca aynı alt kültürü temsil ettiği bir grubun bütün her yerde aynı şekilde giyinmesi veya aynı sembolleri kullanması da söz konusu olamamaktadır. Bu bağlamda sanayide özellikle küçük sanayilerde çalışan gençliğin bir alt kültürü temsil ettiği kabul edilebilir. Giyim kuşamdan, hafta sonlarını değerlendirme, yaşam biçimi ya da özentileri gibi bazı özel tercihlerine bağlı olarak benzerlikler söz konusudur. Örneğin araştırmamızda da görüldüğü gibi gençlerin özellikle “şahin” marka bir araba sahibi olmak istemeleri, otomobili modifiyeli yapıp kullanma tercihleri önemli bir benzerliktir. Fakat bütünüyle “Ankara Yüksel Caddesi Gençliği” (Doğan, 1994), “Apaçi Gençliği” (Yaman, 2013) gibi daha yoğun bir grup bilinci oluşturmamaları benzer yaşam tercihlerinin oluşmamasında önemli bir etken olarak görüldüğü söylenebilir. Daha da önemlisi usta-çırak ilişkilerinin büyük oranda geleneksel kodlar içinde işlemesi ve usta denetiminin çalışan gençlik üzerinde etkili olması, yaygın benzer giyim ve yaşam tercihlerinin oluşmasını engelleyici önemli faktörler olarak gözükmektedir.

1.4.Gençlik Aidiyet İlişkisi ve Aidiyet Deneyimleri Üzerine Çalışmalar

Toplumdaki tüm bireyler gibi gençlerde, mensubu oldukları toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel sınırları içinde, onlara sunulan imkanlar dahilinde kendi kimliklerini ve aidiyetlerini büyük ölçüde şekillendirmektedir. Günümüz modern toplumlarında yaşanan hızlı ekonomik dönüşüm süreci, eğitim gibi gençlere sunulan çeşitli imkanların artmasına yol açarken, diğer yandan da daha önce olmadığı kadar ailelerinin sahip olduğu ekonomik ve sosyal sermaye tarafından belirlenir olmaya başladığı görülür.

Yeni dönemde bireyselliğe ve yaşam tarzlarına yapılan vurgu, onları sınırlayan toplumsal yapılardan büyük ölçüde zayıflaması, kendini gerçekleştirme istencinin artması, kendilerini hayatın öznesi konumuna getirme felsefeleri ve kendi tercihlerini daha çok kendileri belirleyebilme imkanları, gençlerdeki toplumsal aidiyeti etkileyen önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak, gençlerin yaş ve tecrübeleri itibariyle böyle bir dönemde aidiyet ilişkilerini kontrol etmede ciddi güçlüklerde yaşamaları da kaçınılmaz olabilmektedir. Genç daha özgürce hareket edebilmekte ve farklı yaşam tarzlarını benimseyebilmektedir. Başka bir ifade ile sahip olunan bu özgürlük gerek kendinin gerek toplumun gerekse de ailenin dışındaki yaşamların etkisinde daha fazla kalabilmesine neden olabilmektedir. Dolayısıyla gençlik, toplumda kimlik sorununun en yoğun yaşandığı kategorilerden birini oluşturmaktadır.

Kimliğin psikolojik boyutunda daha çok kişisel boyutu söz konusu iken, sosyal boyutunda ise kolektif ve sosyal boyutu ön plana çıkar. Kişisel kimlik, diğer insanlarla paylaşılmayan kendine özgü kişilik özellikleri veya belirli bir kişi ile kişisel ikili (ben-sen) ilişkiler açısından bir benlik kurgusudur. (Hogg, 2006, s. 115). Sosyal kimlik ise, bir bireyin bir sosyal gruba üyeliğine ilişkin bilgisinden ve bu üyeliğe eklenen duygusal önemden kaynaklanan benlik kavramının bir parçası olarak tanımlanır (Tajfel, 1978, s. 66). Sosyal kimlik, bireyin, aidiyet kurduğu sosyal gruba atfedilen değer ve duygusal anlamın yanı sıra, bireyin ait olduğu kategorilerden türeyen öz imaj oluşumu sürecinden meydana gelir (Yıldırım, 2021, s.11).

Türkiye’de resmi politikalar gençliğin aidiyeti konusunda politikalar geliştirme gayreti içinde olduğunu görürüz. Nitekim Dokuzuncu Kalkınma Planı’nın (2007-2013) 647. maddesinde, “Gençlerin aileleriyle ve toplumla iletişimlerini daha sağlıklı hale getirecek, özgüvenlerini geliştirecek, yaşadıkları topluma aidiyet duygusu ve duyarlılıklarını artıracak, karar alma süreçlerine katılımlarını sağlayacak tedbirler alınacaktır” (Resmi Gazete, 2006, s.91) denilerek, gençlerde aidiyet bilincine yönelik politikalar uygulanması hedeflenmektedir. İlgili politikaların uygulama alanı bulması konusu ise farklı bir çalışmayı gerektirdiği için burada ayrıntıya girilmemiştir.

Türkiye’de gençlik üzerine yapılan araştırmalar her geçen gün artmaktadır. Bu araştırmalar da daha çok gençlerin sorunları ve beklentilerine odaklanıldığına şahit olmaktayız. Gençler arasında aidiyet üzerine araştırmalar ise nispeten daha sınırlı olduğu görülmektedir fakat son yıllarda aidiyet çalışmalarında bir artış gözlenmektedir ve bu çalışmaların tamamına yakını akademik düzeydeki çalışmalardır. Bu çalışmaların büyük bölümünün okul aidiyetleri üzerine olduğu görülür. Çalışmalarda genellikle lise ve üniversite gençlerinin okul aidiyetlerini üzerine yoğunlaşmıştır. Bunun dışında bazı alt kültür gençliğinin aidiyetleri, göç aidiyet ilişkisi, şehir aidiyeti, korumaya muhtaç çocuklardaki aidiyetlere vb. konulara yönelik sınırlı çalışmalara da rastlanılmaktadır.

İlginçtir doğrudan “çalışan gençliğin” aidiyeti üzerine akademik araştırmalara literatürde rastlanılamamıştır. Bu durum bizim çalışmamızı akademik çalışmalar bağlamında sınırlıda olsa bir katkı sağlaması açısından olduk anlamlı kılacağı ümit edilmektedir.

Aidiyet konusundaki akademik çalışmaların bazılarını kısaca şu şekilde sıralamamız mümkündür.

Saki, (2018), “Üniversite Öğrencilerinin Aile Aidiyet Düzeylerinin Spor Ve Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi” başlıklı araştırmasında aile aidiyetini spor faaliyetleri üzerinden incelemeye çalışan bir araştırmadır.

Yusufoğlu ve Cerev (2019), “Gençlerde Aidiyet Düzeyinin Akademik Başarıya Etkisi: Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği”

çalışmalarıyla gençlerin akademik başarıları ile aile aidiyet düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

Alptekin (2011) doktora çalışmasında, Selçuk Üniversitesi'nde öğrenim gören gençlerin, aidiyet duyguları örüntüsünde toplum ve toplumsal kurumlar hakkındaki görüşlerine, farklı sosyal kimliklere olan yaklaşımlarına, topluluk duygusu ile toplumsal aidiyet düzeylerine ilişkin bir araştırma gerçekleştirmiştir.

Erözkan, (2020), “Üniversite Öğrencilerinde Aile Aidiyetinin Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışlarına Etkisi” çalışmasını sağlık alanında gerçekleştirmiştir.

Eryılmaz ve Altınsoy, (2017), “Okula Aidiyet ve İhtiyaç Doyumu Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi” araştırmasında, lise öğrencilerinin okula aidiyetleri ile psikolojik ihtiyaçlarını doyumları arasındaki ilişkiyi incelenmişlerdir.

Gencer, (2019), “İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Okul Aidiyet Duygusu (Çorum Örneği)” araştırmasında, İmam Hatip Lisesinde okuyan öğrencilerin okul aidiyetlerini ortaya koymaya çalışmıştır.

Gökdal ve Düşünceli, (2020), “Ergenlerin Okula Aidiyet Duyguları ve Başa Çıkma Stratejilerinin İncelenmesi” başlıklı çalışmalarında, devlet liselerinde okuyan ergenlerin okula aidiyet duyguları ve başa çıkma stratejilerini belirlemeyi amaçlamaktadır.

Çakı, (2019), “Koruma Altındaki Çocuklarda Sosyal Aidiyet ve Güven” adlı çalışmasında koruma altındaki çocukların aidiyet ve sosyal güvenlerini ortaya koyan, bu alandaki nadir çalışmalardan biridir.

Günel ve Daşbaşı, (2019), “Suça Sürüklenmiş Erkek Çocuklarda Aile Aidiyeti Ve Yaşam Doyumu İlişkisi” çalışmalarında, suça sürüklenmiş çocukların aile aidiyeti ve yaşam doyumlarını ele alıp incelemişlerdir.

Aslantürk ve Kılıç, (2020), “Üvey Aileye Sahip Gençlerde Aile Aidiyeti: Nitel Bir Analiz” adlı çalışmalarında, boşanma oranlarındaki artış ve yeniden evliliğe bakış açısındaki değişimin sonuçlarından biri olan tekrar evlenmelerle birlikte yeni aileler kurulmakta ve üvey ebeveynli ailelerdeki gençlerdeki aile aidiyetleri üzerine gerçekleştirdikleri çalışmadır.

Doğanay, (2018), “Kentın Aidiyet Ve Benlik Mekânı Olarak İnşası: Gençlerin Trabzon Deneyimi Ve Trabzonluluk” başlıklı Doktora çalışması kent aidiyeti konusunda yapılan sınırlı çalışmalardan biridir.

Sözer, (2019), “Göç, Toplumsal Uyum ve Aidiyet” başlıklı çalışmasında yurt dışında Türkiye’ye göç eden özellikle Suriyeli göçmenlerin toplumsal uyumları ve onların mekânsal aidiyetleri üzerine gerçekleştirdiği teorik bir çalışmadır.



İKİNCİ BÖLÜM

METODOLOJİ

2.1.Araştırmanın Konusu ve Amacı

Bu çalışma ile çalışan gençlerin gözünden, kendi deneyimleri doğrultusunda, yaşadıkları şehre, arkadaşlarına, iş yaşamlarına ve mesleklerine, çalışma ortamlarına ve ailelerine duydukları aidiyet bağlarını ortaya koymaya ve bu bağların ne anlama geldiğini anlamaya odaklanılmaktadır.

Çalışan gençlik, aidiyet, saygı görme arayışları ile yaşadıkları kültürel çelişkiler, dışlanmalar arasında var olmaya çalışan ve çoğunlukla orta vadede kentin ekonomik yapısında önemli bir potansiyele sahip olacak bir nesildir. Okuyan gençlikten farklı bir yaşam felsefesi, farklı giyim tarzları, dinlemede tercih ettikleri farklı müzikleri, farklı eğlenme biçimleri, farklı boş zamanlarını değerlendirme biçimleri olan bir gençliktir. Çalışan gençlik, gelecekte nasıl bir sosyal potansiyele sahip olacağı, yaşadıkları şehrin ekonomik potansiyeline nasıl bir katkı sağlayacağı, şehrin siyasetinde nasıl bir etkiye sahip olacakları, şehrin kültürel dokusuna nasıl etki edecekleri konusunda muhtemelen birçok kişi tarafından çok da merak edilen bir kitle değildir. Oysaki çalışan gençlik, çok da uzun olmayan bir süre içinde şehrin ekonomisi üzerinde azımsanmayacak bir güce sahip olacak, şehrin sermayesine yön verecek ve hatta kentin sosyo-kültürel dokusunun şekillenmesinde önemli bir belirleyici konumunda olacaklardır. İşte böyle önemli bir potansiyele sahip olan gençliğin aidiyetlerinin belirlenmesi önemli bir girişim olacaktır.

Araştırmamız Konya merkezinde faaliyet gösteren küçük sanayi sitelerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmamız Konya sanayisinde küçük işletme olarak faaliyet gösteren ve burada çırak, kalfa ve usta geleneğine dayanan ve bir mesleğe yönelik işlerde çalışan gençlerle gerçekleştirilmiştir. Bu iş kolları içinde görüştüğümüz gençler otomobil tamirciliği, kaynakçılık, elektrikçilik gibi mesleklerle sınırlandırılmıştır. Eğitim sitemindeki zorunlu eğitim ve toplumda okumaya yönelik eğilimlerin artmasına bağlı olarak bu tür iş yerlerinde çalışan genç sayısı azalırken, ustalar da mesleklerini devam ettirecek elaman bulamama konusunda serzenişleri

herkesçe bilinen bir durumdur. Ayrıca ilgili literatür incelendiğinde ve gözlemlerimizde sanayide çalışan gençlik farklı bir alt kültürü teşkil ettiği değerlendirilmelerine sıklıkla rastlanılmaktadır.

Diğer yandan bu araştırmada, çalışan gençlerin yaşantılarında bir yanda umutsuzluk, tükenmişlik güçsüzlük duygularıyla diğer yandan geleceğe yönelik umutlarının, beklentilerinin, ideallerinin bir arada nasıl harmanlandığını da ortaya koymayı hedefledik. Türkiye’de gençler üzerine yapılan araştırmalar daha çok okuyan gençlik üzerine olurken bu araştırmalarda da yine daha çok nicel yöntemlerin tercih edildiği görülmektedir.

Genç bireyin yaşadığı ortamın kültürüne, yaptığı işe, ailesine, şehrine ve içinde bulunduğu mekanla kuracağı aidiyet, kuvvetli bağlarla kendini ait hissetme, bütünleşme ve bağlı olma duygularını sağlamaktadır. Bu bağların artmasıyla gençlerin kendilerini güvende hissetme duygusu ve yaptığı işe olan bağlılığı artmakta bu durum toplumsallaşma sürecini olumlu yönde gerçekleşmesini sağlamaktadır.

