

INTERNATIONAL JOURNAL OF ACADEMIC ACCUMULATION



ULUSLARARASI AKADEMİK BİRİKİM DERGİSİ

Uluslararası Hakemli E-Dergi
CİLT: 5 SAYI: 1 ISSN: 2757-6469

JENERİK / GENERIC PAGE

ULUSLARARASI AKADEMİK BİRİKİM DERGİSİ (UABD) uluslararası hakemli bir dergidir. Dergimiz 2021 yılına kadar yılda bir yayın yapmakta iken 2021 yılından itibaren Mayıs ve Aralık ayları olmak üzere yılda iki kez 2022 yılından itibaren ise Ocak-Mart-Mayıs-Ağustos-Ekim ve Aralık ayları olmak üzere yılda 6 kez yayınlanmaktadır.

UABD, sosyal bilimlerin her alanından yazı yayınlayan bir dergidir. Bu çerçevede özgün bilimsel makaleler, çeviriler, çeviri-yazılar, röportajlar, kitap, makale, sempozyum, panel ve bilimsel etkinlik tanıtma çalışmaları ile nekroloji metinleri yayınlar. Ayrıca, sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayınlanmamış olması şartıyla sempozyum bildirileri de yayınlanabilir. Ancak bu yayın etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanması için UABD Dergisi'ne gönderilen yazıların basım ve yayın hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayın organında yayınlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

UABD Dergisi, yayınlamış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayınlayabilir. UABD Dergisi'ne gönderilmiş yazılardan kaynaklanması muhtemel herhangi bir yasal, hukuksal, ekonomik ve etik sorumluluk, söz konusu yazı yayınlanmış olsa bile yazarlarına aittir. Dergi herhangi bir yükümlülük kabul etmez.

UABD Dergisi'nin yayın dili Türkçe ve İngilizce olmakla birlikte, Almanca, Fransızca, Arapça, Farsça vb. dillerden gelen yazılar da değerlendirmeye tabi tutulur ve hakemler tarafından yayımlanması uygun görüldüğü takdirde yayınlanır.

GENEL EDİTÖR / GENERAL EDITOR

Doç.Dr. Vedat YILMAZ

Malatya Turgut Özal Üniversitesi

BİLİM VE DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Adnan ÇELİK
Prof. Dr. Ali AZAD
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI
Prof. Dr. Erdiç TUTAR
Prof. Dr. Hasan Güner BERKANT
Prof. Dr. İsmail BAKAN
Prof. Dr. Jayesh KUMAR
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ
Prof. Dr. Mevlüt KARAKAYA
Prof. Dr. Milind SATHYE
Prof. Dr. Mohga BASSIM
Prof. Dr. Muhsin KAR
Prof. Dr. Murat TUNCER
Prof. Dr. Mustafa TASLIYAN
Prof. Dr. Mücahit KAĞAN
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH
Prof. Dr. Partha SARKAR
Prof. Dr. Tahir AKGEMCI
Prof. Dr. Şafak KAYPAK
Prof. Dr. Yakup BULUT

Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Gunadarma University / ENDONEZYA
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi / TÜRKİYE
Yozgat Bozok Üniversitesi / TÜRKİYE
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Warsaw School of Economics Warsaw / POLAND
Wayne State University / USA
Gazi Üniversitesi / TÜRKİYE
University of Canberra / AUSTRALIA
Buckingham University / UNITED KINGDOM
Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Fırat Üniversitesi / TÜRKİYE
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi / TÜRKİYE
Multimedia University / MALAYSIA
The University of Burdwan / INDIA
Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi / TÜRKİYE
Gaziantep Üniversitesi / TÜRKİYE

YAYIN KURULU / PUBLICATION BOARD

Prof. Dr. Abdullah ÇELİK
Prof. Dr. A.Menaf TURAN
Prof. Dr. Ali AZAD
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI
Prof. Dr. Ferit İZCİ
Prof. Dr. İsmail BAKAN
Prof. Dr. Jayesh KUMAR
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ
Prof. Dr. Milind SATHYE
Prof. Dr. Mohga BASSIM
Prof. Dr. Muhsin KAR
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH
Prof. Dr. Partha SARKAR
Prof. Dr. Şafak KAYPAK
Prof. Dr. Veysel EREN
Prof. Dr. Yakup BULUT
Doç. Dr. Abdullah AYDIN
Doç. Dr. Abdulsemet YAMAN
Doç. Dr. Aziz BELLİ
Doç. Dr. Berat AKINCI
Doç. Dr. Yıldız ATMACA

Harran Üniversitesi / TÜRKİYE
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / TÜRKİYE
United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Gunadarma University / ENDONEZYA
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / TÜRKİYE
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Warsaw School of Economics Warsaw / POLAND
Wayne State University / USA
University of Canberra / AUSTRALIA
Buckingham University / UNITED KINGDOM
Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Multimedia University / MALAYSIA
The University of Burdwan / INDIA
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi / TÜRKİYE
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi / TÜRKİYE
Gaziantep Üniversitesi / TÜRKİYE
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi / TÜRKİYE
Ardahan Üniversitesi / TÜRKİYE
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Alpaslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi / TÜRKİYE
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi / TÜRKİYE

İNDEKSLER / INDEXED & IN LISTED

Index Copernicus, Rsearchbip, Directory of Research Journals Indexing (DRJI)

Google Scholar, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), RootIndexing, Crossref

GENERIC PAGE

INTERNATIONAL ACADEMIC ACCUMULATION JOURNAL (IJAA) is an international refereed journal. While our journal is publishing once a year until 2021, it is published twice a year, in May and December, from 2021 on, and 6 times a year, as January-March-May-August-October and December from 2022.

IJAA is a journal that publishes articles from all areas of social sciences. In this context, it publishes original scientific articles, translations, translation-texts, interviews, books, articles, symposiums, panels and scientific events promotion

works and necrology texts. In addition, symposium papers can be published, provided that the place, meeting and date of the presentation is recorded and not published elsewhere. However, the responsibility of any problem likely to arise from this publication activity belongs to the author. The printing and publication rights of the articles sent to the IJAA Journal for publication will be transferred to the journal. These articles cannot be published, reproduced or used without reference to any other publication without the permission of the journal management.

IJAA Journal can publish the texts it has published in various media. Any legal, legal, economic and ethical responsibility that may arise from the articles submitted to the IJAA Journal belongs to the authors even if the article in question has been published. The journal does not accept any liability.

The language of publication of IJAA Journal is Turkish and English, but German, French, Arabic, Persian, etc. Manuscripts from languages are also evaluated and published if it is deemed appropriate by the referees.

GENERAL EDITOR

Assoc.Prof. Vedat YILMAZ

Malatya Turgut Özal Üniversitesi

SCIENCE AND ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Adnan ÇELİK
Prof. Dr. Ali AZAD
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI
Prof. Dr. Erdiç TUTAR
Prof. Dr. Hasan Güner BERKANT
Prof. Dr. İsmail BAKAN
Prof. Dr. Jayesh KUMAR
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ
Prof. Dr. Mevlüt KARAKAYA
Prof. Dr. Milind SATHYE
Prof. Dr. Mohga BASSIM
Prof. Dr. Muhsin KAR
Prof. Dr. Murat TUNCER
Prof. Dr. Mustafa TASLIYAN
Prof. Dr. Mücahit KAĞAN
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH
Prof. Dr. Partha SARKAR
Prof. Dr. Tahir AKGEMCI
Prof. Dr. Şafak KAYPAK
Prof. Dr. Yakup BULUT

Selçuk University / TÜRKİYE
United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Gunadarma University / ENDONEZYA
Niğde Ömer Halisdemir University / TÜRKİYE
Yozgat Bozok University / TÜRKİYE
Kahramanmaraş Sütçü İmam University / TÜRKİYE
Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Warsaw School of Economics Warsaw / POLAND
Wayne State University / USA
Gazi University / TÜRKİYE
University of Canberra / AUSTRALIA
Buckingham University / UNITED KINGDOM
Yıldırım Beyazıt University / TÜRKİYE
Fırat University / TÜRKİYE
Kahramanmaraş Sütçü İmam University / TÜRKİYE
Erzincan Binali Yıldırım University / TÜRKİYE
Multimedia University / MALAYSIA
The University of Burdwan / INDIA
Selçuk University / TÜRKİYE
Hatay Mustafa Kemal University / TÜRKİYE
Gaziantep University / TÜRKİYE

PUBLICATION BOARD

Prof. Dr. Abdullah ÇELİK	Harran University / TÜRKİYE
Prof. Dr. A.Menaf TURAN	Van Yüzüncü Yıl University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Prof. Dr. Ferit İZCİ	Van Yüzüncü Yıl University / TÜRKİYE
Prof. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw / POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Şafak KAYPAK	Hatay Mustafa Kemal University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Veysel EREN	Hatay Mustafa Kemal University / TÜRKİYE
Prof. Dr. Yakup BULUT	Gaziantep University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Abdullah AYDIN	Hatay Mustafa Kemal University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Abdulsemet YAMAN	Ardahan University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Aziz BELLİ	Kahramanmaraş Sütçü İmam University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Berat AKINCI	Alpaslan Türkeş Bilim ve Teknoloji University / TÜRKİYE
Assoc.Prof. Yıldız ATMACA	Van Yüzüncü Yıl University / TÜRKİYE

INDEXED & IN LISTED

Index Copernicus, Rsearchbip, Directory of Research Journals Indexing (DRJI)

Google Scholar, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), RootIndexing, Crossref

ULUSLARARASI AKADEMİK BİRİKİM DERGİSİ

International Journal of Academic Accumulation

Open Access Refereed e-Journal

TABLE OF CONTENTS / İÇİNDEKİLER

s. 01-11	Zuhal ÇİÇEK Gençlerin Aile ve Evlilik Kurumuna Yaklaşımlarının Sosyolojik Analizi: Pamukkale Üniversitesi Örneği
s. 12-22	Özerk YAVUZ A Deep Learning, Machine Learning and Data Mining Analysis of Gender Pay Gap and Its Influences
s. 23-29	İhsan TOKER – M. Fatih DEMİRBAĞ رابطه مصرف و موقعیت: موردی از دانشکده الهیات دانشگاه آنکارا

Gençlerin Aile ve Evlilik Kurumuna Yaklaşımlarının Sosyolojik Analizi: Pamukkale Üniversitesi Örneği

Sociological Analysis of Young People's Approaches to Institutions of Family and Marriage: Pamukkale University Sample

Zuhal ÇİÇEK

Pamukkale Üniversitesi Fen-
Edebiyat Fak. Sosyoloji Bölümü
Cicek.zuhal@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9746-225X>

Makale Başvuru Tarihi : 25.12.2021

Makale Yayın Tarihi : 31.01.2022

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler:

Aile,
Evlilik,
Üniversite
Gençliği

ÖZET

Bu çalışmada, gençlerin aile ve evlilik kuruma yönelik yaklaşımları toplumsal değişme ekseninde analiz edilecektir. Araştırmanın evrenini 2019-2020 eğitim-öğretim yılında Denizli, Pamukkale Üniversitesinde farklı fakültelerde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmada gözlem, anket, literatür taraması teknikleri kullanılmıştır. Örneklem, 245 lisans öğrencisinden oluşmaktadır. Örneklem grubunun cinsiyete göre dağılımında %57,5'ü kadın, %42,5'i erkek katılımcıdır. Katılımcıların yaş aralığı Türkiye'de gençlerin ortalama olarak üniversiteye başlama alt sınır yaşı dikkate alındığında 17-25'dir. Anket verileri SPSS 22.0 programı ile veri setine dönüştürülmüş, frekans ve ki-kare tabloları oluşturulmuş, değişkenler arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu, aile kurumunun öneminin azaldığını, fakat toplumun devamlılığı için ailenin gerekli olduğunu, tercih ettikleri ilişki biçiminin evlilik olduğunu, ideal evlenme yaşının 25-30 yaş arasında olduğunu öne sürmektedir. Evlenme kararında en önemli kriter -cinsiyet ve fakülteye göre farklılık arz etmeksizin- karşılıklı anlaşabilme, sorunları konuşabilme, anlayışlı olma ve aşk şeklinde belirtilmiştir. Evliliği oluşturan temel motivasyon, yakın arkadaş edinmek ve çocuk sahibi olmaktır. Evlenme sürecinde ebeveynlerin düşüncelerinin belirleyici olabileceğini, aynı sosyo-kültürel düzeyde olmanın birincil derecede önemli olmadığını, eşin çalışmasının gerektiğini, evlenmeden birlikte yaşamaya olumlu yaklaşıtlarını, ev içi sorumluluklarda erkeğin de büyük sorumluluklar üstlenmesi gerektiğini, en fazla iki çocuk sahibi olmak istediklerini, boşanmanın kolay olmasını desteklediklerini ve mutsuz evliliklerin çocuk nedeniyle sürdürülmesine karşı olduklarını belirtmişlerdir.

ABSTRACT

In this study, young people's approaches to the institutions of family and marriage will be analyzed on the axis of social change. The population of the research constitutes students which studied in different faculties in Denizli, Pamukkale University in the academic year of 2019-2020. The sample consists of 245 bachelor students. Participants of the sample group are made up of %57,5 females and %42,5 males. The ages of the participants are 17-25 when considering the average lower limit age of students which start university in Turkey. The data of the survey was turned into data sets with the SPSS 22.0 program, frequency and chi-square tables were created, the relations between the variables were analyzed. Most of the participants claim that, the importance of the institution of the family had diminished, but for the continuation of the society family is needed, that they prefer marriage as their form of relation and the ideal age of marriage is between the ages of 25-30. The most important criteria when it comes to the decision of marriage were specified as -

Keywords:

Family,
Marriage,
University Youth

regardless of the difference between gender or faculty- mutual understanding, being able to talk about issues, being understanding of one another and love. The fundamental motivation which constitutes marriage is, making a close friend and to have a child. In the process of marriage, they specified that, their parent's ideas could be decisive, the importance of being at the same degree of socio-cultural level is not a priority, their husband or spouse has to work, they have a positive outlook of living together before marriage, the males should also undertake big responsibilities in domestic responsibilities of the house, they at most want only two children, they support an easy divorce process and they are against the continuation of unhappy marriages because of a child. In the process of marriage, they specified that, their parent's ideas could be decisive, that the importance of being at the same degree of socio-cultural level is not a priority, that their husband or spouse has to work, that they have a positive outlook of living together before marriage, that the males should also undertake big responsibilities in domestic responsibilities of the house, that they at most want only two children, that they support an easy divorce process and that they are against the continuation of unhappy marriages because of a child.

1. GİRİŞ

En genel ifadesiyle, üreme, sosyalleşme, kültürün aktarımı, duygusal ve ekonomik ihtiyaçların giderilmesi işlevleriyle öne çıkan aile kurumu, günümüz hızlı değişen dünyasında farklı sorunsallar ekseninde tartışılmaktadır. Toplumun farklı kurumlarındaki değişimler, aile kurumunun da değişmesine yol açmıştır. Aile sosyolojine ilişkin yazında, tarihsel süreçte aile kurumunun yapısal ve işlevsel farklılaşmasına dair farklı görüşler mevcuttur. Modernleşme, sanayileşme, kentleşme, farklılaşmanın boyutlarının analizinde merkeze konulan yapısal dinamikler olmuştur. Modernleşme ile birlikte yaşanan köklü değişimler, ailenin, bireylerin kendi duygu, beklenti ve tercihlerinin merkezinde inşa ettikleri bir kurum olarak öne çıkmasına neden olmuştur. Liberal ekonomik politikalar, artan bireycilik, kariyer odaklı çalışma biçimi, yeni çalışma koşulları, tüketim odaklı kültürün inşası, kadının iş hayatına katılımı gibi dinamikler, bireylerin evlilik tercihlerini, evlilik sürecindeki bağlılık ve ilişki dinamiklerini etkilemiştir. Kandiyoti (1984:17-29) piyasa ilişkilerinin yaygınlaşmasına vurgu yaparak, değişimin, bireysel mutluluk arayışlarının artması yönünde gerçekleştiğini söylemiştir. Kağıtçıbaşı'nın vurgusu ise eğitilmiş bireylerin, kentte yaşayanların ve refah düzeyinin artışı, teknolojik gelişmeler ve medya gibi faktörlerin evliliğe bakışı etkilediği yönünde olmuştur (1982:135-140). Toplumun değişen değerleri, sosyo-ekonomik eşitsizlikler, kadının iş yaşamına katılımıyla gelen ekonomik özgürlük, kadın ile erkek arasında değişen güç ilişkileri gibi sayılabilecek pek çok sosyo-ekonomik ve kültürel faktör, evlilik birliği içinde var olma duygusunda ve evliliğe atfedilen geleneksel kategorileri etkilemiştir. Birlikte yaşama davranışının yaygınlaşması, evlenmeden çocuk sahibi olabilme, kariyer odaklı bir yaşamla gelen geç yaşta evlilikler, boşanmaların artması, duygusal ve cinsel gereksinimlerin ilişkilerdeki belirleyiciliğini artması, aile içi şiddet, LGBT bireylerin evlenme ve evlat edinmeleri yönündeki hukuksal ve toplumsal esneklik, alternatif birliktelik biçimlerinin yaygınlaşması gibi pek çok konu, bu bağlamda, günümüzde evlilik ve aile ile ilgili tartışmalarda öne çıkmıştır.