Biz bu araştırmada gençlerin, aile, şehir, arkadaş, meslek ve mekân (iş yeri) aidiyeti seçmemizin öncelikli nedeni, fizyolojik ve sosyal olarak önemli bir dönüm noktasını geliştiren gençlerin sosyal ve ekonomik yaşamlarına doğrudan etki eden unsurların bazılarını tercih etmemizden kaynaklanmaktadır. Bu dönem önemli ölçüde kimlik gelişimlerinin şekillendiği, bir mesleğe yönelme anlamında ciddi mesafe katettikleri bir süreci kapsar. Çalıştıkları mesleğin ifade ettiği anlam onların iş başarıları ve yaşam beklentileri üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Aynı zamanda bu dönemler gençlerin ailelerinden daha bağımsız hareket ettikleri bir dönemdir. Onlar üzerinde çevre ve arkadaşları daha etkin rol oynamaya başlar. Yaşamlarını sürdürdükleri şehir onlar için farklı anlamlar taşımaktadır. Çünkü yaşadıkları şehir, iş yerinde çalışarak geçirdikleri zamanın dışında onlara farklı bir yaşam alanı açar.

Tüm bunları dikkate aldığımızda bu gençler yarının, iş yerinin patronu, ailesinin reisi, çocuklarının babası, muhtemelen yanında onlarca kişiyi çalıştıracak bir iş adamı, insanların işlerini yaptırmak için başvurdukları ustaları, bir siyasi parti ya da bir STK’nın üyesi ya da yöneticisi, yaşadığı şehrin önemli sakinleri olacaklardır. Eğitimli gençlikten farklı olarak, çalışan gençlik, ailelerine daha az süre

ekonomik yükü olan, birçoğunun sahip oldukları meslek sayesinde işsiz kalmaları söz konusu olmayan bir gençliktir. Hatta hiçbir zaman devletin resmi işsizlik oranlarına da girmeyeceklerdir. Şu anda pek çok çevre tarafından çok da dikkate alınmasalar da çok kısa sürede, her biri toplumun önemli bir bireyi olarak yaşamlarını sürdüreceklerdir. Sözüünü ettiğimiz özelliklerin onların yaşamlarında güçlü anlam kazanması, hayat başarılarını arttırmada gençlik dönemi olarak belirtilen bu dönemde güçlü aidiyetler geliştirme ile mümkün olabilecektir. Çalışan gençlik içinde bu aidiyetlerinin başında da aile, şehir, arkadaş, meslek ve mekân (işyeri) aidiyetleri gelmektedir. Bu aidiyetlerinin biçimi, gücü ve biçimi sözüünü ettiğimiz hayat başarısında onlara önemli bir başarı ve katma değer sağlayacaktır.

Bu çalışmanın amacı, çalışan gençliğin toplumsal aidiyetini ve çalışma hayatını betimlemeye çalışmaktır. Bu amaçla çalışan gençlerin aile, arkadaş, iş, şehir ve mekan aidiyetlerini ortaya koyarak geleceğin iş/esnaf dünyasını oluşturacak bu gençlerin toplumsal aidiyetlerini ve çalışma hayatlarını belirlemeye çalışmaktır. Böylece bu çalışma, küçük oto sanayisinde çalışan gençlerin aidiyet bilincini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

2.2.Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada küçük oto sanayi sitelerinde çalışan toplumsal aidiyetleri ele alınacak ve çalışma hayatları incelenecektir. Çalışan gençlerin toplumsallaşma süreçlerinde aile, arkadaş, iş, şehir ve mekân aidiyetlerinin hayatlarına etkileri bu çalışmanın kapsamıdır. Bu kapsamda 15- 25 yaş arası Konya'daki küçük oto sanayi sitelerinde çalışan gençlerle mülakat yapılmıştır. Bu yaş aralığında ve bu işlerle uğraşan gençlerin seçilme nedeni; bu alanda çalışan gençlere yönelik çalışmaların sınırlılığı ve aidiyet kalıplarını ortaya koyma isteğidir. Konya şehrinde yapılan bu çalışma araştırma konusuna uygun olarak örneklem seçimi “amaçlı örnekleme tekniği” ile toplam 25 kişiyle gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler küçük oto sanayi sitelerinde çalışan gençlerin iş yerlerinde ustalarından alınan izinle müsait bir ortama geçilerek yüz yüze görüşme yolu ile gerçekleştirilmiştir.

2.3.Araştırmanın Deseni

Bu çalışmada çalışan gençleri kendi dillerinden kendi ifadeleri ile daha derinlemesine inceleme imkânı veren “nitel” araştırma yöntemine başvurarak anlamayı hedefledik. Çalışan gençlerin “aidiyet” yapılarını ortaya koymaya çalışacağımız araştırmada “nitel araştırma” yöntem ve teknikleri kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek nitel araştırma yöntemini, *“gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma”* şeklinde tanımlar (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 39). Nitel araştırma yöntemi, insanların içinde yaşadıkları sosyal dünyayı nasıl anladığını, nasıl tecrübe ettiği, nasıl anladığı ve nasıl yorumladığını anlamayı hedefler.

Nitel araştırmalarda nicel araştırmaların aksine incelenen konu ilgili sayısal verilerden ziyade, ifadelerden oluşan niteliksel özelliklerin ön plana çıktığı veriler toplanır. Araştırmanın kapsamına giren olay ve olgular içinde bulunduğu bağlam ve doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir yaklaşım ile değerlendirilir. Nitel araştırmalar az sayıda kişi ile gerçekleştirilen görüşmelere dayandığı için genelleme imkânına sahip değildir. Fakat ele alıp incelenen konuyu daha derinlemesine ve ayrıntılı olarak araştırma imkânı sunar. Nitel araştırmalarda olaylar arasında neden sonuç ilişkisi kurulmadan determinist yaklaşım ön planda tutulmaz. Sayısal veriler eve istatistiklere çok daha az yer verilir ve vurgu yapılan sözlü ve nitel analizlerdir (Karataş, 2015, s. 64).

Bu araştırmada konumuzu derinlemesine ve ayrıntılı olarak ele alıp analiz etmeyi hedeflediğimizden nitel araştırma yöntemini ve nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan yüz yüze görüşme ve betimsel analiz tekniği tercih edilmiştir. Betimsel analiz, elde edilen verilerin önceden belirlenmiş başlıklar altında özetlenip yorumlanmasıdır (Akbulut, 2017, s. 5).

2.4.Araştırmanın Grubu

Araştırmamız Konya merkezinde faaliyet gösteren küçük sanayi sitelerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmamız Konya sanayisinde küçük işletme olarak faaliyet gösteren ve burada çırak, kalfa ve usta geleneğine dayanan ve bir mesleğe yönelik

işlerde çalışan gençlerle gerçekleştirilmiştir. Bu iş kolları içinde görüştüğümüz gençler otomobil tamirciliği, kaynakçılık, elektrikçilik gibi mesleklerle sınırlandırılmıştır. Konya Eski Sanayi sitesinde çalışan 15-25 yaş arası çalışan gençler araştırma grubunu oluşturmaktadır. Genç yaş aralığı sabit bir gösterge çizelgesi olmamasından kaynaklı araştırma verimliliğini açısından 15-24 yaş arası küçük sanayi sitelerinde çalışan gençler olarak belirlenmiştir. Araştırma amacına yönelik daha verimli bulgular alınabilmesi için amaçlı örneklem tercih edilmiştir. Amaçlı örneklem, örneklem grubunun belirli niteliklere sahip olmasının hedeflendiği rastgele bir örnekleme yöntemidir. Bu çalışmada da sanayi çalışan gençliği üzerine farklı bir bakış açısıyla bakılmıştır.

2.5.Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada çalışan gençlerle görüşmeler tamamen bilimsel etiğe ve akademik kurallara uygun şekilde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinde çalışan gençleri çalışma ortamlarında gözlemlene imkânı sağlanmış ve bu gözlemler araştırma verilerinin değerlendirilmesinde dikkate alınmıştır. Bu gözlemler bize iş ortamında gençlerin davranışları üzerinde önemli veriler sağlamıştır. Görüşme soruları hazırlanırken çeşitli aidiyet ölçekleri de dikkate alınmıştır. Örneğin aile aidiyeti konusunda, Mavili ve arkadaşlarının (2014) geliştirdiği “Aile Aidiyeti Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması” ve mesleki aidiyeti konusunda, Keskin ve Pakdemirli’nin (2016) geliştirdiği “Mesleki Aidiyet Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme, Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması” ölçeklerinden yararlanılmıştır. Belirlediğimiz her bir aidiyet biçimi ile ilgili gençlerin aidiyet düzeylerini tespit ettiği düşünülen belirli sayıda sorular sorulmuştur. Araştırma verileri önceden hazırladığımız yarı yapılandırılmış sorularla sınırlandırılmıştır.

Görüşmeler “yarı yapılandırılmış” mülakat sorularına verilen cevaplarla sınırlandırılmıştır ve görüşme sorularına verilen cevaplar ses kayıt cihazlarına kaydedilmiş ve daha sonra bu kayıtlar analiz edilmiştir.

Çalışan gençlerin aidiyet bilinçleri dört konu ile sınırlandırılmıştır. Bunlar; gençlerin yaşadıkları “şehir aidiyetleri”, gençlerin “meslek ve iş yeri aidiyetleri”, gençlerin “arkadaş aidiyetleri”, gençlerin “aile aidiyetleri” şeklindedir.

Araştırmada çalışan gençliğe sorduğumuz sorular (yarı yapılandırılmış soru formu) Ek:1’de verilmiştir.

2.6.Saha Uygulama Tekniği

Çalışan gençlik üzerine gerçekleştirilen bu araştırmada geçerlilik ve güvenilirlik en temel ölçüt arasında bilimsellik çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada bölge olarak Konya Eski Sanayi Sitesi seçilmiştir. Konya’nın en eski sanayi sitelerinden biri olması bu sanayi sitesinin seçilmesinden etkendir. Mülakat görüşmeleri görüşmeciyile sanayi dükkânı içerisinde uygun bir oda da baş başa ve özel şekilde gerçekleştirilerek daha sağlıklı bir görüşme ortamı oluşturulmuştur. Görüşmeciler belirlenirken araştırma sınırlılıkları kapsamında 15-25 yaş arası genç çalışanlar belirlenmiş ve ustalarında izin istenilmiş ve bir uygun yer bizlere tahsis edilmesi arzu edilmiştir. Tüm görüşmeler ses kayıt cihazıyla kaydedilmiş ve bilgisayara aktarılıp analiz edilmiştir. Analiz yapılırken görüşmelerdeki öne çıkan noktalar deşifre edilmiş ve betimsel nitel analiz tekniği kullanılarak kodlanmıştır. Araştırmada Kişisel Verileri Koruma Kanunu gereğince görüşmecilerin kişisel bilgileri açıkça verilmemiştir. Analiz yapılırken görüşmecilerin isim vb. özel bilgileri baştan başlanılarak ‘ÇGx’ (ör. ÇG1) olarak kodlanmıştır. Ek:2’de oluşturulan katılımcıların demografik özellikleri tablosu yer almaktadır.

2.7.Araştırmacı Gözlem ve Saha Notları

Bu kısımda mülakat görüşmeleri sırasında yaşanan bazı gözlem ve tecrübeler yer verilmektedir. Bu çalışma Konya’nın en eski sanayi sitelerinden biri olan Motorlu Taşıtlar Sanayi Eski Sanayi içerisinde araç tamiri yapan dükkânlar içerisinde gerçekleştirilmiştir. Rastgele girilen araç tamir dükkânlarına elinde bir çantayla girilmesinden kaynaklı en başta işportacı olarak algılanıp biraz çekimser cevaplar alınmıştır. Araç tamiri yapan kişilerin hali hazırda bir işle uğraşmalarından kaynaklı sorulan sorulara en başta samimi bir karşılık alınamamıştır. Genelde ustalardan izin istenilirken yapılan araştırmanın ne olduğunu ve kim tarafından yapıldığını bilmedikleri için olumsuz karşılık alınmıştır. Fakat öğrenci olarak yüksek lisans tezi yazıldığı söylendiğinde ne okuyorsun diye sorulup, Sosyoloji cevabı aldıklarında “siz ne yaparsınız?” sorularıyla karşılaşmıştır. Görüşme esnasında araç

tamirinden kaynaklı yüksek seslere maruz kalınmasından dolayı görüşmelerde bazı kesintiler yaşanılmıştır. Sanayi ortamından kaynaklı etrafın yağ ve araç malzemeleriyle dolu olması görüşme yeri belirlenmesinde zorluklara neden olmuştur. Yer yer usta-müşteri pazarlıklarına şahitlik edinilmiş ve araç tamirinden memnun olmayan müşteri-usta tartışmalarıyla karşılaşmıştır.

Tüm bahsedilen olaylara karşın Anadolu insanının samimiyeti her zamanki gibi sıcakkanlı olmuştur. Öğle vaktine denk gelindiğinde yemek ikram edilmiş ve hoş sohbetlerde bulunulmuştur. Yoğun iş tempolarında olan çalışanların soğuk hava koşullarında sıcak çay teklif etmişlerdir. Görüşmeler bitirildiğinde teşekkür amaçlı ustanın yanına varıldığında ustaların yapılan araştırmanın detayıyla alakalı sorular sorup, çıraklarının misafirperverlikleriyle alakalı sorular sormuşlardır.

Çalışan gençler üzerine yürütülen bu araştırmada görüşmecilerin hayat hikayeleri dinlenilmiş, tecrübe ve gözlem yeteneği kazanılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

3.Araştırma Bulguları Üzerine

Bu çalışma, toplumsal hayatın içerisinde var olan sanayide çalışan gençlerin sosyo-kültürel ve iş aidiyetini ortaya koyma amacı taşımaktadır. Her birey toplum içerisinde aidiyet duygusuyla kendini var eder. Bu duygunun tezahürü olarak bireylerin kendi içerisinde oluşturduğu bireysel aidiyetler, çevresini içine alan grup aidiyeti ve toplumsal aidiyet duygusudur.

Sanayide çalışan gençlerin üzerine gerçekleştirilen çalışmamızın alan araştırması bölümü, sanayi sitesinde çalışan gençlerin meslek gruplarından sınırlandırılmıştır.

Çalışma kapsamında çalışan gençliğin sosyo-kültürel ve iş aidiyetine ilişkin anlamlandırmada bulunabilmek üzere alana yönelttiğimiz sorularda 6 farklı kategori altında değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelere sanayide çalışan gençlerin kendilerini tanıtmaları istendi. Her katılımcı için sosyo-demografik özelliklerin tanımlanması yapıldı. Çalışan gençlerin Şehir, Mekan, Meslek, Arkadaş ve Aile aidiyetleri üzerine yaklaşımlarının anlamlandırılması yapılmıştır. Analizlerde katılımcıların isimleri ‘ÇGx’ (ör. ÇG1) olarak kodlanmıştır.