2.ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Günümüz değişen değerleri ekseninde aile ve evlilik kurumunu analiz eden çağdaş perspektiflerde değişimin yönü farklı boyutlarla tartışılmıştır. Sembolik Etkileşimci ve Sosyal Alış-Veriş Kuramları, aile kurumundaki ilişkisel değişimin analizinde öne çıkan kuramlardır. Sembolik etkileşimci perspektiften hareket eden teorisyenler, ailevi ilişkileri, anlamlar dünyası üzerinden kavrama eğilimindedir. Aileyi oluşturan bileşenlerin, yapılan tanımların, davranış kalıplarının, beklentilerin ve rollerin, sosyal çevre ve yer aldığı toplum bağlamında anlaşılacağını ileri sürmüşlerdir (Özen, 1987:272). Sosyal alış-veriş kuramı ise aile kurumunu, “karşılıklılık ilkesi” üzerinden analiz etmiştir (Poloma, 1993:53). Aile, üyeleri arasında faydayı arttırma, maliyeti asgariye indirme yoluyla dengeli alışveriş ilişkilerinin sağlandığı bir küme olarak görülmüştür (Wallace ve Wolf,2012; Özen, 1987). Başka bir deyişle, bireyin evlilikle ilgili bakış açısının merkezinde ödül ve maliyet algısı yer almaktadır. Evlilik ve boşanma konularında eşlerin birbirlerine davranışlarını belirleyen faktörler, “evliliğin çekicilikleri”, “engeller” ve “alternatif çekicilikler” olarak kategorize edilmiştir. Evliliğin çekicilikleri, eşe duyulan sevgi, saygı, arkadaşlık, dostluk gereksinimi, cinsel doyum, ev sahipliği, eşin geliri, eğitim düzeyi ve mesleği, sosyal benzerlik gibi faktörlerdir. Engeller, evliliğin sürmesini zorlaştıran güçlüklerdir. Alternatif çekicilikler ise, bireylerin, evlilik dışındaki bir yaşamı, kendi evlilik ilişkilerinden daha çekici olarak algılamalarıdır. Bununla birlikte erkeğin ya da kadının bağımsızlık ve kendini gerçekleştirme beklentisi de çekici faktör olarak görülmüştür (Uyar, 1999:2-5). G. Becker bireylerin, evlilik kararlarında bireysel kazanç ve yatırım güdüsüyle hareket ettiklerini ileri sürmüştür. Bu bağlamda, J. Robinson'un fayda kuramındaki şu ifade önemlidir: “fayda, metanın bireylerce istenmesini sağlayan niteliğidir, metanın istenmesi de onun fayda

sağladığını gösterir.” İnsan seçebileceği bir mal yerine başka bir malı seçiyorsa, seçtiği malı daha çok istiyor demektir. Üstelik bu doğrultudaki açıklamalar yalnızca malları değil, bütün seçimleri kapsayabilir (akt. Buğra, 2011:355-356). Her iki teorisyenin de “ekonomik bireyin akılcılığı” üzerine inşa ettikleri görüşlerine göre, bir kişinin evlilik piyasasına girmesini belirleyen şey, evlilik durumundaki gelirinin, bekarlık durumundaki gelirini aşması durumudur. Dolayısıyla, evlilik piyasasında hesaplanan gelirler, yalnızca evlenenlerin sınıflandırılmasını değil, evlenerek durumlarını düzeltmeyecekleri için, kimlerin bekar kalacağını da belirlemektedir.

Aileyi modern toplum dinamikleri ekseninde analiz eden diğer bir yaklaşım Duygu Yaklaşımıdır. üzerinden analiz eden teorisyenlerde, modern ailenin belirli bir yapıdan çok “duygu örüntüsü” olarak tanımlanabileceği vurgusu öne çıkmıştır. Kandiyoti (1984) bu yaklaşımı şöyle açıklamıştır.

Toplumda artan bireycilik eğilimleri, ailenin giderek yalıtılmış, “Özel Hayat”’a yönelik ve içindeki bireylerin kişisel bağımsızlık ve haklarına daha fazla ağırlık veren bir kurum haline gelmesine yol açmıştır. Aynı zamanda aile içi ilişkilerin temeli giderek duygusal düzeye kaymıştır. Çocukların fiziksel ve duygusal gelişmesine verilen önemden, ev içi mimariye ve ev hayatına verilen öneme kadar bu duygusal önemin somut olarak yansıdığı alanlar şeklinde görülmüştür. Ev, rekabetçi ve kapitalizme yönelik bir dünyanın baskılarından bir kaçış noktası, bir barınak olarak görülmüştür. Duygu yaklaşımının üzerinde durduğu diğer önemli bir konu, evliliğin anlam ve işlevinin değişmesidir. Kapitalizmin gelişmesi ile ekonomik işlevlerin aile biriminden soyutlanması, evliliğin dışsal işlevlerini azaltmış, duygusal doyuma ve anlaşmaya dayanan bir kurum haline gelmesini kolaylaştırmıştır. Böylelikle evlilik giderek kişisel mutluluğun bir aracı, bir duygusal ve cinsel tatmin kaynağı olarak şekil ve anlam değiştirmeye başlamıştır. Romantik aşk ve duygusal uyum temaları eş seçimi sürecinin yapısal olarak değişikliğe uğradığını göstermektedir. Bu kurama göre, ana-babanın çocuklarının ilerideki refah düzeyini belirleyebilecek kaynaklara sahip oldukları durumlarda eş seçimi üzerindeki söz hakları daha fazladır. Gelirleri sadece ücrete dayanan veya mülksüzleşen kesimlerde ve genç kuşağın aile birimi dışında kendine yeterlilik alternatifleri yaratabildiği durumlarda bu kontrolün azaldığı görülmektedir (s.19).

Aileyi analiz eden diğer bir yaklaşım aile değişme modelidir. Kağıtçıbaşı (1982) bu modeli şöyle açıklamıştır:

“Ailedeki değişim, geleneksel karşılıklı bağımlılık ilişkiler örüntüsünden batılı çekirdek aile bağımsızlığına geçişi içermektedir. Bu değişim sonucunda yatay etkileşim ekseninde kadının yüksek statüsü, dikey etkileşim ekseninde de nesiller arası bağımsızlık söz konusudur. Sosyo-ekonomik gelişmeyle çocuğun ekonomik ve yaşlılık güvencesi değeri azalmaktadır. Aile içi ilişkiler, maddesel ve duygusal olmak üzere iki boyutta değerlendirilmiş, dikey etkileşim düzeyindeki maddesel bağımlılığın azalması, duygusal bağımlılığın da azalmasını gerektirmiştir. Bu model, ekonomik gelişme sürecinde aile için çok yönlü değişmeyi ve birden fazla sonucu öngörmektedir (s: 135-140).

Sistem kuramı, aileyi, çevresiyle ilişkisi içinde olan dinamik ve dışa açık bir sistem olarak ele almıştır. Teknolojik gelişmeler ve haberleşme sistemindeki yenilikler, aileyi büyük ölçüde farklılaştırmıştır. Aile sistemi içerisinde yer alan bireylerin, birbirlerine karşı duygusal sorumluluklar hissetme, güç ya da eşitlik ilişkisi kurma, birbirini kabul etme, yaptıklarını onaylama, benliklerine karşılıklı değer verme, evliliğin dışsal faktörlerinden (iş, okul, eşlerin aileleri vs. gibi) etkilenme, cinsel yaşama dair görevleri yerine getirme gibi varyasyonlara önem vermesi söz konusudur. Bu varyasyonlar, eşlerin evlilikten doyum elde edip etmemelerini belirlemektedir. Sistem teorisinde eşler, alt sistemin belirleyicileridir. Farklılıkların tartışılması, ortak karar verme, çatışmaların yönetilmesi, ileriye dönük plan yapma ve her türlü ihtiyacın karşılanması gibi konularda bir eşin davranış biçimi, bütün aile üyeleri arasındaki iletişimin etkinliğini belirlemektedir. Ailenin bir sistem olarak değerlendirilmesi, ailede yaşanan sorunların anlaşılması, çözümlenmesi, aile üyelerinin rollerini birbirlerini tamamlayacak şekilde yerine getirmesi konusunda önemli açılımlar sunmaktadır (Whiteside,1998; Sabatelli, 1995; Farley,1990; Whitchurch ve Constantine,1993).

Aile kurumunun analizinde öne çıkan diğer kuram kurumsalcı kuramdır. Aile, bir firmanın yönetim yapısına benzetilmiştir. Bu yönetim yapısı içinde tıpkı bir firmaya yapılacak uzun dönemli yatırımlar gibi aileye de çeşitli kurumsal düzenlemeler getirmek ve yatırımlar yapmak gerekmektedir (Simonsson ve Sandström, 2011:210-229). Karşılıklılık, ailedeki paylaşımın temelidir. Bu karşılıklılığın kapsamında yükümlülükler, gelecekte edinilecek faydalar, her türlü şeyin hesaba katılarak yapılan tüm yatırımlar yer almaktadır. Yatırımlar, istihdam sağlama, ailelere minimum bir gelir düzeyini garantileme, aile içi krizlere yol açabilecek belirsizlik ve güvensizlikleri giderme ve tüm bireylere en iyi hizmetleri sunma olarak ifade edilmiştir. Kadınların evlilik sürecinde erkeklerle karşılaştırıldığında evliliklerine daha fazla yatırım yaptıkları ileri sürülmüştür. Dolayısıyla, aileye yapılan yatırımlar kadar bireye yapılan yatırımlar da önemlidir. Bu nedenle kurumsalcı teori, aileye bağımlılığı değil, bireysel bağımsızlığı amaçlamıştır. Bağımsız ve özerk birey, ailedeki varlığını, ne kendisini

diğer üyelere, ne de üyeleri kendisine feda etmeden sürdürebilir (Hobson, 1990; Whitchurch ve Constantine,1993).

3.YÖNTEM

Birey, yaşadığı sosyo-ekonomik koşullar içinde kimliğini inşa etmektedir. Küreselleşme süreci, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik değişimlerin yoğun olduğu; bireylerin de bu hızlı değişimlere uyum sağlamak zorunda olduğu bir yapı yaratmıştır. Bireylerin hayata bakış ve hayatta kalış stratejileri, bu dinamikler üzerinden kurulmaktadır. Toplumun dinamik kategorisini oluşturan genç nüfusun değişen davranışsal kalıpları, perspektifleri, ilişki durumları, yaşam biçimleri, yaklaşımları, toplumsal sistemdeki değişimlerin en somut yansıdığı alanlar olarak kritik bir önem arz etmektedir. Nitekim küresel dünyanın sunduğu sosyo-ekonomik koşullar, gençlerin beklentilerini, gereksinimlerini ve hayata bakışlarını etkilemektedir. Bu bağlamda, aile ve evlilik kurumundaki değişimlerin dinamiklerinin ve boyutlarının tartışılması noktasında, genç nüfusun aile ve evlilik ile ilgili yaklaşımlarına, tutumlarına bakmak anlamlı olacaktır.

Gençlik kavramı, sadece belirli bir yaş aralığına indirgenmeden toplumsal, ekonomik ve siyasi koşullar bağlamında farklı ilgileri, gereksinimleri ve koşulları olan heterojen bir kesim olarak ele alınmalıdır. BM için bu yaş aralığı 15-24 iken AB ülkelerinde 15-29 yaş aralığı genç kategorisinde belirlenmiştir. Türkiye’de gençlik yaşı, genel itibariyle 12-24 yaş aralığı doğrultusundadır (Kalkınma Bakanlığı Gençlik Çalışma Grubu Raporu,2018:4-5).

Üniversite öğrencilerinin evlilik ve aile ilgili düşüncelerinin, beklentilerinin tespitinin amaçlandığı bu çalışmanın evrenini, Pamukkale Üniversitesinde il merkezinde farklı bölümlerde öğrenim gören üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. 2019-2020 yılları arasında Pamukkale Üniversitesinde, il merkezinde öğrenim gören toplam 44,197 öğrenci vardır. Fakülte bazlı lisans öğrencisi sayısı 34,908; yüksekokul bazlı öğrenci sayısı 15,815; enstitü bazlı öğrenci sayısı 2886 olarak tespit edilmiştir. 50 kişi ile pilot çalışma yapılmıştır. Araştırmanın örnekleme, amaçlı örnekleme yöntemiyle 245 kişi olarak belirlenmiştir. Araştırmanın veri toplama teknikleri, gözlem ve ankettir. Soru formu, yarı yapılandırılmış ve açık uçlu olarak hazırlanmıştır. Katılımcılara, günümüzde evlilik konusunda değişen kalıplar ve anlayışlar, evlilik tercihleri ve ideal evlilik algısı, Türkiye’de evliliklerde yaşanan sorunlar ve sorunların çözümüne yönelik geliştirilen stratejiler, boşanmanın nedenleri, evliliğe atfedilen anlam, aile kurumunun gerekliliği ve önemi, ideal eş algısı gibi konulara dair sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve sorulara verilen yanıtlar, SPSS 22.0 programına aktarılmış, frekans ve ki-kare testi ile sonuçlar yorumlanmıştır.

4.BULGULAR

Katılımcıların sosyo-demografik bulguları şöyle özetlenebilir: Cinsiyete göre dağılımda %57,5’ü kadın, %42,5’i erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş aralığı Türkiye’de gençlerin ortalama olarak üniversiteye başlama alt sınır yaşı dikkate alındığında 17-25 ve 25 ve üzeri olarak tespit edilmiştir. Buna göre 17-25 yaş aralığında yer alanların oranı %89,8; 26 ve yukarısı olanların oranı %10,2’dir. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında %98,8’i bekar, %1,2’si evlidir.

Katılımcıların öğrenim gördükleri sınıflara göre dağılımlarında 4. Sınıfta hazırlık sınıfında yer alanların oranı%32,4; 3. Sınıfta öğrencilerinin oranı %21,3; 2. Sınıf öğrencilerinin oranı%17,5, 1. Sınıf öğrencilerinin oranı 13,8 ve hazırlık sınıfında olanların oranı %15 olarak görülmüştür. Katılımcıların %51,2’si evde; %23,8’i ailesinin yanında; %15’i özel yurtda ve %10’u devlet yurtda kalmaktadır. Katılımcıların aylık ortalama gelirlerine bakıldığında 1000 TL üzeri geliri olanların oranı %38,6, 1000 TL’nin altında geliri olanların oranı %61,4’tür. Ebeveynlerin eğitim ve çalışma durumlarına bakıldığında anne eğitim durumunda ilköğretim mezunu olanlar çoğunluktadır (%51,3). Lise mezunu olanların oranı %33; üniversite mezunu olanların oranı %15,7’dir. Annenin çalışma durumuna bakıldığında çalışmayanların oranı %67,5, çalışanların oranı %32,5’dir. Babanın eğitim durumunda çoğunluk ilköğretim mezunu olanlardır (%40,1), lise mezunu olanların oranı %33,8; üniversite mezunu olanların oranı %26,1’tür. Babanın çalışma durumunda çalışanlar çoğunluğu oluşturmaktadır (%86,3). Çalışmayanların oranı %13,7’dir. Üniversite öğrencilerine yaşadıkları aile yaşamı içerisinde kendilerini nasıl hissettikleri sorulmuştur. Yaşadıkları aile ortamı içerisinde kendisini mutlu hissedenlerin oranı %93,8’dir. Kendini mutlu hissetmeyenlerin oranı %6,2’dir.