3.1.Sosyo-Demografik Özellikler

Bu başlık altında örnekleme oluşturan çalışan gençlerin mülakat sorularına verdikleri cevaplar doğrultusunda sosyo -demografik göstergelerine ilişkin veri yapısının anlamlandırılması amaçlanmıştır.

Araştırmaya katılan çalışan gençlerin cinsiyet dağılımlarına bakıldığında, sanayide çalışanların erkek olduğu görülmektedir. Aile ortamının yanında sosyal çevrenin etkisiyle şekillenen sosyalleşme süreci, toplumda sosyal ve kültürel bir

bağlılığın olduğu ve bu bağlılığın sürdürüldüğü bir gerçek süreçtir. Bu süreçte erkek cinsiyetinin rolü öğrenilmesi ve bu rollerin bireyler tarafından sosyal yaşama aktarılması beraberinde bireyin cinsiyete ilişkin var olan genel yargılara ve toplumsal algılamalara göre kendini ortaya koyması anlamına gelmektedir. Bu noktada toplumsal aidiyetin oluşumunda asıl etken sosyal ilişkilerin, kurumsal ilişkilerin ve sosyal yapı içerisindeki konumların, cinsiyet değişkeninde farklılıklar sunabilmektedir. Bu tür meslekleri yapanların erkek olması örneklemin zorunlu erkeklerden oluşmasına neden olmuştur. Bu nedenle araştırmanın soru cümlelerinde bağımsız değişken olarak ele alınan cinsiyet faktöründe yapılan görüşmeler 25 erkek bireyle gerçekleşmiştir.

Örneklemin küçük oto sanayi sitesinde çalışan gençler olması itibariyle bir gençlik kategorisini temsil ettiği söylenebilir. Görüşmeye katılan gençlerin 15 ve 25 yaş aralığındadır. 18 yaş ve altı kişi sayısı 17, 19-22 yaş kişi sayısı 3 ve 23 yaş ve üzeri kişi sayısı 5'tir. Bu yaşlar göz önüne alındığında yaş ortalaması 18'dir.

Çalışan gençlere kaç kardeş oldukları sorulmuş olup, çıkan sonuçlar üzerinden değerlendirildiğinde sanayide çalışan gençlerin kardeş sıralarında benzerlik gözükmuştür. Genelde kardeş sıralarında sonuncu ve sondan bir önceki kardeş olduğu gözükmemektedir.

Çalışan gençlerin eğitim durumları ise 2 kişi herhangi bir okula gitmemiş fakat okuma-yazma bildiklerini belirtmiştir. Ortaokulu tamamlayan kişi sayısı 13, liseyi tamamlayan kişi sayısı ise 10'dur

Örneklemini oluşturan çalışan gençlerin statüsüne ilişkin bilgi edinmek amacıyla sorulan soruya verilen cevapların doğrultusunda kalfa olarak çalışan gençlerin sayısı 11'dir. Bu grup örneklemin çoğunluğunu oluşturmaktadır. Diğer statü grubu olan çırak sayısı 10'dur. En az ise 4 kişiyle usta sayısı oluşturmaktadır. Konya Eski Sanayi Sitesinde çalışan bu gençlerin 5'i oto elektrik, 8'i oto tamir, 5'i oto kaporta, 4'ü oto rot balans ve 3'ü oto boya işlerinde çalışmaktadır.

Örneklemini oluşturan gençlerin büyük bir çoğunluğunun "Hayatının büyük bir kısmını nerede geçirdiniz?" sorusuna verdikleri cevap "şehir" olarak alınmıştır. Bu

da gösteriyor ki örneklemdaki çalışan gençliğin büyük bir kısmı şehirde büyüdüğü gözükmektedir.

Görüşme yapılan örneklemin genel manada ‘Hayatından memnun musun?’ sorusuna verdikleri cevapta yarıdan fazlasının memnun oldukları gözükmekte ve geri kalan kişilerin 7’si ise ‘Ne memnunum ne memnun değilim’ olduğu gözükmektedir.

3.2.Şehir Aidiyeti ve Şehirden Memnuniyet

Görüşme yaptığımız gençler, çalışma yaşamlarını Konya’da sürdürdükleri için Konya şehrine aidiyet durumları, yaşadıkları şehre yönelik değerlendirmeleri iş aidiyetleriyle doğrudan bağlantılı olduğu düşünülmektedir.

Bireyin yaratılışı gereği uygun olduğu yerde yaşayabilmesi ve temsil edilmesi sosyal bir ihtiyaç olarak karşılandığında mutlu olur. Aksi durumlar yaşayan bir insan için toplumsallaşma sürecinde olumsuzluklar bireyin, bıkkınlık, yabancılaşma ve ruhsal çöküntü yaşamasına neden olur. Yaşanılan bu durumlar neticesinde geri dönüşümü uzun yıllar alacağı kesindir. Şehirde yaşayanlar için sosyol-kültürel etkinlikler bireyin şehirde yaşayacağı aidiyeti artırır ve hızlandırır (Ökten, 2023).

Gençlerin genel olarak Konya şehrine yönelik bakış açıları olumlu olduğu görülmektedir. Şehir çoğu kişi için onların memleketleri olduğu için birinci şehir olduğu görülmektedir. Şehri beğendikleri sakin, yaşanabilir bir şehir olduğu kanaatleri oldukça yüksek düzeydedir. Fakat bazı katılımcılar imkân olduğu takdirde İstanbul, Ankara gibi büyük şehirlerde yaşama arzusu içinde olduklarını belirtmişlerdir. Neden başka şehirde yaşamak arzusunda olduklarına yönelik çok somut gerekçeler ileri sürmeseler de, oralarındaki yaşam ve hayat imkânlarının daha geniş olduğunu düşünmektedirler. Aslında o şehirlere yönelik ciddi bir tecrübeleri de söz konusu değildir. Kanaatimizce medyada üretilen imajlar bu kanaatlerin oluşmasında öncelikli rol oynamaktadır. Diğer yandan çeşitli vesilelerle kısa süreli bu şehirlere gidip görmeleri diğer büyük şehirlere olan ilgiyi arttırmaktadır. Ayrıca gençlerin tamamına yakını şehirle irtibatları oldukça sınırlıdır. Haftanın altı günü sabah 6’dan akşam 8’e kadar iş yerinde çalışmaktalar ve haftada bir gün Pazar günleri tatil yapmaktadırlar. Dolayısıyla şehrin sorunlarıyla çok da yüz yüze

gelmemektedirler. Birçoğunun doğup büyüdüğü ya da yaşamının tamamını şimdiye kadar aynı şehirde hatta aynı mahallede, aynı mekânlarda geçiriyor olmaları yaşamı ve şehri bayağılaştırdığı, dolayısıyla farklı ortamların çekiciliğinin bu gençlerde etkili bir unsur olduğu net olarak görülmektedir.

ÇG1: *“Konya’da yaşamaktan mutlu ve memnunum, fakat imkânın olsa bu şehirde yaşamak istemem, tercihim İstanbul olurdu, biliyorum bana karmaşık geliyor fakat yine de orada yaşamak isterdim”* diyerek Konya’nın dışında yaşamayı tercih ettiğini ifade etmektedir.

Benzer şekilde ÇG4. *“Elimde olsa yaşadığım şehri değiştirdim nedenini de çok söyleyemem fakat diğer bazı şehirler bana daha cazip geliyor”* diyerek yaşadığı şehre aidiyetinin düşük olduğunu belirtmektedir. Şehrin bu kişide oluşturduğu aidiyet duygusunun zayıf olduğu görülmektedir.

İki katılımcı için ortak bir değerlendirme yapmak mümkün olursa bu bireyler yaşadıkları şehirden yaşam kalitesi ve fırsatlar bağlamında memnun oldukları fakat şehirde onları çeken bir şeylerin eksikliğidir. Dolayısıyla bu şehrin sunduğu imkanların onlar için yetersizliği ortaya çıkmaktadır.

Diğer bir katılımcı da Konya’nın kendisine *“sadece doğup büyüdüğü bir şehri ifade ettiğini”* belirterek Konya’ya yönelik genel bir değerlendirme yapmadığını belirtmiştir. Fakat şehir bu birey için memleketi olduğundan diğer şehirlerden ayıran bir özellik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu noktada bireyin doğup büyüdüğü yer o birey için artı bir değer kazanmaktadır. Dolayısıyla birey içerisinde var olduğu şehre karşı bir aidiyet duygusunu dünyaya gelişinde kazanabilmektedir.

Örneğin ÇG3: *“Konya nüfusu çok olmayan rahat bir şehir. Burada yaşamaktan mutluyum başka bir şehirde yaşamayı hiç düşünmedim. İmkânları da oldukça iyi olan bir şehir. Bir kere Konya’nın sanayisi gelişmiş iş imkânları var. Ayrıca Konya ucuz bir şehir yani yaşam burada daha kolay”* diyerek Konya şehrinin sahip olduğu potansiyel imkânın veya fırsatın bireyde ihtiyaçları karşılamada rahat bir şehir olduğu söylenebilir. Şu an yaptığı iş içinde şehir ona mesleğinde gerekli

şartları oluşturduğunu belirtmektedir. Bu yüzden Konya onun için ihtiyaçlarını kolay karşılayabileceği ve rahat bir konfor alanı sağladığını söylemek mümkündür.

Konya bazı katılımcılar için onların doğup büyüdüğü ve memleketleri olan bir şehirdir. Hatta onlar için bu şehir bir geçim kaynağı olduğu görülmektedir. Onlar bu şehirde yaşarken ve hayatlarına bir düzen oluştururken şehir içerisinde güvenin ve güzelliğin bu şehirde olduğunu belirtiyorlar. ÇG12: “*Konya benim doğup, büyüğüm bir yer. Konya'nın doğal güzellikleri de var.*” demiştir. Bir diğer katılımcı ise ÇG11 bu söylenenlere benzer şeyler söylemiş ve üstüne eklemiştir: “*Geçim kaynağım.*” olarak belirtmiştir.

Sosyal ilişkiler bütünü olarak şehir, bireylerin yaşadıkları çevresel etkenlerle birlikte bazı semboller üzerinden bir bağlılık duygusu oluşturmaktadır. Dolayısıyla insan için yaşadığı şehirde bir anlamlandırma ihtiyacı gerekliliği ön plana çıkmaktadır. İnsanın fitri olarak her şeye bir anlam yüklemesi ve zihninde kavramlaştırması gerekmektedir. Burada açıkça söylemek mümkün ki, sanayi ortamında çalışan gençler sosyo-kültürel yapı içerisinde değerler bütününde bir anlam kazandırmış ve aidiyet duygusu oluşturmuştur.

Konya'nın kamuoyundaki imajı “muhafazakâr bir şehir” olmasıdır. Bu konuda gençlerin önemli bir kesimi, Konya'nın muhafazakâr bir şehir olduğu belirtmekle birlikte, aslında çok da muhafazakâr bir şehir olmadığını ifade etmişlerdir. Onlara göre her türlü yaşam tarzı Konya'da mevcuttur. Konya'nın dindarlığının yanında, isteyen kafesinden her türlü eğlenceyi bu şehirde bulabileceğini ifade etmişlerdir.

Örneğin ÇG1; “*Siz ne diyorsunuz, tabi ki insanları büyük oranda dindar, fakat herkesin istediğini yaşayabileceği imkânları bu şehirde bulabilirsiniz. Dolayısıyla çok da muhafazakâr denemez*” diyerek Konya'nın muhafazakâr algısına yönelik eleştirel bir değerlendirme yapmaktadır. Diğer bir eleştirel değerlendirme ise ÇG10: “*Ben üniversite okudum. Benim Eskişehirli arkadaşlarım oldu. Çok farklı bir kültürümüz var onun ben farkına vardım. Muhafazakarız ama Konya'da deniz olsa İzmir'i geçecek bir şehir. Bu şehir sadece gösterişi seven bir şehir. Çünkü Konya insanı dışarı çıktığında kendini belli ediyor. Yani bu şehir insanı kısıtlıyor. Konya*

insanının duyguları bastırılmış bana göre.” diyerek Konya insanının diğer şehirlere göre çokta farklı olmadığını belirterek Konya şehrinin insanı yaşam tarzı ve dini anlamda baskıladığını ifade etmiştir.

Diğer yandan da Konya'nın dindarlığına vurgu yaparak Konya'nın muhafazakâr bir şehir olduğu konusundaki görüşlere katıldıklarını ifade etmişlerdir. Örneğin ÇG3: *“Biz birçok şehri geziyoruz ve görüyoruz Konya gerçekten dindar ve muhafazakâr bir şehir. Bu kötü bir şey değil ki. Burada insanlar yaşamaktan memnun ve şehirlerini seviyorlar”* diyerek Konya'nın muhafazakârlığını onaylamakta ve bura şehirde yaşayan insanların bu yaşam biçimi benimsemelerinden memnun olduğunu belirtmiştir. Diğer bir destekleyici katılımcı olan ÇG24: *“dinsel olarak diğer şehirden daha yüksek. Fakat bu şehirde inanmayıp yaşayanı da var inanıp yaşayanı da var. Karışık bir şehir”* diyerek Konya'nın muhafazakârlığının yüksek olduğunu ama aynı zamanda da farklı inanış biçimlerini de içerisinde barındırdığını vurgulayarak dini açıdan kozmopolitik bir yer olduğu belirtmiştir. Bu durumda bu şehirde yaşayan kişilerin dini inanışlarına göre yargılanmadığını vurgulamaktadır.

Çalıştıkları sektörün bu şehirde yapılmasına yönelik olarak da gençler çalıştıkları mesleğin Konya'da yapılmasından da oldukça memnun olduklarını büyük oranda ifade etmeleri oldukça ilginç olarak değerlendirilebilir. İleride imkânları olsa başka şehirde yaşamak istemelerine rağmen, çırak ya da kalfalıklarını yaptıkları işin en iyi biçimde bu şehirde yaptıklarını belirtmeleri, yukarıda ifade ettiğimiz gibi farklı mekânların cazibesi olarak değerlendirilebilir.