Türkiye’de aile kurumuna ilişkin en önemli sorunlarından biri boşanmadır. Günümüzde boşanmış bireyler tarafından büyütülen çocukların oranı yüksektir. Boşanmış ailelerde büyüyen çocuklar psikolojik, sosyal ve ekonomik olarak farklı sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu tür zorluklar, evlilik ve aile ile ilgili düşünceleri etkilemektedir. Son yıllarda Türkiye’de boşanma oranlarında ciddi bir artış söz konusudur¹. Bu

¹ Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) 2019-2020 yıllarına dair evlenme ve boşanma istatistiklerine göre, 2019 yılında evlenen çiftlerin sayısı 542 bin 314 iken 2020 yılında %10,1 azalarak 487 bin 270 olmuştur. Kaba evlenme hızı 2020 yılında binde 5,84 olarak gerçekleşmiştir. Boşanan çiftlerin sayısı

artışla birlikte boşanmanın çiftler ve çocuklar üzerindeki etkileri farklı bağlamlarda tartışılmıştır. Aile geçmişinde boşanma vakasının olup olmadığına dair bulgulara, %56,4'ü boşanma vakası olduğunu belirtirken %43,6'ü olmadığını belirtmiştir. Ailede boşanma vakası olanların evliliğe yönelik tutumlarında belirleyici olup olmadığına dair sorgulamada, ailesinde boşanma vakası olanların %62,5'i evlenmeyi düşündüğünü belirtirken; ailesinde boşanma vakası olmayanların %68,6'sı evlenmeyi düşündüklerini (evliliğe olumlu yaklaştıklarını) belirtmiştir. Bu dağılımda farklılık kararsızlar arasında görünmektedir. Ailesinde boşanma vakası olanlar arasında kararsız olanların oranı %33,3; boşanma vakasına şahit olmayanlar arasında kararsız olanların oranı %22,9'dur. ($X^2=1,410^a$ sd=2, $p=,494$).

Aile ve evlilik kurumuna dair düşüncelerin sorgulandığı soruya %68,8'i aile kurumunun öneminin azaldığı şeklinde düşüncelerini belirtirken, %17,5'i aile kurumunun sağlamlığını devam ettirdiğini belirtmiştir. Aile kurumunun günümüzde öneminin arttığını belirtenlerin oranı %11,3'tür. Katılımcıların cinsiyet kategorisi ile aile kurumunun günümüzdeki durumuna yönelik algıları arasında ilişki kurulmuştur. Kadın katılımcıların %13,3'ü aile kurumunun günümüzde sağlamlığını koruduğunu belirtirken %82,2'si aile kurumunun öneminin azaldığını söylemişlerdir. Erkek katılımcılar arasında aile kurumunun günümüzde önemini ve sağlamlığını koruduğunu belirtenlerin oranı %23,5, aile kurumunun öneminin azaldığını düşünenlerin oranı %52,9'dur. Genel olarak analizde, katılımcıların çoğunlukla aile kurumunun öneminin azaldığına dair görüşlerinin yoğunlukta olduğu söylenebilir. Aile kurumunun günümüzde gereksiz olduğunu savunanlar her iki cinsiyet kategorisi içinde oldukça düşük düzeydedir (kadın=%1,1; erkek=%2,9). Aile kurumunun günümüzdeki durumuna ilişkin algıda yaşa göre farklılık durumuna yönelik kurulan ilişki analizde 25 yaşın altındaki katılımcıların %71,4'ü aile kurumunun günümüzde öneminin azaldığını belirtirken 25 yaşın üstünde olan katılımcıların %88,9'u bu fikirdedir. ($X^2=11,055^a$, sd=6, $p=,087$). Katılımcıların öğrenim gördükleri sınıf düzeyiyle aile kurumunun günümüzdeki konumuna ilişkin algılarına dair yapılan ilişkilendirmede, her sınıf düzeyinde (Hazırlık sınıfı=%75, 1. sınıf: %81,8; 2. sınıf=%50; 3. Sınıf=%70,6; 4. sınıf=%69,2) aile kurumunun günümüzde öneminin azaldığı yönünde düşüncelerini belirtenlerin oranı yüksektir. ($X^2=6,821^a$, sd=12, $p=,869$). Evlilik kurumunun, katılımcılar için toplumun devamlılığı için gerekli bir kurum olarak değerlendirilme durumu sorgulanmıştır. Evliliğin gerekli olup olmadığına dair soruya katılımcıların %70'i evliliğin önemli ve gerekli olduğunu belirtirken %30'u evliliğin gerekli olmadığını belirtmiştir. Yaş değişkeni üzerinden katılımcıların evlilik kurumunun gerekli olup olmadığına dair farklılığa bakıldığında 25 yaşın altında olanların %67,9'u evlilik kurumunun gerekli olduğunu belirtirken 25 yaşın üzerinde olanların %55,6'sı evlilik kurumunun gerekli olduğunu söylemiştir. ($X^2=5,225^a$, sd=4, $p=,265$). Cinsiyet değişkenine göre evliliğin gerekli olup olmadığına yönelik oluşturulan çapraz tabloda, toplumun devamlılığı için evliliğin gerekli ve önemli olmadığını savunan kadın katılımcıların oranı %28,9'u, erkek katılımcıların oranı %8,8'dir. Evliliğin gerekli olduğunu savunan kadın katılımcıların oranı %62,2, erkeklerin oranı 82,4'tür. ($X^2=8,544^a$, sd=4, $p=,074$).

Katılımcılara evlenmeyi düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur ve evlenmeyi düşündüğünü belirtenlerin çoğunlukta olduğu görülmüştür (%65). Evlenmeyi düşünmediği belirtenlerin oranı %6,3; kararsızların oranı %28,7'dir. Evlenmeyi düşündüğünü belirtenlerin cinsiyete göre farklılaşma durumlarına bakıldığında, hem kadın hem de erkek katılımcılar arasında evlenmeyi düşündüğünü belirtenlerin oranı çoğunlukta. Kadın katılımcıların %66,7'si, erkek katılımcıların %61,8'i evlenmeyi düşündüklerini belirtmişlerdir. Dağılımda dikkat çeken diğer bir değer kararsızlardadır. Erkek katılımcılar arasında kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %29,4 kadın katılımcılar içinde kararsız olanların oranı %28,9'dur. ($X^2=1,213^a$, sd=4, $p=,876$).

Evlenmeyi düşünenlerin geldikleri şehre göre farklılaşma durumlarına bakıldığında İstanbul'dan gelen katılımcılarla Denizli'de yaşayan katılımcılar arasında önemli bir farklılık görülmemiştir. İstanbul'dan gelenlerin %67,5'i, Denizli'de yaşayanların %62,5'i evlenmeyi düşündüklerini belirtmiştir. İstanbul'dan gelenler arasında evlenmeyi düşünmediğini belirtenlerin oranı (%12,5) Denizli'de yaşayanlardan yüksektir. Bununla birlikte Denizli'de yaşayanlar arasında kararsızların oranı yüksektir (%37,5). ($X^2=7,207^a$, sd=2, $p=,027$). Katılımcıların ebeveynleriyle olan ilişkilerinin düzeyiyle evlenmeyi düşünme durumları arasında ilişki kurulmuştur. Yaşadıkları ailede kendilerini mutlu hisseden ve ebeveynleriyle mutlu ilişkileri olduğunu belirtenlerin %66,7'si evlenmeyi düşündüğünü belirtmiş; %5,3'ü evlenmeyi düşünmediğini belirtmiştir. Aileleriyle mutlu olmadığını, sorunlu ilişkileri olduğunu belirtenlerin %40'ı evlenmeyi düşündüğünü, %20'si evlenmeyi düşünmediğini belirtmiştir. Bu dağılımda mutsuz bir aile ortamında olduğunu belirten katılımcılar arasında evlenmeyi düşünme konusunda kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %40'tır. Mutlu bir aile ortamında bulunanlar arasında evliliği düşünme konusunda kararsız olanların oranı bu dağılımda %28 olarak görülmüştür. Yaşanılan ailenin atmosferi, bireylerin evlenme konusundaki düşüncelerini de belirlemektedir.

Katılımcılara evli olmakla birlikte yaşamak arasında nasıl bir tercihte bulunabilecekleri ve hangi ilişki tarzının kendisine daha çok hitap ettiği sorulmuştur. Bu sorunun yanıtlarında çoğunluk evli olmanın kendisine

daha çok hitap ettiğini belirtmiştir (%70). Birlikte yaşamının kendisine daha çok hitap ettiğini belirtenlerin oranı da %30'dur.

Evlenmeyi düşünenlerin evlenmeyi planladıkları yaş aralığı 25-30 şeklinde belirtenlerin oranı %77,6'dır. 30 yaş ve sonrasında evlilik planı yapanların oranı %22,4'dir. Cinsiyet ile evlenmek için ideal yaş aralığı bulgularında, hem kadın hem erkek katılımcılar ideal evlenme yaşını 25-30 yaş arası olarak belirtmişlerdir (kadın=%81,8'i; erkek=%72,7). ($X^2=22,618^a$, $sd=6$, $p=,001$). Katılımcıların gelir düzeylerinin evlenmeyi planladıkları yaş aralığı ilişkisine bakıldığında, aylık geliri 1000 TL üzerinde olan katılımcıların %16,7'si evlenmeyi düşündükleri yaşı 30 yaşından önce şeklinde belirtirken, %83,3'ü 30 yaşından sonra evlenmeyi düşündüklerini söylemişlerdir. Gelir düzeyi arttıkça evlenmeyi düşünülen yaş artmaktadır denilebilir. Bu durum evlilik ile ilgili düşüncelerin zamanla şekillenmesiyle de büyük ölçüde ilişkilidir. Ekonomik değişkenler evlilik fikrini etkileyen önemli bir değişkendir. ($X^2=22,120^a$, $sd=9$, $p=,009$). Fatma Başaran'ın yaptığı bir araştırmada kızlar için ideal evlenme yaşının 20 ve üstü, erkekler için 25 ve üstü olduğunu ortaya koymuştur. 25 yaşından büyük evlenmeler, erkekler erkeklerden çok kadınlar tarafından istendiğini ortaya koymuştur (Başaran, 1984:149). Katılımcıların evlenmeyi düşündükleri yaş aralığı ile TÜİK verileri arasında paralellik olduğu söylenebilir. 2019-2020 yıllarına dair ilk evlenme yaşı verilerine göre, hem kadınlar hem erkekler arasında bir artış gözlenmiştir. Ortalama ilk evlenme yaşı 2020 yılında erkeklerde 27,9 iken kadınlarda 25,1'dir²

Katılımcılar arasında çocuk sahibi olmak isteyenlerin oranı çoğunlukta olmakla birlikte (%65,4) evlendiklerinde iki çocuğun ideal olduğunu söyleyenlerin oranı %51,2, bir çocuk sahibi olmanın ideal olduğunu belirtenlerin oranı %18,8'dir. Çocuk sahibi olmak istemeyenlerin oranı ve dört çocukta fazla çocuğa sahip olmak isteyenlerin oranları benzerdir (%7,5).

Sanal ortamda tanıştığı biriyle evlenmeyi tercih etme durumlarına ilişkin bulguda hayır yanıtını verenlerin oranı %60; evet yanıtını verenlerin oranı %18,8; kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %21,2'dir. Kadın ve erkek katılımcılar arasında sanal ortamda tanıştığı biriyle evlenme fikrine olumsuz yaklaşanlar çoğunlukta (erkek=%67,6; kadın=%55,6). ($X^2=2,361^a$, $sd=2$, $p=,307$).

Evlilikte en önemli kriterin ne olduğuna dair bulgularda katılımcıların %65'i karşılıklı anlaşılabilirlik kriterini; %35'i aşkın olması gerektiğini belirtmişlerdir. Evliliği oluşturan ve tanımlayan temel değer ne olduğu sorulmuştur. Çoğunluğu oluşturan oranlar sırasıyla şu şekildedir: %41,2'si yakın arkadaş edinmek, %38,8'i çocuk sahibi olmak, %12,5'i yalnızlıktan kurtulmak yanıtlarını vermişlerdir. En düşük yanıtlar ise sırasıyla evliliğin ekonomik kaygılardan dolayı gerçekleştiğini belirtenler (%1,3); çevresel baskılardan (%2,5); cinsel ihtiyaçların tatmin edilmesi (%3,7) şeklinde belirtilmiştir. Evlilikte önceliğin ne olması gerektiğine dair cinsiyet değişkeninde farklılaşmanın olup olmadığına dair bulgularda kadın ve erkek katılımcıların çoğunlukla iletişim kurabilme, karşılıklı anlaşılabilirlik, sorunları çözebilme davranışlarının evlilikte öncelikli olması gerektiğini belirtmişlerdir (erkek=58,8; kadın=53,3). Kadın katılımcılar arasında aşk evliliğini merkeze koyanlar çoğunlukta (%40), erkek katılımcılar arasında bu oran %17,6'dır. Evleneceği kişide fiziksel özelliğe öncelik verenler arasında erkeklerin oranı yüksektir (%11,8). ($X^2=21,718^a$, $sd=8$, $p=,005$). Katılımcılara göre evliliğin ana motifi ve evliliği tanımlayan en önemli değer ne olduğu sorulmuştur. Cinsiyet değişkeninde farklılığın olup olmadığı analizinde kadın katılımcıların %31,1'i çocuk sahibi olmayı, erkek katılımcıların %29,4'ü yakın bir arkadaş edinmeyi evlilikte birincil öneme sahip konu olarak belirtmiştir. Bu dağılımda kadın ve erkek katılımcıların en az değerli gördükleri konular, ekonomik dayanışmanın sağlanması, cinsel ihtiyaçların tatmini ve çevresel baskı faktörleridir. Buna göre katılımcılar için çocuk sahibi olmak ile karşılıklı iletişim kurabilmek, anlaşılabilirlik değerleri evlilik için merkezde olması gereken temel bir kriter olarak görülmektedir. ($X^2=30,048^a$, $sd=12$, $p=,003$). F. Başaran'ın yaptığı bir araştırmada ideal eşte aranan niteliklere bakıldığında ideal eş olarak kadınlarda aranan nitelikler, genel olarak bütün gruplarda 1 ahlak, karakter 2. güzellik, 2 anlayışlı, saygılı yani iyi huylu olmak şeklindedir (Başaran, 1984:149). Katılımcıların evlilik kararında ekonomik faktörün oldukça düşük; buna karşın duygusal ya da psikolojik gereksinimler merkezindeki ölçütlerin daha yüksek oranda olması dikkat çekicidir. Türkiye'de bireylerin evlilikle ilgili kararlarında, ekonomik koşulların dikkate değer bir öneme sahip olduğunu söylemek gerekmektedir. Eğitim sürecinin uzun olması, istihdam olanaklarının optimum düzeyde olmaması, evlenme kararını etkilemektedir. Türkiye'de üniversite mezunu olan öğrencilerin oranının fazla olmasına rağmen istihdam olanaklarının düşük olması, her mezun öğrencinin kendi ilgisine, alanına ve yeteneğine uygun olan işlerde çalışmıyor olması, düşük refah düzeyi, yaşam standartlarının istendik düzeyde

² Erkek ile kadın arasındaki ortalama ilk evlenme yaşı farklı ise 2,8 olarak görülmüştür. Evlenme sayısı 2019 yılında Nisan ayı verilerine göre 53 bin 155 iken pandemiyin etkisiyle %68,7 azalarak 2020 yılının aynı ayında 16 bin 657 olmuştur. 2020 yılının Temmuz ve Ağustos aylarında bir önceki yıla göre artış görülmüştür. Evlenme sayısı 2019 yılı Temmuz ayında 66 bin 932 iken %8,2 artarak 2020 yılının aynı ayında 72 bin 402 olmuştur. Evlenme sayısı 2019 yılı Ağustos ayında 66 bin 987 iken %15,1 artarak 2020 yılının aynı ayında 77 bin 86 olmuştur (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2020-37211>).

oluşturamama kaygısı, onların evlilik ve aile kurmayla ilgili düşüncelerini etkileyebilmektedir. Nitekim gençlerin istihdam ve işsizlik oranları bu bağlamda dikkat çekicidir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından, Türkiye’de genç nüfusta işsizlik oranı %25.3, istihdam oranı %29.2 olarak gösterilmiştir (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2020-37484>). Bu verilere göre, Türkiye işgücü piyasasında yer alan 15 ve daha üzeri yaştaki nüfusun yaklaşık yarısı işgücüne katılmaktadır. İşgücüne katılma oranının düşüklüğünün en önemli nedeni, kadınların işgücüne katılma oranının düşük olmasıdır. Erkeklerin % 72,5’i işgücüne katılırken, 15 ve üzeri yaştaki kadınların yalnızca üçte biri işgücü piyasasına katılmaktadır. İşgücüne dahil olmayanlar arasında yüzde 39,4’ü “ev işleri ile meşgul” olduğu için işgücüne katılmamaktadır. İşgücüne katılmayan kadınların % 55,4’ünün işgücüne katılmama nedeni “ev işleri ile meşgul” olmaktır. Türkiye genelinde yemek yapma işinin % 91,2’si kadınlar tarafından yapılmaktadır. Bakım sorumluluğu ile birlikte değerlendirildiğinde kadınların aile içerisindeki sorumluluklarının, işgücü piyasasına katılma noktasında en önemli engel olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Kadınların işgücü piyasasına katılamamasının en önemli nedenlerinden bir tanesinin de çocuk ve yaşlı bakım sorumluluğu olduğu görülmektedir. (https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2020/04/IsgucuPiyasasi_ve_GencIstihdamiOzelIhtisasKomisyonuRaporu.pdf).