Örneğin otomotiv tamirhanesinde kalfa olarak çalışan ÇG1: *“Bize dışarıdan müşteriler geliyor o insanlar da şehirlerinden ustalarından hiç de memnun değiller, aslında bizim burada her şeyimiz var. Bu yüzden de bu şehirde yaşamaktan memnunun”* diyerek şehirde var olan meslek erklerinin diğer şehirlere göre daha fazla olmasında dolayı insanların bu şehre geldiklerini ortaya koymaktadır. Diğer katılımcıya yöneltilen bu soruda ÇG8: *“Çok uygun. Türkiye'nin Çini Konya. Konya sanayisinde olan şey diğer sanayilerde de olur. Diğer illerin sanayileri fabrikalaşmaya gidiyor Konya'da ise esnaflaşma devam”* diyerek Konya'nın aynı

zamanda diğer illerin sanayilerinin öncüsü olduğunu ve bu şehirdeki sanayide esnaf olarak daha etkin rol aldığını belirtiyor. Türkiye'nin Çini diyerekse aslında Konya sanayisinin ülkede üstlendiği rol modeli vurguladığı görülmektedir. ÇG19 ise bu duruma benzer şeyler söylemiş ve Konya'nın sanayideki yerini anlatmak üzere *“Konya, Türkiye sanayi ortalamasında 3. veya 4. sırada yer alıyor.”* Diyerek şehirde sanayi gelişiminde de öncülerinden olduğunu belirtmiştir.

Konya küçük sanayi sitesi içerisinde çalışan gençler için Konya her şeyden önce doğup büyüdüğü ve memleketleri olması hasebiyle onların ait hissettikleri bir şehir olduğunu söylemek mümkündür. Onlar genel olarak bu şehirden memnunar fakat bazıları dezavantaj olarak bu şehrin onlara sunduğu imkânların yetersizliğinden dolayı diğer şehirlerin daha cazip geldiğini; avantaj olarak ise şehrin doğal güzellikleri ve bu şehirde ihtiyaçlarını kolaylıkla karşılayabildiklerini söylemektedirler. Aslında onlar için önemli olan şey öğrendikleri ve hayatlarını idame ettirecekleri mesleklerini doğru bir şehirde öğrenmeleridir. Çünkü onlar mesleklerini kendi tabirleriyle Türkiye sanayisinde iyi olan bir şehirde öğrenmektedirler. Dolayısıyla bu şehir onlara istediklerini vermekte ve aidiyet hissi oluşturmaktadır.

3.3.Meslek-İşyeri Aidiyeti ve Meslekten Memnuniyet

Gençlerin halen çalıştıkları meslekten memnuniyet düzeyleri konusunda görüşlerini değerlendirdiğimizde yüksek oranda bir memnuniyet göze çarpmaktadır. Gençlerin önemli bir kısmı kendi istekleri bu işte ki çalışmalarında rol oynadığını ifade etmişlerdir. Memnuniyetlerinde ustalarının da önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Ustalarıyla yaşadıkları bazı problemlerine rağmen işlerini iyi öğrendikleri kanaatini taşımaktadırlar. Çalışma ortamlarında işle ilgili imkânların geniş olması, iş yerinde yardımlaşma ve dayanışmanın yüksek olduğunu ifade etmişlerdir. Hemen hepsi de ileride kendi dükkânlarını açmalarının hayalini sürdürmektedirler. Diğer yandan gençlerin iş yeri aidiyetlerinin oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu aidiyetin yüksek olmasında genellikle okulda okumayı istememeleri ve bir iş yerinde çalışmayı tercih etmelerinin etkisinin yüksek olduğu söylenebilir.

ÇG1: “Ben 8. Sınıfı bitince burada işe başladım 4 yıldır çalışıyorum çok memnunuz. Benim arkadaşlarımın çoğu da sanayide çalışıyor, onlarla da konuşuyoruz onlarda çok memnunuz. Yeri geliyor usta kızıyor yeri geliyor bağırıyor ama genel olarak memnunuz. Çalıştığım bu yer bazen ailemden daha yakın geliyor bana...” diyerek iş yerlerindeki ilişkilerin aile kadar sıcak olduğunu ve hatta bazen “aileden daha yakın” geldiğidir. Birey için ailesinden daha çok vakit geçirdiği ustası ve iş arkadaşlarıyla oluşturduğu kuvvetli bağlar sonucu iş örgütüne karşı güçlü aidiyet duygusu hissetmektedir. Dolayısıyla burada işe ve iş yerine olan memnuniyetin yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Diğer yandan iş tercihlerinde belirli sektörlerde “merak” faktörünün etkili olduğu görülmektedir. Oto tamirhanesinde çalışanlar genellikle küçüklükten beri arabaya meraklı olduklarını, elektrikçide çalışanlarda elektrik ve elektroniğe küçüklükten beri meraklı olduklarını ifade etmişlerdir.

Başka bir katılımcı olan ÇG10: “Çocukluğumdan beri buradayım. 18 senedir hemen hemen buradayım. Tam olarak çalışmam ise 5 senedir. Her şeyden önce burası geçim kaynağı ekmek parası sevmediğim işi de yapmıyorum. Ben bu işi sevdiğim için üniversiteyi bıraktım.” Diyerek küçük yaşlardan itibaren sanayinin içerisinde olduğunu ve burayı sevmesinden kaynaklı üniversiteyi bile devam ettiremediğini söylemiştir. Onun için burası “geçim kaynağı” olmasının ötesinde aslında sevdiği ve kendini bu işe bağladığını ifade ettiği açıktır. Bu katılımcı aynı zamanda sanayi ortamında bir aile ortamı olduğunu söylemiştir. Buradan uzak olduğunda burayı özlediğinden de bahsetmiştir.

Örneğin otomotiv tamirhanesinde kalfa olarak çalışan ÇG14: “Burası artık benim evim gibi, hatta evimden bile bana daha yakın. Sabah 8’den akşam 8’e kadar çalışıyoruz. 12-13 saat buradayız akşam 9’dan sonra yemeği yiyip 11 gibi yatıyoruz. Yarın tekrar 8’de buradayız. Araba merakı bende küçüklükten beri var. Hatta hayalim ‘Şahin’ ya da bir ‘Doğan’ sahibi olmak. Bir de onu modifiye ettin mi tamam işte. Bir de ben onu istediğim gibi yapabilirim. Ama her şeyden önemlisi motorun sesi bana keyif veriyor. Dolayısıyla işi yapmaktan mutlu oluyorum.” diyerek iş yerinin kendisinde oluşturduğu aidiyet duygusunu ortaya koymaktadır. Onun için

işyeri evi gibidir. O gününün neredeyse tamamını bu yerde geçirmesine rağmen hayatından ve küçüklüğünden beri ilgi ve merak duyduğu arabalarla beraber olmasından dolayı memnundur.

İş yeri ve iş aidiyeti konusunda yine bir diğer katılımcı olan

ÇG2: *“Ustalar ve burada çalışan abiler samimi, hepsini öz abim gibi görüyorum. Burada çalışmak beni mutlu ediyor hiç daralmıyorum. Şimdi iş öğrenme sürecinde bazı sıkıntılar oluyor, şimdi bir kafede de çalışabilirdim fakat ileriye düşündüğünde önemli bir meslek sahibi olacağım. Herkes bir kafe açabilir fakat usta olmazsan bir araba tamirhanesi açamazsın”* diyerek mesleğine yönelik güven ve beklentisini ortaya koymaktadır.

Görüşme yaptığımız çalışanların önemli bir kısmı yukarıda ifade edilen cümleleri bire bir aynı şekilde kurmasalar da çalışma ortamındaki kişilerle olan ilişkiler ve ileride yaptıkları mesleğe yönelik benzer ifadeler kullandıkları belirlenmiştir. Bu bağlamda konuyu iki noktada değerlendirmek mümkündür. Birincisi, Çalışanların çalıştıkları iş yerindeki memnuniyetleridir. Çalışma ortamında ve iş öğrenme sürecinde bazı sıkıntılar olmakla birlikte, çalışanların samimiyetine güven ve aile ortamı gibi içtenlikli ilişkilerin var olmasıdır. Bu durum çalışanda mutlu bir ortamın varlığı ve yapılan işten haz duymadır. Gençlerin iş ortamını bir aile ortamı ile kıyaslamaları da oldukça dikkat çekicidir. Aile insanların bütün benlikleriyle ve samimiyetleriyle sığındıkları, kendilerini güvende hissettikleri ortamlardır. Bütün bu faktörler iş doyumunu ve iş aidiyetini olumlu yönde etkileyen faktörlerdir. İkinci olarak da, çalışmaktan amacın sadece para kazanmak ve rahat bir işte çalışmak olmadığı anlayışının benimsenmesidir. Nitekim piyasa da çok da özel becerilere sahip olmadan yapılan çeşitli işler söz konusudur. Gençlerin yaygın olarak genellikle geçici olarak çalıştıkları işlerden biri kafelerde garsonluktur. Bu tür işler kısmen daha kolay, öğrenmek için uzun bir eğitimi gerektirmeyen hatta yapılırken iyi bir ortam ve üstü başı kirlenmeden yapılabilen işlerdir. Bu işlerde kısa sürede daha fazla para kazanma imkânı da olabilmekte hatta gençlere istenilen şaşalı bir yaşam sürmesine de imkân sunabilmektedir. Diğer yandan gençlik çağında gençlerin giyim kuşamlarına, karşılarındakilere şık görünme isteklerinin daha yüksek olduğu

dönemlerdir ve bu tür kafeler bunları daha kolay sunabilen mekanlardır. Fakat gençler, bu tür işlerle, bir işin ustası olma arasındaki farkı iyi kavramış görünmektedirler. Ayrıca bir meslek sahibi olurken bazı güçlüklerin yaşanabileceği fakat sonucunda önemli bir kazanım elde edilebileceği düşüncesinin çalışanlar arasında benimsenmiş olmasıdır. Şüphesiz bu durum yine iş aidiyetini yüksek derecede ve olumlu yönde etkileyen bir faktördür. Sonuçta gençler amaçlarının sadece bir işte çalışmak olmadığını, çalışırken aynı zamanda bir işin ustası olacakları bilincindedirler. Yaygın halk tabiriyle her biri çalışma yaşamlarının ileriki süreçlerinde “altın bilezikleri koluna takacaklar” ve zamanı geldiğinde sahip oldukları beceri onlara, kendilerinin sahip oldukları ve işlerinin ustası oldukları bir iş yeri açmasına imkân verebilecektir.

Çalışan gençler için yaptığı işe ve mekânsal aidiyeti içerisinde bulundukları örgüt yapısıyla doğrudan alakalıdır. Örgüt içinde birey kendini konumlandırabiliyorsa orada bir bağlılık duygusu oluşmaktadır. Dolayısıyla yaptığı işteki motivesi ve çalıştığı mekândaki memnuniyet oranı yükselmektedir.

Diğer bir katılımcı ise liseyi bitirir bitirmez oto tamirhanesinde çalışmaya başladığını, üniversite okumak istemediğini, meraklı olduğu için bu işi tercih ettiğini ifade etmiştir.

Örneğin ÇG16: “Ben yaz aylarında gelip sanayide çeşitli işlerde çalıştım lise bitince de gelip bu işe başladım” diyerek işe olan merakını vurgulamıştır.

Gençlere kendilerini bu iş yerine bağlayan faktörün ne olduğu yönündeki sorumuzsa ise genellikle ilk zamanlar zorluk çektiklerini fakat zamanla alıştıklarını ve tamamen bu iş yerine alıştıklarını ifade etmişlerdir.

ÇG4. “Bu iş yeri benim değil fakat benim geleceğim. Geleceğimi bir anlamda burada arıyorum. Dolayısıyla bu dükkânda benim için zorluklar da kolaylıklar da olacaktır. Yani burada sadece arabalar tamir edilmiyor.” diyerek onun için iş yerinin değerinin sadece para kazandığı ve araçları tamir ettiği yer değildir. O burada geleceğinin temellerini inşa ettiğinin farkında. Bu yüzden söylemek mümkün ki onun

bu işe ve iş yerine atfettiği değer yalnızca maddi kazanç sağlamaktan çok daha fazlasıdır.

Çalışan gençler nazarında “usta” kavramının ne ifade ettiği sorumuza ise genellikle benzer cevaplar verildiği görülmüştür.

Örneğin ÇG1: *“Usta benim nazarımda öğretmen gibi bir şey, yeri geliyor aile gibi paramızı cebimize koyuyorlar, yeri geliyor bize nasihat ediyorlar tıpkı annem babam gibi. Yeri geliyor annem babamdan çok onları görüyoruz.”*

Yine diğer bir katılımcı ÇG8: Usta deyince aklına *“kollayıp gözetken kişi”* ve ÇG12: *“Elemanının gözünden yüzüne bakarak ne derdi var, para sıkıntısı var mı, elemanının ihtiyacını giderebilen işte baba gibi davranan ve koruyup kollayan biri”* demeleri gençlerin gözünde ustaların sadece mesleği öğreten bir kişi olarak görmediğini ortaya koyma açısından oldukça önemli bir tespitti gözler önüne sermektedir. Bütün bunları dikkate aldığımızda çalışan gençlerde ‘usta’, ileride yapacakları işi öğreten bir öğretmen, cebine para koyan bir anne baba hatta anne babasından fazla vakit geçirdiği bir kişi olarak görülmektedir.

İş aidiyetinde işverenin veya ustasının büyük bir etkisi vardır. Birey, ustasından samimiyet ve olumlu bir ilişki içerisinde olduğunda hem ustasına karşı bir bağ hem de mekâna karşı bir sıcaklık hissetmektedir. Böylelikle güçlü bağlarla oluşturulmuş bir aidiyet hissiyatı ortaya çıktığı görülmektedir.

Ustaların kendilerine iş öğretme biçimlerini beğenme konusunda gençler her zaman olmasa da genellikle onların üsluplarına alıştıklarını sonuçta işi öğrendiklerini belirtmektedirler. İleride kendi iş yerlerinde çıraklarına iş öğretirken örnek alacakları kişinin kendi ustaları mı olurdu yoksa farklı bir yolu mu tercih edecekleri konusunda sorduğumuz soruya da tamamı “ustaları gibi” bir öğretme yolunu tercih edeceklerini ifade etmişlerdir. Bu durumda usta ve iş yeri aidiyetinin gençlerde oldukça yüksek olduğunu bize göstermektedir.

Ustanın öğretme konusundaki yöntemi konusunda farklı bir yaklaşım ortaya koyarak, öğrenme işinin ustanın yanında kişinin kendi becerisinde olduğunu ÇG11

şöyle ifade etmiştir: *“Ustanın öğretmesinden çok senin isteğin önemlidir. Bunda biraz göz hırsızlığı vardır. Yapılan işe iyi bakıp sende yapacaksın. Biraz da elleyip ölçüp biçeceksin”*. Yine bazı katılımcıların ifade ettiği gibi, öğrenme işinin daha çok öğrenin becerisinden kaynaklandığını söylemeleri ve bu işi bir “göz hırsızlığına” benzetmeleridir. Meşhur Türk atasözünde “bakmakla öğrenilseydi kediler kasap olurdu” denir. Dikkat edilirse gençler bakmakla birlikte işe duyulan istek ve baktıktan sonra kendilerinin yapmaya çalışmalarıdır. İş öğrenmek için dokunmanın, ölçüp biçmenin ve uygulamanın önemine dikkat çekmektedirler. Aslında gençlerdeki iş öğrenme konusundaki bu yaklaşım bir eğitim metodolojisinin sonucu olduğu söylenebilir. Ustasının ya da kalfanın kendisine, gerek sözleriyle gerekse davranışlarıyla telkin ettiği bir yaklaşımdır. Şüphesiz yine halk arasında sıklıkla kullanılan “her yiğidin bir yoğurt yemesi vardır” özdeyişi de burada kendisini göstermektedir. Her usta farklı bir yolla sorunu tespit edip tamir edebilir. Fakat burada gözlem, deneyim, uygulama vb. süreçler devreye girmektedir. Çalışan gençlerde bir öğrenme yolu ve ustalığa giden süreçte takip edilip uyulması gereken bir yöntem olarak ilgili süreci benimsemeleri oldukça dikkate değer bir durum olarak değerlendirilebilir.

Çalışan gençlerin bu işi tercih etmelerinde çevrelerinin etkisinin olup olmadığı konusunda ise gençlerin birçoğunun kendi istekleriyle bu işi yapmaya başladıklarını açıkça söylemek mümkündür. Okul çağlarında arkadaşları okula giderlerken çalışmaya karar veren bu gençler görüşmelerde de açıkça görülmektedir ki sevdikleri veya hoşlarına giden bir yönetime kendilerini vermişlerdir. En açık şekilde örnek verilebilecek olan ÇG7: *“Bi anda oldu. Önceden büfede çalışıyordum. Buralara gelip giderken baktım lamba filan takılıyor. Aklımda, acaba bende yapabilir miyim diye soruyordum kendime. Baka baka heveslendim ben bu işe. Halada bu hevesim devam ediyor.”* diyerek bu mesleği seçmesindeki asıl faktörün tamamen içinden gelen duygularından karar verdiği görülmektedir. Diğer bir katılımcı olan ÇG16: *“Daha önce çarşıda telefoncuda da çalıştım. Diğer işlerde çalışırken sürekli bir bahaneyle o işten kaçma isteği doğuyordu. Ama burada öyle olmadı. Her zaman çalışma isteği içerisinde oluyorum.”* diyerek bir önceki katılımcı gibi benzer bir yönelimin olduğunu ve tamamen kendisinin işe olan istekliliğinden

dolayı bu tarz bir işte çalışmaya başladığını söylemiştir. ÇG16'nin verdiği cevaba bakıldığında iş hayatında ait olduğu ve ait hissettiği yeri bulduğunu söylemek mümkündür. O mesleğiyle kendi arasında duygusal bir bağ kurmuştur.

Sanayi gençlerine genel bakıldığında ilgileri olduğundan dolayı çalıştıkları doğrudur. Fakat bazı katılımcıların ise hayattaki bazı durumlarından kaynaklı yönlendirmelerle bu işe başladıklarını söylemişlerdir. Ör. ÇG9: *“Okulun olmayacağını anladım. Sanayide birçok işe baktım başta Cnc ye baktım sonra içime çok sinmedi. Birkaç tanıdık ve amcaoğlumun yönlendirmesiyle de kaporta işine başladım.”* diyerek bir yönlendirme sonucu bu işe başladığını belirtmiştir. Bazıları içinde zorunluluktan kaynaklı sanayide işe başladığı görülmüştür. Bir katılımcının iki sefer araba ile kaza yapması sonucu babasının zoraki olarak çalışmasını istediğini belirtmiş ve kazandığı parasını ise kaza yaptığı arabanın borçlarını karşılamakta olduğunu söylemiştir. Fakat bu katılımcı için değişik bir durumda ortadadır. Katılımcı her ne kadar çalışmak zorunda kalsa da aslına bakıldığında ilerde de bu işi yapmak istediğini belirtmiştir. Yani işine karşı bir aidiyet duygusu kazanmış durumda olduğunu söylemek mümkündür.

Çalıştığı yerde emeğinin karşılığını alıp almama konusunda ise gençlerin tamamı, alınan haftalığın maddi bir değerinin olmadığı, her şeyden önce hayatlarını kazanacakları bir mesleği öğrendiklerini bunun değerinin ölçülemeyeceği bağlamında değerlendirmeler yapmışlardır. Ayrıca bu tür mesleklerde çırak ve kalfa iken para kazanılamayacağını, ancak para kazanmanın ustalıkla mümkün olacağı inançlarını defaatle belirtmişlerdir. Diğer yandan bu algı meslek aidiyeti yükseltmede önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Buna istinaden ÇG6 şöyle ifade etmiştir: *“Benim buraya girme amacım para olmasından ziyade kazandığım paranın çok bir şey ifade ettiğini söyleyemem. Asıl amacım mesleği öğrenmek ve elime bir meslek almak.”* diyerek öğrendiği işi daha öncelediğini belirtmiştir. Diğer bir katılımcı ÇG11: *“İçimde güzel duygular oluşmasını sağlıyor. Her şeyden önce helal paramı kazanıyorum.”* Diyerek alın teri ile kazanmanın farklılığını vurgulamıştır.

Sanayi gençliğinin söylemleriyle hareket edersek eğer gençler genel manada yaptıkları işten ve daha önemli tercih ettikleri meslekten memnun olduklarını açık

şekilde ifade etmek mümkündür. Hayatlarının büyük bir kısmını arabanın tamir ve onarımı yapmaktan mutlu oldukları görülmektedir. Dolayısıyla bu gençler kendilerinin ne yaptığını ve gelecekte onları nasıl bir hayatın beklediğinin farkında oldukları söylenebilir. Gençlerin yaptıkları bu mesleğe aidiyetleri gayet yüksektir.

Sanayi ortamında çalışıp sosyal aktiviteler konusunda geri kalan gençler için iş aidiyetlerinin yüksek olması mesleki aidiyetin tanımlarında bir karşılık oluşturmıştır. Mesleki aidiyet kavramını açıklarken birey için iş hayatındaki aidiyetini sosyal yaşamında yaptığı aktivite ve eylemlerle güçlendirmekte olduğunu söylemiştik. Fakat bu araştırmada gençlerin sorulara verdikleri cevaplar doğrultusunda sosyal yaşamlarındaki faaliyetleri çok azdır. Dolayısıyla bir iş aidiyeti oluşturmada önemli olan temel iş ortamına ve yaptığı işe bağlıdır. Dışarı etkenlerden bağımsız olarak düşülmesi mümkündür.

3.4.Arkadaş İlişkileri ve Arkadaş Aidiyeti

Sanayide çırak, kalfa ya da usta olarak çalışan gençlerin arkadaş ilişkileri oldukça sınırlı olmakla birlikte arkadaşlara güven ve arkadaş aidiyetleri oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Modernleşme süreciyle beraber bireyciliğin arttığı, ben merkezli bir düşünce anlayışının geliştiği bir dünyada sanayide çalışan gençlerin arkadaşlara güven düzeylerinin yüksek olması oldukça dikkate değer bir durumdur. Şüphesiz bu durum farklı araştırmalarda ayrıntılı olarak değerlendirilebilmekle birlikte, çalışma ortamlarında paylaşımcı geleneksel ilişkilerin yoğun yaşanması bunun en önemli nedenlerinden biri olarak ifade edilebilir. Ayrıca çalışma saatlerinin uzun olması daha az sayıda ve genellikle aynı çevreden bireylerin ilişkisini zorunlu kılmaktadır. Diğer yandan usta-çırak ilişkisi ve bunun verdiği geleneksel formlar kişilerin tutum ve davranışlarında etkili olabilmektedir.

Arkadaş birey için bir yardım ve destek almasını sağlayan ihtiyaçtır. Bu aidiyet hissiyatı paylaşım, iletişim, etkileşim, eğlence gibi konularda duygusal bağlarla bağlanmasını sağlayan ilişkidir. Arkadaş bireye değerlilik duygusu kazandırır ve kimlik inşasında kişiyi destekler (Uluhan, 2022).

Çalışan gençlere “senin için arkadaş ne ifade ediyor?” sorusu sorulduğunda verilen cevaplar farklılıklar göstermektedir. Onlar için arkadaş boş zamanlarında çeşitli bilgisayar oyunları oynadıkları, okuldaki ödevlerine yardımcı oldukları (bilindiği gibi bazı çalışanlar eğitimlerini çıraklık eğitim merkezleri vb. yerlerde sürdürmektedirler), bir akşam beraber olup, sohbet ettikleri kişiler olarak bahsetmektedirler. ÇG11: *“Arkadaş, benim için işten çıktığımda benim kafamı dağıtmamda yardımcı olan kişidir. Birlikte gülip eğlendiğim sosyal aktiviteler yaptığım kişidir. Arkadaşlarım genelde okuldaki ödevlerime yardımcı olurlar. O yüzden ödevlere yardımcı olan demek istiyorum.”* diyerek arkadaş kavramının onlar için anlamını ortaya koymaya çalışmışlardır. Kısaca arkadaş onlar için boş vakitlerini birlikte geçirdikleri, gerektiğinde onlardan yardım aldıkları kişilerdir.

ÇG20: *“Arkadaş çok genel bir kavram bana göre. Yani her anlamda arkadaş olabilir; oyun arkadaşı, çalışma arkadaşı olur... olur. Benim arkadaşım çok yok. Arkadaşlarla çok vakit geçirmem. Ama arada bazı akşamlar çıktığımda bir şeyler yapmak istediğim oyunlar oynadığım arkadaşım var.”*

ÇG1: *“İlk zamanlar haftanın 6 günü günde 12 saat çalışmak beni üzüyordu. Çünkü kendime ve arkadaşlarıma vakit ayıramıyordum. Fakat zamanla alıştım artık bana normal geliyor. Fakat bir işim var ve işi büyük ölçüde öğrendim. Yani ‘altın bileziğim oldu’. Doğal olarak arkadaş ilişkilerim azaldı. Ancak hafta sonları görüşebiliyoruz.”*

Çalışan gençler iş hayatlarından önce sosyal bir ortam içerisindeyken şu anda sabit bir mekân ve her gün aynı kişilerle iletişim içinde oldukları görülmüştür. Bu toplumsallaşma sürecindeki gencin kimlik inşasını ve kültürel değerlerin değişimine neden olabilmektedir. Bireyin gündelik hayatında sadece ona sunulan çevrenin içinde ve sosyal ilişkileri belli bir kesimle sınırlı kalabilmektedir. Haliyle çalışan gençler aslında dış dünyayla ilişkilerini büyük ölçüde koparabilmektedir. Dolayısıyla sanayi ortamında hayatının büyük bir kısmını geçiren genç için “öteki” ile bağ daha farklı oluşmakta ve daha ziyade mesleki boyutta sınırlı kalan toplumsallaşma süreci içerisinde kalabilmektedirler.

Diğer taraftan fırsat buldukça az sayıda olan arkadaşlarıyla bir araya geldiklerini, onlarla dertleştiklerini, zaman zaman yardımlaşıklarını ve hatta arkadaş ve dostluğun önemine sıklıkla vurgu yapmışlardır.

ÇG13: *“Arkadaşlarımızla her şeyimizi paylaşıyoruz. İhtiyacım olunca arkadaşlarımdan arabasını bile teklifsiz alırım. Onların çoğu benim için ailem gibidir. Dedim ya belki sayıları az ama onlar bana birer dosttur hatta dostluktan da öte. Aramızda teklif olmaz.”* ÇG9: *“Gerçek bir dostsa benim her şeyim gibi bir şeydir. O da bir parçam gibidir.”*

Önemli bir ayrıntı olacak nokta ise sanayide çalışan gençlerin arkadaş ortamlarının farklılık göstermemesidir. Araştırmadaki katılımcılar göz önünde bulundurulduğunda bir gencin işe başladığı yaşlar aslında sosyalleşmenin kısmen erken dönemi ve dış dünyaya yeni yeni açılmaya başladığı dönemlerdir. Buradan kasıt okul, dersane, kafe vb. mekânlar sayesinde kişinin çevresinin yakın çevreden bağımsız olarak farklı kesim grupların hayata girişinin başladığı olarak söylenebilir. Katılımcılara çevrelerindeki arkadaş grupları sorulduğunda daha çok iş arkadaşları veya mahalleden gelen çocukluk arkadaşları olduğu görülmüştür. Bu yüzden gençlerin iş hayatına başlamaları ve okulla olan ilişkilerinin zayıflamasıyla sosyalleşme çevrelerinin kısıtlı kalabildiği söylenebilmektedir. Nitekim çevrede daha çok kimler olduğu sorulduğunda ÇG15: *“Çocukluk arkadaşlarımla”* ve ÇG8: *“Farklı sektörlerde çalışan çocukluk arkadaşlarımla ve sanayide çalışan arkadaşlarımla”* cevapları alınmıştır.

Katılımcıların arkadaşlık ilişkilerini sorgularken onlara gerçek bir dostun olduğunu düşünüyor musun? diye soru yönelttiğimiz de net bir ayrım yaptıkları görülmüştür. Onlar için dost, her zaman yanında olan kişidir. Dolayısıyla sanayi gençliği için dost arkadaştan öte her ne olursa olsun yanında yer alan kişi olarak tanımlanabilir. Örneğin ÇG6: *“arkadaşlık ve kardeşlikten öte, sırdaş”* ve ÇG5: *“dar zamanında yanında olan”* şeklinde cevaplar vermişlerdir.