Eş seçimi kararında ebeveynlerin etki düzeyine bakıldığında %67,5’i ebeveynlerinin görüşlerine oldukça önem verdiğini belirtirken %32,5’i ebeveynlerin görüşlerine önem vermeyeceğini, kendi kararının daha önemli ve belirleyici olduğunu belirtmiştir. Evlenme sürecinde eş seçiminde ebeveynlerinin görüşlerinin önemli olduğunu belirten kadın katılımcıların oranı %64,4, erkek katılımcıların oranı %52,9’dur. Eş seçiminde ebeveynlerin düşüncelerinin önemli olmadığını belirtenler arasında erkek katılımcıların oranı (%41,2) kadın katılımcılardan fazladır (%26,7). ($X^2 = 2,590^a$, $sd=4$, $p=,629$). Buna göre, evlenme ve eş seçme kararında ve sürecinde ebeveynlerinin kararlarını dikkate alma konusunda kadınlar daha yatkın olabilmektedir. Yaşanılan şehir ile ebeveynlerin eş seçme kararındaki etkililik durumu arasındaki ilişkide, İstanbul’da yaşayan katılımcıların %50’si ebeveynlerin kararlarının önemli olduğunu; %40’ı önemli olmadığını belirtirken, Denizli’de yaşayan katılımcıların %70’i ebeveynlerin eş ve evlilik kararlarında önemli olduğunu; %25’inin belirleyici olmadığını belirtmiştir. ($X^2 = 3,385^a$, $sd=2$, $p=,184$).

Evlenilecek kişinin aynı sosyo-kültürel statüde olmasının önemli olup olmadığı konusunda katılımcıların %82,6’sı önemli olmadığını; %17,4’i önemli olduğunu belirtmiştir. Evlenilecek kişiyle sosyo-kültürel seviyenin aynı olmasının önemli olduğunu savunanlar arasında kadın katılımcıların oranı %71,4, erkek katılımcıların oranı %21,4’tür. ($X^2 = 9,819^a$, $sd=4$, $p=,044$).

Evlenilecek eşin çalışması hakkındaki görüşlerde %92,4’i çalışmasını istediğini belirtirken %7,6’sı eşinin çalışmasını istemediğini belirtmiştir. Eşin çalışmasını isteme durumu ile cinsiyete kategorisinde kurulan ilişkide eşinin çalışmasının gerekli ve zorunlu olduğunu belirten kadın katılımcıların oranı %72,2; erkek katılımcıların oranı %27,8’dir. Hem kadın hem erkek katılımcılar arasında evleneceklerin kişinin çalışmasının gerektiğini belirtenlerin çoğunlukta olduğu görülmüştür. ($X^2 = 9,975^a$, $sd=6$, $p=,126$). Yaşanılan şehir ile eşin çalışması konusundaki ilişkiye bakıldığında, bağlamında kurulan ilişkide İstanbul’da yaşayan katılımcıların %52,5’i eşin çalışması gerektiğini söylerken Denizli’de yaşayan katılımcıların %37,5’i bu görüşü beyan etmiştir. ($X^2 = 2,621^a$, $sd=3$, $p=,454$).

Evlenmeden önce birlikte yaşama fikrine %63,2’si birlikte yaşama fikrine evet demiştir; %36,8’i evlenmeden birlikte yaşama fikrini onaylamadıklarını belirtmiştir. Erkek katılımcıların %55,9’u, kadın katılımcıların %55,6’sı evlenmeden önce birlikte yaşama fikrine olumlu yaklaştıklarını belirtmiştir. ($X^2 = 2,398^a$, $sd=4$, $p=,663$). Yaşanılan şehir ile evlenmeden önce birlikte yaşama fikrine yönelik tutum arasındaki ilişkide, İstanbul’dan gelmiş olan katılımcıların %65’i, Denizli’de yaşayanların %42,2’si evlenmeden birlikte yaşamaya olumlu yaklaştıklarını belirtmiştir. Evlilik öncesi birlikte yaşama fikrine olumsuz yaklaşanların %41,7’si İstanbul’dan gelen katılımcılara; %58,3’ü Denizli’de yaşayan katılımcılara aittir. ($X^2 = 2,574^a$, $sd=2$, $p=,276$).

Kadın katılımcıların %71,1, erkek katılımcıların %70,6’sı evlilik fikrinin kendilerine uygun ideal ilişki biçimi olarak belirtmiştir. Birlikte yaşamayı kendisine uygun ilişki biçimi olarak belirten erkek katılımcıların oranı %17,6 kadın katılımcıların oranı %13,3’tür. ($X^2 = 5,644^a$, $sd=4$, $p=,227$). Buna göre, her iki cinsiyet kategorisi için de evlilik şeklindeki ilişki biçimi en çok tercih edilen ilişki biçimi olarak görülmektedir. Yaşanılan şehir ile kendisine hitap eden ilişki tarzının ne olduğuna dair kurulan çapraz tabloda Denizli’de yaşayan katılımcıların %72,5’i evliliğin kendisine daha uygun olduğunu, İstanbul’dan gelen katılımcıların %67,5’i bu fikri savunmuşlardır. Birlikte yaşamamanın kendisine daha uygun olduğunu belirtenler arasında İstanbul’dan gelen katılımcıların oranı %69,2, Denizli’de yaşayanların oranı %30,8’dir. ($X^2 = 2,813^a$, $sd=2$, $p=,245$).

Evlilik sürecinde ev işlerini kadın ve erkek arasında paylaşımları ve sorumlulukların eşler arasında eşit bir şekilde yerine getirmesi konusundaki düşüncelerin tespitine yönelik sorulan soruya %95 katılımcı ev işi işlerinin erkeğin kadına her zaman yardım etmesi gerektiğine katılıyorum yanıtını vermiştir. %5 oranında kişi erkeğin ev işlerine yardım etmesi konusuna katılmadığını belirtmiştir. Ev işlerinin paylaşımı ve erkeğin ev işlerine yardım

etmesi konusunda cinsiyete dayalı bir farklılaşma olup olmadığına bakıldığında hem kadın hem erkek katılımcılar için ev işlerinin tek bir kişiye yüklenmesi fikrine karşı olduğunu belirtenlerin oranı yüksektir. Ev işlerinin yerine getirilmesinde kadın ve erkeğin görev paylaşımlarının olması gerektiği düşüncesine sahip olanlar çoğunluktadır (kadın=%97,8, erkek=%94,1). ($X^2=19,787^a$, $sd=2$, $p=,000$).

Katılımcılara toplumsal ve hukuksal olarak boşanma konusunda daha esnek davranılmasına dair görüşler sorulmuştur. Boşanmaya karşı olmadığını belirtenler katılımcılar arasında çoğunluktadır (%97,5). Boşanmanın kolaylaştırılmasını desteklediğini belirtenlerin oranı %47,5, boşanmanın kolaylaşmasına karşı olduğunu belirtenlerin oranı %20, herhangi bir fikri olmadığını belirtenlerin oranı %32,5'tir. Boşanmanın günümüzde kolaylaşmasına dair görüş ile cinsiyet değişkeni arasında kurulan ilişkide, kadın katılımcıların %53,3'ü erkek katılımcıların %41,2'si boşanmanın kolaylaşmasını desteklediğini belirtmiştir. Boşanmanın kolaylaşmasına karşı çıkan kadın katılımcıların oranı %15,6, erkek katılımcıların oranı %23,5'tir. ($X^2=5,373^a$, $sd=4$, $p=,251$).