ÇG17: *“Benim yerime beni düşünen varsa arkadaşım. Zaten arkadaşta dost olur. Kendimce arkadaşım çok ama dostum çok az”* diyerek arkadaş kavramı daha

çok gündelik yaşamda diyalog içerisinde oldukları kişiler olarak tanımlamıştır. Onun için dost daha ön plandadır. Diğer bir katılımcı olan ÇG25 ise bu duruma karşı olarak değerlendirilebilecek bir cevap vermiştir: *“dostluk bana göre önemsiz bir şey. Bir arkadaşın var ona kardeşim diyorsun. Bana göre anlamsız geliyor.”* diyerek dostluğun abartı bir olay olduğunu ve arkadaş kalmanın gerektiğini belirterek dostluğun önemsiz bir değer olduğunu belirtmiştir.

Aidiyet duygusu insan için bir ihtiyaçtır ve aidiyette bilincinde arkadaşlar önemli bir yer tutar. Bu ihtiyaç insanı bir gruba ve topluluğa aidiyet sağlama güdüsünü harekete geçirir. Ortak amaçlar ve paylaşımlar bu duygunun pekişmesine katkı sağladığı söylemek mümkündür.

Aidiyet duygusu insan için bir ihtiyaçtır ve aidiyette bilincinde arkadaşlar önemli bir yer tutar. Bu ihtiyaç insanı bir gruba ve topluluğa aidiyet sağlama güdüsünü harekete geçirir. Ortak amaçlar ve paylaşımlar bu duygunun pekişmesine katkı sağlar. Bu bağlamda da çalışan gençlikte “arkadaş aidiyeti” önemli bir yer tutmaktadır. Fakat araştırmamızda ele aldığımız diğer aidiyet türlerine göre gençlerde arkadaş aidiyetinin daha sınırlı düzeyde kaldığı görülmektedir. Nitekim okul dönemlerindeki arkadaşları ve şu anda çalışma ortamında elde ettikleri arkadaşlarla sıklıkla ilişkilerini sürdürmektedirler. Arkadaş ilişkilerinin ve arkadaş sayısının sınırlı kalmasında en önemli faktör, çalışma saat ve günlerinin uzun olmasıdır. Haftanın altı günü sabah sekizden akşam sekize kadar çalışmaktadırlar ve sadece Pazar günlerinin kendilerine ayırabilmektedirler. Dolayısıyla boş vakitlerinin sınırlı olması onların değişik çevreleriyle ilişkilerini azaltmakta ve kendi yaş grupları ile olan paylaşımlarını azaltmaktadır. Fakat tüm bunlara rağmen arkadaş onlar için birçok şeyleri paylaşabildikleri, borç alıp verebildikleri, dertleşebildikleri ve boş vakitlerini birlikte değerlendirdikleri önemli değerlerdir.

3.5.Aile Aidiyeti ve Aile İlişkileri

Birey aidiyet ilişkilerine ailede başlar. Diğer aidiyetler ise sosyal aidiyetler olarak ortaya çıkar. Mahalle, arkadaşlarla ve yeni tanışılan kişilerle oluşturulan aidiyet bu gruba dahildir. Dolayısıyla insanlarla oluşturulan aidiyet ilişkisi aile

aidiyeti kadar etkili olamaz. Çünkü aile aidiyeti en sağlıklı ilişki hissidir (Gök, 2019, s.23). Toplumun temel kurumu olan aile, sağlıklı bir toplum yapısının temelini oluşturur. Bireyin ailesiyle geliştirdiği sağlıklı ilişkiler ve ailesine duyduğu güven onun kimlik gelişimi içinde çok önemlidir.

Sanayide çalışan gençlerin aile aidiyetlerinin ve aileye bağlılıklarının da oldukça yüksek olduğu ve ailelerine yönelik olumsuz değerlendirmelerinin oldukça sınırlı düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu durum, hem bireysel hem de toplumsal yapının sağlıklı bir şekilde gelişmesi açısından da oldukça önemli bir durumdur.

Görüşme gerçekleştirdiğimiz gençlere, ‘aile sizin için ne ifade ediyor?’ şeklindeki bir sorumuza katılımcıların önemli bir kısmında *“aile en değerli varlığımız”* söyleminin ön plana çıktığı görülmektedir. Örneğin ÇG2: Aile size neyi ifade ediyor sorumuza *“Aile benim için mutluluk, huzur, saadet ve en önemli parçam”* diye cevap vermesi aileye verilen önemi çok net bir şekilde ortaya koymaktadır. Diğer bir örnek olabilecek ÇG10 *“Yirmi beş yaşındayım. Yirmi beş yıldır ailemle yaşıyorum. Benim her zaman arkamda durdular. Bugüne onlar sayesinde geldim. Ben eminim ki kendi kendime gelmedim bugünlere. Hep ailemin desteğiyle buralara kadar geldim. O yüzden büyük bir anlamı var ailenin”* diyerek ailenin kendisinde önemli bir yerde olduğunu belirtmiştir. Başka bir katılımcı olan ÇG8 ise, *“En büyük dağ. Başıma ne gelse her zaman arkamda olan ailem.”* şeklinde ailesine verdiği değeri ve güveni açıkça anlatmıştır. Bir diğer görüşmeci olan ÇG18: *“Aile, yuva demek. Başını yaslayacak omuz demek. Mutlu olacağım bir yer.”* diyerek aileye olan aidiyetin yüksek bağlarla kurulu olduğunu açıkça vurgulamaktadır.

Aile ve kuşak çatışmalarının oldukça yüksek düzeyde var olduğu bir dünyada çalışan gençliğin aileyi büyük orada önemsemesi ve ailesine aidiyet hissetmesi oldukça önemli bir sonuçtur. Bir katılımcı özellikle kardeşlerimle yaşadığım bazı problemlerden dolayı *“imkânım olsa ayrı bir evde yaşar mıyım”* diye düşündüğünü fakat imkânım olsa da bunu yapmasının doğru olmadığını ifade ederek güçlü bağlarla kurulu olan aile aidiyetini görmek mümkündür.

Ailenin belirli konularda karar alırken kendilerinin hiç fikirlerini alıp almadıkları konusunda katılımcıların önemli bir kısmı “*genelde kendi görüşlerini aldıkları*” yönünde görüş belirtmişlerdir. Şüphesiz aile içi ilişkilerde bu karşılık, gençlerin aile aidiyetini güçlendirmede önemli bir etkiye sahip olduğunu ifade edebiliriz. Belirli konularda da olsa gençlerin aileleri tarafından görüşlerini almaları, onların kendilerini değerli hissetmelerinde etkili bir faktör olduğu da söylenebilir.

Diğer yandan çalışan gençler arasında “aile rızası” önemli bir yer tutmaktadır. Katılımcıların büyük kısmı herhangi bir önemli kararda aile rızasını almaya gayret ettiklerini ifade etmişlerdir. Örneğin ÇG3: “*Ailemin, özellikle anne-babamın rızasını almadan bir iş yapmak istemem. Rıza önemlidir yoksa işlerim rast gitmez*” diyerek aile aidiyetinin önemine farklı bir vurgu yapmıştır. Modernleşme ile bu tür geleneksel değerler yerini daha çok ‘bireyci’ ve ‘ben merkezli’ değerlere bıraktığı bilinmektedir. Geleneksel bir değer olarak ‘aile rızasının’ çalışan gençlikte yaygın kabul görmesi, oldukça dikkat çekici bir durumdur ve çalışan gençliğin aile merkezli geleneksel değerlere vurgu yapmaları açısından oldukça anlamlıdır.

Ailenin okuma yerine çalışma yaşamına girmesindeki tepkilerini sorduğumuzda, genellikle tercihi kendilerine bıraktıkları konusunda cevaplarla karşılaşmıştır. Okula devam etmeleri konusunda ısrarcı olup olmadıkları konusunda ise genellikle okumamız konusunda telkinde bulundukları fakat tercihi kendilerine bıraktıkları yönünde cevaplara sıklıkla rastlanmıştır.

Nitekim ÇG1: “*Annem, babam okusan daha iyi olur dedi, bende okumayacağım çalışacağım dedim. Okumam konusunda biraz ısrarcı davrandılar fakat ben okumayacağım, çalışacağım deyince de arkamda durdular. Yani zorlamadılar beni*” şeklinde cevaplar oldukça yoğunluktadır. Çocuklarını okutma eğilimi Türk toplumunda oldukça yaygın bir taleptir. Çünkü eğitim, önemli bir dikey hareketlilik unsurudur ve gelecek için önemli bir yatırımdır. Nitekim Türkiye’de her yıl üniversite sınavlarına girecek öğrencilerin artan sayısında bunu net olarak görmekteyiz. Ailelerin çocukların okuması konusunda yüksek taleplerine rağmen, okumayı istemeyen çocuklarına da destek vermeleri ve onların arkalarında durmaları diğer önemli bir husustur.

Bu yaş gruplarında özerklik düşüncesi oldukça önemli bir yer tutar. Sanayi çalışan gençlere aileden ayrılıp ayrı bir evde yaşamak ister misin şeklindeki sorumuza da gençlerin tamamı *“ailemden ayrı yaşamayı düşünmem”* şeklinde cevaplar alınmıştır. Evlilik sonrası ise tercihlerinin ayrı bir ev açmak yönünde olduğu belirlenmiştir. ÇG25: *“Bana soracak olsan ben ailemle yaşarım, fakat kızlar pek istemez o yüzden sanırım ayrı bir evde yaşayacağız”* şeklinde genel kanaatlerini belirtmektedirler. Bu durum günümüz dünyasında normal bir durumdur. Fakat verilen diğer cevapları da dikkate aldığımızda, ayrı evde yaşamak, onlardan kopmak, onları dışlamak değil, hayatın bir zorunluluğu olarak değerlendirilebilir.

Aile içinde diğer kardeşlerinle sorun yaşayıp yaşamadıkları şeklindeki sorumuza da, genellikle kardeşler arasında ufak tefek sorunların dışında ciddi bir problem yaşamadıkları yönünde cevaplar elde edilmiştir.

Bütün bunları dikkate aldığımızda, çalışan gençlikte aile aidiyetinin oldukça yüksek olduğu gayet açıktır. Onlarda aileleri her zaman ayrı tutmaktalar, gençler için aile her zaman yüksek bir değer ifade etmektedir. Çalışma hayatları onlara aileleriyle birlikte çok da vakit geçirmelerine imkân sağlamasa da onların ailelerine karşı düşüncelerini değiştirmemiştir. Belki de çalışma yaşamı ve burada karşılaştıkları durumlar, ailenin değerinin onlarda pekişmesine olumlu katkı sağlamasına yol açtığı söylenebilir. Onların bu tutumu sağlamalarının diğer bir nedeni de daha geleneksel bir iş ortamında çalışıyor olmalarıyla açıklanabilir. Usta çırak ilişkisi geleneksel kodlarla işleyen bir sistemdir ve bu geleneksel kodlar sürekli pekiştirilir. Konya sanayisinde muhafazakar yapının büyük ölçüde yaygın olması, iş ortamı ve çevrede dini değerlerin etkin bir şekilde varlığını sürdürmesi gençlerde aile ilişkilerinin güçlenmesine destek veren mekanizmalar olarak değerlendirilebilir. Şüphesiz Türk aile yapısında bu tür geleneksel değerlerin sürdürme istencinin yüksek olması ve buna önem verilmesi de genç-aile ilişkilerini etkileyen olumlu diğer bir faktördür.

Diğer dikkate değer bir hususta gençlerin arkadaş-aile tercihlerine baktığımızda da karşımıza çıkmaktadır. Şüphesiz yaş grupları dikkate alındığında, bu yaşlardaki gençlerde arkadaş aidiyeti aile aidiyetinden daha yüksek olması beklenen bir durumdur. Çünkü arkadaş ortamı, aileye göre kişinin özgürlük ortamını daha

fazla bulabildiği, kendini daha rahat hissettiği ortamı ona sağlar. Üzerlerinde otorite ve baskıyı arkadaş ortamında daha az hissederler, daha rahat hareket edip kendilerini daha özgür hissederler. Bu bağlamda, gençlere, daha çok ailenin yanında mı yoksa arkadaşlarının yanında mı vakit geçirmek istersin? Şeklindeki sorumuza katılımcıların tamamı “tabii ki aile” cevabını vermişlerdir. Şüphesiz bu durumda çalışan gençlik arasında aile aidiyetinin ve onlara güvenlerinin yüksek düzeyde olduğunu göstermesi açısından da oldukça anlamlı görünmektedir.



SONUÇ

Bu araştırmada, “aidiyet” (ait olma ve ait hissetme) duygusunu toplumsal hayat içerisinde önemli bir yer teşkil ettiğini ve bu duygunun değişimsel farklılıklarının açıkça görülebildiği bir gençlik kategorisini oluşturan “çalışan gençler” üzerinden anlamlandırmaya ve açıklamaya çalışılmıştır. Gençlik bütün toplumlar için önemli bir toplumsal kategoridir. Geçmiş ve gelecek arasındaki köprüyü genç nüfus sağlar. Onlar, yetiştikleri toplum içerisinde kültürel örf ve adetlerle kendilerini inşa etme çabasına girerler ve duygusal hisleri ve norm kuralları arasında aitliğini ortaya koyarlar.

Aidiyet her şeyden önce insanla alakalıdır. Aidiyet insanın yaşam duygusunun bir parçasıdır. Bireyler toplumda kendini olay ve olgular içerisinde bulurlar ve bu durumu yaşam içinde şekillendirerek kendilerine ait bir dünya oluştururlar. Bu süreç kültürel, siyasal, eğitimsel, dinsel, ailesel gibi birçok kurumlar çerçevesinde oluşur.

Birey yaşamındaki aidiyet duygularının bir araya gelerek bütünsel bir yapı oluşturmasıyla kendine ait bir kimlik tanımlar. Aslında bu süreç bir ilişkiler kümesi içerisinde geçer. Doğrudan veya dolaylı ilişkiler bütünüyle bireyler kuşak aidiyetinin aktarımını yaparlar. Bireyler sahip oldukları yorumlama ve tahlil etme yeteneği sayesinde bir başka aidiyet duygusunu isteyerek veya istemeyerek de benimseyebilirler. Bireyler her ne kadar bir toplum içerisinde kendini inşa etmeye çalışsa da dış toplumlarla da iletişim halinde olacaktır. Böylelikle farklı aidiyet duygularına da sahip olmaları kaçınılmaz bir durumdur.

Sosyoloji toplumlardaki olay ve olguları inceleyen bir bilim olması hasebiyle aidiyet duygusunu incelemesi ve analiz etmesi mümkündür. Bireyin sahip olduğu aidiyeti ortaya çıkarmak, onu çeşitli boyutlarını ortaya koymak, bireyin toplumsal ilişkilerini çözümleme anlamında sosyolojik olarak oldukça önemlidir. Bu yüzden toplumda önemli bir kategoriye oluşturan gençliğin toplumsal aidiyet analizi yapmak oldukça anlamlıdır.

Aidiyet duygusunu incelemekte genç grubunu ele almak oldukça önemlidir. Çünkü genç kategorisi, yaş kategorileri arasında, geçişte bireyin sosyalleşme sürecini tam manasıyla yaşadığı dönemdir. Birçok kültürde genç “toy” olarak kabul edilir. Yani gelişimi tamamlamamış ama öğrenmenin ve gelişiminin en yüksek olduğu dönemdir.

Türkiye’de hemen hemen her yedi kişiden biri genç olduğunu söylemek mümkündür. Bu genç kitlenin ülkeye katma değeri azımsanmayacak kadar fazladır. Dolayısıyla 12 milyon gence sahip Türkiye’de istihdamda yer alan gençler üzerine bir araştırma yapmak oldukça anlamlıdır. Bu çalışmada sanayide çalışan gençlerin sosyo-kültürel aidiyetlerini “şehir aidiyetleri”, “meslek ve iş yeri aidiyetleri”, “arkadaş aidiyetleri” ve “aile aidiyetleri” olmak üzere dört temel alanla sınırlandırarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Araştırma verilerimize göre, sanayide çalışan gençlerin yaptıkları iş aidiyetlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yaşadıkları şehir Konya’dan da oldukça memnun oldukları görülmektedir. Kendi tercihleriyle sanayide çalışmayı seçen bu gençlerin yaptıkları işten memnun olmalarında Konya şehrinin sahip olduğu sanayi alt yapısının büyük bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Gençlerde iş yerlerine ve yaptıkları işe olan memnuniyet durumu oldukça yüksektir. Katılımcılar sanayi ortamında sabah 8’den akşam 7-8’e kadar çalışarak günlerinin büyük bir kısmını belli bir mekânda geçirmelerine rağmen bu durumdan şikâyet etmeden memnuniyetlerini belirtmeleri oldukça önemli bir tespittir. Çünkü bu katılımcıların tamamına yakını işlerini sevmekte ve bu işi yapmalarının doğru bir tercih olduğuna inanmaktadırlar. Usta-Çırak ilişkisi onların eğitimde ve işlerine olan aidiyeti arttırmada önemli bir yer teşkil etmektedir. Ustaya duyulan saygı tüm katılımcılarda yüksek düzeydedir. Usta onlar için hayatlarının merkezine koydukları öğretici ve eğitici, kollayıcı ve koruyucu, bilgi sahibi, aktarıcı ve geleceği şekillendirmede önemli bir figürdür. Dikkat çeken bir diğer nokta ise rol model aldıkları kişinin kim olduğu sorulduğunda sadece bir kişi hariç herkesin kendi ustasını göstermesidir. Çalışan her genç ustasını rol model alması ustaya gösterdikleri saygıyı ve ciddiyeti de göstermektedir. Her şeyden önce sanayi, onlar

için hayat güvenceleri, geçim kaynakları ve gelecekleri olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcıların işi tercih ederken kendi hür iradeleriyle yaptıkları işi seçmeleri de ayrı dikkat çekici bir noktadır. Türkiye’de ailelerin çocuklarını yönlendirme de büyük oranda ataerkil ilişkilerin geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Yani ailenin en büyüğü olan baba veya en büyük abinin karar verici olması durumu söz konusu iken, çalışan gençlerin kendi tercihleriyle sanayi iş hayatına atılmaları ve emek vermeleri gerçekten bu işi yapan bir genç için kendine olan güveni ortaya koyması bakımından oldukça anlamlıdır. Görüşmelerde emekçi olan bu gençlerin kazandıkları ücretle alakalı olarak daha çok dini değerlere dayalı cevap verdikleri de görülmüştür. Genel olarak yaptıkları işten aldıkları ücreti “*alın teri*”, “*helal kazanç*” olarak tanımlamışlardır.

Çalışan gençlerde arkadaş ve aile aidiyetleri üzerine bakıldığında güçlü bir ilişki içerisinde oldukları belirlenmiştir. Aileye ve arkadaşına yüksek bir değer atfetmektedirler. Zaman zaman aileleriyle yaşadıkları bazı problemlere rağmen aileleri onlar için en önemli unsurlardan biridir. Toplumun temel yapı taşı olarak kabul edilen ailenin gençler arasında önemli bir değere sahip olması güçlü bir toplumsal aidiyet açısından oldukça önemlidir.

Diğer yandan uzun çalışma sürelerinden dolayı daha sınırlı sayıda arkadaşları olsa da, arkadaşlar onların yaşamında önemli bir yer tutmaktadır. Arkadaşları onların birçok şeylerini paylaştıkları, dertleştikleri ve birçok sosyal aktiviteyi birlikte geçirdikleri dostlarıdır. Yüksek düzeyde aidiyet ve güven duydukları aile aidiyetine karşı arkadaş aidiyeti arasında net bir ayırım yapmaları da oldukça dikkat çekici bir unsurdur. Onlar için aile olması gereken yerde arkadaş da olması gereken yerdedir. Onların çalışma saatlerinin fazlalığından dolayı sosyal hayatlarına çok vakit ayıramamaktadırlar. Dolayısıyla onlar hayatlarının çoğunu geçirdikleri sanayi içerisinde sosyalleşmektedirler. Ustalarını ve iş yerlerini aile gibi görmeleri de bu yüzdendir. Arkadaş aidiyetleri de bundan dolayı diğer aidiyetlere göre daha düşük olduğunu söylemek mümkündür.

Görece eğitim seviyeleri daha düşük olan sanayide çalışan gençlerin, şehir, meslek, iş yeri ve aile aidiyetlerine yönelik aidiyetlerinin yüksek olması, hem yaşadıkları Konya şehri hem de kendi geleceklerini inşa etmede oldukça anlamlı veriler olarak değerlendirme yapılmasına imkan verebilmektedir.



EKLER**EK.1. YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU**

- **Cinsiyetiniz?**
- **Yaşınız?**
- **Kardeş sayınız ve sırasınız?**
- **Eğitim durumunuz?**
- **Statünüz: Usta/Kalfa/Çırak?**
- **Çalıştığınız Sektör?**
- **Hayatının büyük bir bölümünü nerde geçirdin? (Köy/Kasaba/Şehir)**

A. ŞEHİR AİDİYETİ

1. Konya şehri senin için ne ifade ediyor?
2. Konya şehri diğer büyükşehirlere göre sence nasıl bir şehirdir?
3. Konya şehri sizce Türkiye'deki diğer şehirlere göre muhafazakar mı?
4. Sizce çalıştığınız / öğrendiğiniz bu meslek için Konya şehri doğru bir şehir mi? Neden?

B. MEKAN AİDİYETİ

1. Bu iş yeri / dükkan sana ne ifade ediyor?
2. Bu iş yerinde / dükkanda seni bağlayan bir şeyler var mı? Bunlar nelerdir? Nedenini açıkla mısın?
3. İleride böyle bir dükkana sahip olmak ister misin?

4. Usta senin için ne anlam ifade eder?
5. Ustanın işyerinde sana ve diğer çalışma arkadaşlarına yaklaşımı eşit mi?
6. Usta olmak senin için ne anlam ifade ediyor?

C. MESLEK AİDİYETİ

1. Bu mesleği yapmayı neden ve nasıl karar verdin? Çevrende seni bu mesleğe karşı yönlendiren oldu mu? Bu meslekte örnek aldığın bir idolün var mı?
2. Ustan iyi bir öğretici mi? Öğretme şeklini nasıl buluyorsun ve memnun musun? Neden?
3. Bir emek harcıyorsun ve bu emek sonunda bir para kazanıyorsun. Kazandığın bu para sana ne hissettiriyor?
4. Bu mesleği neden tercih ettin?
5. Bu meslekte gelecek görüyor musun?

D. ARKADAŞ AİDİYETİ

1. Senin için arkadaş ne ifade ediyor?
2. Çevren daha çok iş arkadaşlarıyla mı yoksa daha farklı kişilerden mi oluşmaktadır? (Çocukluk, Mahalle, Okul vs.)
3. Gerçek bir arkadaşın-Dostun olduğunu düşünüyor musun? Gerçek dost sence ne anlam ifade eder?
4. Arkadaşlarınızla borç alış-verişi yapar mısınız?

E. AİLE AİDİYETİ

1. Aile senin için ne ifade etmektedir?

2. Ailenle çeşitli konularda istişare eder misin? Onların görüş ve düşünceleri senin için ne ifade ediyor?
3. Ailen sana belirli konularda düşünlerini sorar mı?
4. Kendi başına yaşayacak bir ev düzenini kurabilecek gücün olduğunu düşünüyor musun? Evden ayrılmayı düşünür müsün?
5. Evlendiğinde ailenle birlikte aynı evde yaşamayı düşünür müsün? Düşünürsen ya da düşünmezsen neden?
6. Sence arkadaş mı yoksa aile mi daha önce gelir?
7. Vaktinin çoğunu ailenle mi yoksa arkadaşlarıyla mı geçirmeyi tercih edersin?

EK.2. KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ

	Kişiler	Statüsü	Çalıştıkları Sektör	Eğitim Durumu	Yaş
1.	ÇG1	Kalfa	Oto Tamir	Ortaokul	17
2.	ÇG2	Çırak	Oto Tamir	Lise	15
3.	ÇG3	Çırak	Oto Tamir	Lise	18
4.	ÇG4	Çırak	Oto Tamir	Lise	17
5.	ÇG5	Çırak	Oto Elektrik	Ortaokul	15
6.	ÇG6	Kalfa	Oto Elektrik	Okuma-Yazma Biliyor	18
7.	ÇG7	Kalfa	Oto Elektrik	Ortaokul	17
8.	ÇG8	Kalfa	Oto Tamir	Lise	24
9.	ÇG9	Çırak	Oto Tamir	Ortaokul	16
10.	ÇG10	Usta	Oto Tamir	Lise	25
11.	ÇG11	Çırak	Oto Tamir	Ortaokul	15
12.	ÇG12	Çırak	Oto Elektrik	Ortaokul	16
13.	ÇG13	Kalfa	Oto Elektrik	Ortaokul	20
14.	ÇG14	Çırak	Oto Kaporta	Ortaokul	18
15.	ÇG15	Usta	Oto Kaporta	Lise	23
16.	ÇG16	Çırak	Oto Kaporta	Ortaokul	16
17.	ÇG17	Kalfa	Oto Kaporta	Lise	17
18.	ÇG18	Usta	Oto Kaporta	Ortaokul	19
19.	ÇG19	Çırak	Oto Rot Balans	Ortaokul	15
20.	ÇG20	Usta	Oto Rot Balans	Okuma-Yazma Biliyor	24
21.	ÇG21	Kalfa	Oto Rot Balans	Lise	17
22.	ÇG22	Kalfa	Oto Rot Balans	Ortaokul	15
23.	ÇG23	Kalfa	Oto Boya	Ortaokul	17
24.	ÇG24	Kalfa	Oto Boya	Lise	19
25.	ÇG25	Usta	Oto Boya	Lise	24

KAYNAKÇA

- Akbulut, Ö.**, (2017), “Nitel Analizlerde (İçerik ve Betimsel Analiz)”,
<https://silo.tips/download/ntel-analizler-erk-ve-betimsel-analiz#:~:text=%C4%B0%C3%A7erik%20analizi%20yaz%C4%B1%C4%B1%2Dbas%C4%B1%C4%B1%20ve,ba%C5%9F%C4%B1klar%20alt%C4%B1nda%20%C3%B6zetleri%20ve%20yorumlan%C4%B1r> (Erişim Tarihi: 10.02.2023)
- Akın M. H.**, (2014), “Gençlik Toplumsallaşmasında Akran ve Arkadaşlık Grupları”,
 Gençlik Araştırmaları Dergisi, Cilt. 2 Sayı. 4,
- Akdoğan, I.** (2014), Dijital Politik Fanteziler. İstanbul: İletişim Yayınları
- Aksan, G., Alptekin, D.**, (2009), “Küresel Yoksulluk, Yoksulluk Kültürü ve Toplumsal Aidiyet Bağlamında Yoksulluğun Değişen Yüzü”, Uluslararası Davraz Kongresi Bildiriler Kitabı, 24-27 Eylül, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, 1769-1779
- Alptekin, D.**, (2011), Toplumsal Aidiyet ve Gençlik: Üniversite Gençliğinin Aidiyeti Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma, S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora tezi, Konya.
- Aslantürk. H. Ve Kılıç. K.A.**, (2020), “Üvey Aileye Sahip Gençlerde Aile Aidiyeti: Nitel Bir Analiz”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24 (3).
- Alver, K.**, (2007), Siteril Hayatlar Kentte Mekansal Ayrışma ve Güvenlikli Siteler, Ankara: Hece Yayınları.
- Aydoğan F.** (2015),” Altkültür ve Net Altkültürleri Bağlamında Türkiye Gençliği”,
<https://www.researchgate.net/publication/344141660> (Erişim Tarihi: 21.02.2021)
- Aydemir, M.**, (2011), Sosyal Sermaye / Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Araştırması, Konya: Çizgi Kitabevi.

- Aygenç, B., (2020),** Kullanıcı Açısından Mekân Aidiyeti Ve Yaşam Çevresinin Psikolojik Etkilerinin Samanbahçe Konutları Örneğinde İncelenmesi, Y.D.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Lefkoşa.
- Atkinson, R. L., Atkinson, R. C. ve Hilgard, E. R., (1995),** Psikolojiye Giriş II, Çev. Kemal ATAKEY, Mustafa ATAKEY ve Aysun YAVUZ, İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Baş, H. (2017),** “Türkiye’de Genç Nüfus: Sorunlar ve Politikalar”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 2017/2, Sayı:27, s.255-288
- Baumeister Roy. F. & Leary Mark R., (1995),** ““The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation”, Psychological Bulletin, 1995, Vol. 117, No. 3, 497-529. https://www.researchgate.net/publication/15420847_The_Need_to_Belong_Desire_for_Interpersonal_Attachments_as_a_Fundamental_Human_Motivation), (Erişim Tarihi:05.02.2021)
- Başkaya, Y., (2018),** Türkiye'deki Ebelerin Mesleki Aidiyeti Ve Tükenmişlik Düzeyleriyle İlişkisi, E.O.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir.
- Bayar, İ. H. (2009),** Sosyoloji, Usak Yayınları, Ankara
- Baykal, E., (2018),** Sosyal Kimlik Teorisi Perspektifiyle Kraliçe Arı Sendromu, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl: 8 Sayı: 16 S. 159-175.
- Bilgin, N., (1999),** Kollektif Kimlik, 2. Basım, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Bostancı, N., (1998)** ‘Etnisite, Modernizm ve Milliyetçilik’, Türkiye Günlüğü, S. 50, (Haziran 1998), s. 38-55.

- Çağırkan, B.**, (2018), Modernizm ve Postmodernizm Bağlamında Milliyetçiliğin Aidiyet Algısı Üzerine Etkisi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 33, s 379-393.
- Çakı, F.**, (2017), Aidiyet Ve Mekân Olarak Sokaklar: Balıkesir Örnek Olayı Çerçevesinde Bir Tipoloji Önerisi, Çekmece, İzü Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 5: Sayı 10-11, s.25 – 54.
- Çakı, C.**, (2019), Koruma Altındaki Çocuklarda Sosyal Aidiyet Ve Güven, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, yayımlanmamış Yüksek Lisan tezi.
- Celebi, N.** (1991), Aile Yazıları, “Genç Sosyalleşme Sosyal ve Kültürel Yapı” T.C. Başbakanlık A.A.K. Yay., Ankara.
- Çöl, Ş.**, (1998), Kentlerimizde Kimlik Sorunu ve Günümüz Kentlerinin Kimlik Derecesini Ölçmek İçin Bir Yöntem Denemesi, M.S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Demir, İ.**, (2019), Kurumsal Aidiyet Düzeyine Etki Eden Faktörler: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Örneği, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Demirtaş, H.**, (2003), Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayım, İletişim Araştırmaları, 1(1), 1 s.23-144.
- Doğan, İ.**, (1994), Bir Altkültür Olarak Ankara Yüksel Caddesi Gençliği (Alan Araştırması), Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Doğanay. G.**, (2018), Kentin Aidiyet Ve Benlik Mekânı Olarak İnşası: Gençlerin Trabzon Deneyimi Ve Trabzonluluk, Karadeniz Teknik üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.
- Duru, E.**, (2007), “Sosyal Bağlılık Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması”, Eğitim Araştırmaları Dergisi (Eurasian Journal of Educational Research), Sayı: 26, s. 85-94.

- Duru, E., (2015).** Genel Aidiyet Ölçeğinin Psikometrik Özellikleri: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(44), 37-47.
- Ersanlı K. & Koçyiğit M., (2013),**” International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic”, Turkish StudiesVolume 8/12 Fall 2013, p. 751-764, Ankara-Turkey.
- Erözkan. S., (2020),** Üniversite Öğrencilerinde Aile Aidiyetinin Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışlarına Etkisi, Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.
- Eryılmaz. A. Ve Altınsoy. F., (2017),** “Okula Aidiyet ve İhtiyaç Doyumu Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”, *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, Nisan 2017, 5(1).
- Frey, L. M., Wilhite, K., (2005),** “Our Five Basic Needs: Application for Understanding The Function of Behavior”, *Intervention in School and Clinic*, Sage Publications, Vol. 40, No. 3, s. 156-160.
- Gencer, N., (2019),** İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Okul Aidiyet Duygusu (Çorum Örneği), *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C: 21, Sayı:39.
- Giddens, A. (Ed.). (1995).** Forms of Subordination: Youth, the Poor, Race and the Third World. *Introductory Sociology içinde*. Macmillan Education.
- Glasser, W., (1999).** Kişisel Özgürlüğün Psikolojisi Seçim Teorisi, Hayat Yayınları, İstanbul, ss.38-45.
- Göçmez, E., (2022).** Göç Ve Kente Uyum Sürecinde Kimlik İnşası Ve Din: Zeytinburnu Afganistan Özbekleri Örneği, E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

- Gök, E., (2019),** Öznel İyi Oluşun Yordanmasında Psikolojik ihtiyaçların Karşılanması, Aile Aidiyeti ve Ebeveyn Algısı Rolünün İncelenmesi, Ç.O.M.Ü Eğitim Bilimleri Fakültesi, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Gökdal. A.Ö ve Düşünceli. B., (2020),** “Ergenlerin Okula Aidiyet Duyguları ve Başa Çıkma Stratejilerinin İncelenmesi”, Trakya Eğitim Dergisi Cilt 10, Sayı 3.
- Güven, E., (2022).** Akademisyenlerde Mesleki Kimlik İnşası, K.Ü. Sosyal Bilimler Üniversitesi, Kocaeli.
- Göregenli, M., Karakuş, P., Kösten, E., Umuroğlu, İ., (2014).** Mahalleye Bağlılık Düzeyinin Kent Kimliği ile İlişkisi İçinde İncelenmesi. Türk Psikoloji Dergisi, Sayı:24, S.73-85.
<https://www.psikolog.org.tr/tr/yayinlar/dergiler/1031828/tpd130044332014000m000056.pdf> (Erişim Tarihi: 10.01.2023).
- Gülel. E.A ve Daşbaş. S., (2019),** "Suça Sürüklenmiş Erkek Çocuklarda Aile Aidiyeti ve Yaşam Doyumu İlişkisi", Toplum ve Sosyal Hizmet, 30(3).
- Hakan, M., (1995),** “Kimlik Nedir?”, Kimlik Tartışmaları ve Etnik Mesele Türkiye Günlüğü Dergisi, Sayı: 33, Ankara: Cedit Yayını, ss. 146-149.
- Hebdige, D., (2004).** Alt kültür: Tarzın Anlamı. S. Nişancı (çev.), Erzurum: Babil Yayınları (orijinal baskı tarihi 1979).
- Hogg, M. A., (2006).** “Social identity theory”. In Contemporary Social Psychological Theories, (Edited By P. J. Burke), Stanford: Stanford University Press,
- H.Ü (Hacettepe Üniversitesi), (2021),** Gençliğin Önemi, <http://www.hugaum.hacettepe.edu.tr/>, (Erişim Tarihi: 03.05.2021)
- İnceoğlu, M., (2000),** Tutum – Algı İletişim, 3. Baskı, Ankara: İmaj Yayıncılık.

- Işııkay, T.,** (2017), Sosyal Kimlik Kuramı Açısından Tüketici – Marka Özdeşleşmesi ve Bir Araştırma. M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Kabaş, B.** (2012). Karşı Kültürlerin Popülerleşmesi Sürecinde Gençlik Altkültürlerinin Rolü. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul.
- Kadıoğlu K. Z.,** (2013),” Kitle İletişim Araçlarının Şekillendirdiği Sosyal Kimlikler ve Aidiyet Duygusu Ekseninde Tüketici Davranışları” İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2013/II 45 101-114.
- Kağıtçıbaşı, Ç.,** (2006), Yeni İnsan ve İnsanlar / Sosyal Psikolojiye Giriş, 10. Basım, Ankara: Evrim Yayınevi.
- Karaca, H.,** (2006), “Mesuliyet Şuuru, Bireysellik ve Hayırseverlik-Siyasi Program Olarak Dini Konseptler ve Kavramlar”, s.107-113 (<https://silo.tips/>) (Erişim Tarihi: 11.01.2023)
- Karataş, Z.,** (2015), “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri”, Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, Ocak 2015, Cilt 1, Sayı 1, S. 62-80.
- Keskin, R., Pakdemirli, M.,** (2016), Mesleki Aidiyet Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme, Geçerlilik Ve Güvenirlik Çalışması, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 9 Sayı: 43, Nisan 2016, s.2580-2587. www.sosyalarastirmalar.com (Erişim Tarihi: 12.01.2023).
- Kuşat, A.,** (2003). “Bir Değerler Sistemi Olarak ‘Kimlik’ Duygusu ve Atatürk”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı:15, Erciyes, s. 45-61.
- Koca, H.,** (2021). Kültürel Aidiyet Bilinci Kazandırılmasında Din Kültürü Ve Ahlak Bilgisi Derslerinin Rolü (Sivas İli Örneği), S.C.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.

- Laughey, D.** (2010). Medya Çalışmaları, (Çev. Ali Toprak). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Mavili, A., Kesen, N., Daşbaşı, Serap.,** (2004).” Aile Aidiyeti Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”, Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi Yıl: 14 Sayı: 33 Tarih: Temmuz-Aralık (Erişim Tarihi:02 .03.2021)
- Mcmillan, D. W. & Chavis G., D. M.,** (1986), “Sense of Community: A Definition and Theory”, Journal of Community Psychology, Vol. 14, s. 6-23.
- Ökten, S.,** (2023), Kent ve Aidiyet, Prof. Dr. Sadettin Ökten Şehir Düşünce Merkezi. <https://esenler.bel.tr/sehir-dusunce/atolyeler/kent-ve-aidiyet/> (Erişim Tarihi: 12.01.2023)
- Özensel, E.** (2004), Türk Gençliğinin Değerleri, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya.
- Özgüleş, M.,** (2018), “Bireyden Cemmate Geçişte Mekanın Rolü: Aidiyet Simgesi Yapılar, Mekânlar / Zamanlar / İnsanlar: Kimlik, Aidiyet Ve Mimarlık Tarihi, Der. Çağla Caner Yüksel, Ceren Katipoğlu Özmen, ODTÜ MF Yayınevi, S. 33-46.
- Resmi Gazete,** (2006), Resmi Gazete TBMM Kararı, Sayı 26215, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/07/20060701M1-2.pdf> (Erişim tarihi: 09.02.2023).
- Saki. Ü.,** (2018), Üniversite Öğrencilerinin Aile Aidiyet Düzeylerinin Spor Ve Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi, Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi Ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı, yayımlanmamış yüksek lisans Tezi.
- Sapancalı, F.,** (2005), Sosyal Dışlanma, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

- Sözer, M.A.,** (2019). Göç, toplumsal uyum ve aidiyet. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(28), 418-431. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.35675/befdergi.643948>.
- Şahin. C. M.** (2005), “Türkiye’de Gençliğin Toplumsal Kimliği ve Popüler Tüketim Kültürü”, GÜ, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 25, Sayı 2.
- Şentürk, A., Gülersoy, N.,** (2019), Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma Etkileşimi Bağlamında Kullanıcı Sürekliliğinin İrdelenmesi: Kadıköy Moda Örneği. *Megaron Dergisi*, Sayı 14, S.145-149). [https://jag.journalagent.com/megaron/pdfs/MEGARON-71676-ARTICLE_\(THESIS\)-SENTURK.pdf](https://jag.journalagent.com/megaron/pdfs/MEGARON-71676-ARTICLE_(THESIS)-SENTURK.pdf) (Erişim Tarihi. 12.01.2023)
- Şenel, A.,** (2021), Norm Fazlası Öğretmenlerin Mesleki Aidiyet Algıları, P.Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tezsiz Yüksek Lisans Projesi, Denizli.
- Şimşek H. & Akdemir A.,** (2012), “Üniversite Öğrencilerinde Okula Yabancılaşma”, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/46450> (Erişim Tarihi: 10.02.2021).
- Tajfel, H.,** (1978). Social categorization, social identity and social comparison, H. Tajfel (Ed.) *In Differentiation Between Social Groups: Studies In The Social Psychology Of Intergroup Relations*. London: Academic Press.
- Taşdelen, H.M., vd.,** (2000). Avrupa’da Yeni Kuşak Türk Gençliği-Kimlik ve Uyum Sorunları, Sakarya: S A. Üniversitesi Yay.
- Tezcan, M.,** (1995). *Sosyolojiye Giriş*, A.Ü. Ankara: Basımevi.
- Turgut, H., Özgür, E.,** (2018). “Bir Kente Göçün Hikayesi: Süreçler, Bütünleşme ve Aidiyet”, *Coğrafi Bilimler Dergisi* Yıl:2018, 16(1), 153-180.
- TDK (Türk Dil Kurumu),** www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts-arama=kelime, (Erişim Tarihi: 03.02.2021) .

TÜBİTAK, (2023), TÜBİTAK Ansiklopedi, <https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/altkultur>, (Erişim Tarihi: 14.02.2023).

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), (2021), İşgücü İstatistikleri, Ağustos 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Agustos-2020-33792> (Erişim Tarihi: 03.01.2021).

TRT Haber, (2021), İstatistiklerle Gençlik 2019, <https://www.trthaber.com/haber/guncel/istatistiklerle-genclik-2019-485008.html>, (Erişim Tarihi: 06.02.2021).

Ulukan, E., F., (2023), Ergenlerde Arkadaşlık İlişkisi, Antalya Psikiatri, <https://www.antalyapsikiyatrlist.com/> (Erişim Tarihi: 14.01.2023).

Ünver, T. (2002). “Bir Popüler Kültür Ürünü: Çizgi Film Pokemon”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Yaman, Ö. M. (2013), Apaçi Gençlik, İstanbul: Açılım Kitap.

Yel, A. M. TÜBİTAK Ansiklopedi, <https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/altkultur>

Yeşilçelebi, G., (2014), Mesleki Aidiyetin Bağımsız Denetim Alitesi Üzerine Etkisi: Bağımsız Denetçiler Üzerine Bir Araştırma, A.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

Yıldırım. A. F., (2021), “Kimlik ve Ötekileştirme”, Kimlik Fragmanları (Ed) içinde, Çizgi Kitapevi Yayınları, Konya.

Yıldırım, A., Şimşek, H., (2008), “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri”, Seçkin Yayıncılık, 6. Baskı, Ankara.

Yörüköğlu, A. (2000), Gençlik Çağı, İstanbul: Özgür Yay. 11.Baskı.

Yusufoğlu. Ö. Ş ve Cerv. G., (2019), “Gençlerde Aidiyet Düzeyinin Akademik Başarıya Etkisi: Fırat Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği”, Fırat üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C:29, Sayı:2.

Zijderveld, A., C., (2001), Soyut Toplum, Çev.: Cevdet Cerit, 2. Baskı, İstanbul: Pınar Yayınları.