Boşanmanın zorlaştırılmasının aile kurumunu nasıl etkilediğine yönelik görüşlerin tespitine dair bulgulara katılımcıların %53,8'i boşanmanın zorlaştırılmasının aile bağlarını zayıflattığını belirtmiştir. Aile bağlarını etkilemediğini belirtenlerin oranı %40; aile bağlarını güçlendirdiğini belirtenlerin oranı %6,2'tür. Cinsiyet değişkeninde farklılığın olup olmadığının sorgulanmasında kadın katılımcıların %60'ı, erkek katılımcıların %47,1'i boşanmanın zorlaştırılmasının aile bağlarını zayıflatacağını ileri sürmüştür. Boşanmanın zorlaştırılmasının aile bağlarına olan etkisi konusunda erkek katılımcıların %11,8'i kadın katılımcıların %2,2'si aile bağlarının güçlenmesi yönünde etkide bulunacağını ileri sürmüştür. Bu bağlamda katılımcıların cinsiyet fark etmeksizin boşanmanın zorlaştırılmasının aile kurumuna, aile içi bağları güçlendirici nitelikte bir etkisi olmayacağı düşüncesindedir. ($X^2=5,000^a$, $sd=4$, $p=,0287$).

Eşlerin, anlaşamadıkları bir evliliği devam ettirme konusundaki kararlarında çocuklar büyük ölçüde belirleyici olabilmektedir. Sadece çocuk için evli kalma fikrine karşı çıkanların oranı %95,1'tir. Katılımcılara, çocuk sahibi olmanın mutsuz giden bir evliliği çocuklara rağmen devam ettirilmesinde belirleyici olmasına katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Çocuklar varken de mutsuz giden bir evliliğin sonlandırılması gerektiğini söyleyenlerin oranı %52,5; çocuklar varken de mutsuz gibi bir evliliğin sonlandırılmasına karşı olduklarını belirtenlerin oranı %47,5. Cinsiyet değişkeninde bakıldığında kadın katılımcıların %91,1'i erkek katılımcıların %85,3'ü sadece çocuk için mutsuz evliliğin devam ettirilmesine katılmamaktadırlar. ($X^2=6,660^a$, $sd=4$, $p=,155$).

5.SONUÇ VE TARTIŞMA

Aile ve evlilik ilişkilerinde yaşanan değişimler günümüzde en çok tartışılan konularındandır. Pek çok kişi için hayatlarının önemli bir aşaması olarak değerlendirilen evlilik, günümüzde gözlenen ilişkisel süreçler bağlamında farklılaşmaktadır. Bireysel ve toplumsal işlevleri yerine getirmesi itibarıyla, aile kurumu sürdürülebilir dinamizme sahip olmasına karşın, ekonomik, teknolojik, kültürel, siyasal, hukuksal ve sosyopsikolojik alanlardaki değişimlerden etkilenmesi kaçınılmazdır. Söz konusu alanlara dair değişimler, aile ve evlilik kurumunda, değişim sürecine adapte olacak yeni mekanizmaları, pratikleri ve ilişki biçimlerini gerektirmiştir. Yerel ve küresel alanda artan mobilité, bireylerin birbirleriyle kurdukları ilişkileri düzenleyen geleneksel kalıpların değişimine zemin hazırlamıştır. Evlilik cinsel ihtiyaçların karşılanması ve çocuk sahibi olmak amaçlarının ötesinde bireyin kendini gerçekleştirme, duygusal ihtiyaçlarını giderme, sosyal prestij sağlama, ekonomik olarak kendini güvenceye alma, yaşamın farklı sosyo-kültürel ve ekonomik alanlarından faydalanma gibi beklentilerle de gerçekleştirdiği bir ilişki biçimidir. Bir anlamda tarafların görece olarak kendi tercihleri ve rızalarıyla içinde var oldukları, taraflar arasındaki sosyal bir alış-veriş şeklindeki görünürlüğünün günümüzde daha çok netleştiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bunun en somut yansıdığı alan ideal eş ve ideal evlilik tanımlarının farklılaşmasıdır. Evlilik ilişkilerindeki istikrarsızlıklar ve kırılganlıklar, tarafların birbirlerine olan bağlılıklarının esnekliği, evliliğe ilişkin sorunların çözümüne yönelik optimum strateji geliştirememek gibi ilişkilerde gözlenen pek çok durum, evliliklerdeki bu dramatik değişimin göstergeleridir diyebiliriz. Son yıllarda artan boşanma oranları, evlilik öncesi birlikte yaşama, evlenmeden çocuk sahibi olma gibi pratikler, geleneksel değerlere dayalı ilişkilerden ziyade bireysel değerlere dayalı ilişki biçimlerinin yaygınlaşması değişimin diğer göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışma, Pamukkale Üniversitesinde lisans eğitimi alan öğrencilerin aile ve evlilik kurumuna yönelik düşüncelerinin günümüz sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel dinamikleri ekseninde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Öğrencilerin evlilik ve aile kurumuna ilişkin düşünceleri, sosyo-demografik değişkenlerle ilişkilendirilmiş, değişen tutum ve beklentiler tespit edilmiştir. Çalışmada aile ve evlilik kurumuna dair değişen algı, beklenti ve süreçlerin araştırılmasının üniversite gençleri üzerinden gerçekleştirilmesinin nedeni, toplumsal değişimin en somut gözlemlendiği yaş kategorisi olması nedeniyledir. Araştırmadan elde edilen verilere bakıldığında;

Çoğunluğunu 17-25 yaş arasındaki kadın ve erkek katılımcılardan oluşan örneklem grubunda boşanmış ebeveynleri olan katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmüştür. Ebeveynlerinin eğitim durumlarında, annesi

ilkokul mezunu olanların ve çalışmayanların; babası ilköğretim mezunu olanların ve çalışanların oranı çoğunluktadır. Ailede boşanma deneyimi, bireyin evlilik kararında belirleyici olabilmektedir. Boşanma deneyimi olan katılımcılar arasında evliliğe olumlu yaklaşanların oranı çoğunluktadır. Her iki cinsiyet için aile ve evlilik kurumunun önemini azaldığına dair düşünceler dikkat çekmekte fakat bu fikre sahip kadın katılımcıların oranının yüksek olduğu görülmektedir. Erkek katılımcılar, kadın katılımcılarla karşılaştırıldığında, çoğunlukla aile kurumunun günümüzde hala önemli olduğu ve sağlamlığını koruduğu düşüncesindedirler. Aile kurumunun önemini ve sağlamlığını koruduğuna dair görüşlerde yaş ve sınıf düzeyi kategorilerinde dikkat çekici bir farklılık görülmemiştir. Evliliğin gerekli olduğu yönündeki görüşler cinsiyet, yaş ve sınıf düzeyi kategori de dikkate alındığında hem kadın hem erkek katılımcılar için yüksek orandadır. Bu tespit paralelinde tüm katılımcılar için iş vb. koşulların sağlanması süreçlerinden sonra evlenmeyi düşündükleri görülmüştür. Yaşamında ileriki sürecinde evlenmeyi düşündüğünü belirtenlerin yaşanan yer bağlamındaki ilişkiselliğinde anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Dolayısıyla hem Denizli’de yaşayanlar için hem Denizli dışında yaşayanlar için evlilik kararına olumlu yaklaşanlar çoğunluktadır. Evlilik fikrine olumlu yaklaşanlar arasında ebeveynleriyle mutlu ilişkileri olanların daha yüksek oranda olduğu görülmüştür. Ebeveynleriyle sorunlu ilişkileri olduğunu, mutlu bir aile ortamında olmadıklarını belirtenler arasında evlenmeyi düşündüğünü belirtenlerin oranının fazla olması dikkat çekicidir. Katılımcılar arasında birlikte yaşamayı tercih edenlerin oranları düşüktür. Çoğunlukla tercih edecekleri ve kendilerine en uygun olduğunu düşündükleri ilişki türünün evlilik olduğunu belirtenlerin oranı yüksektir.

Evlilik için ideal yaş 25-30 olarak belirtilmiştir. Evlilik için ideal yaş gelir düzeyine göre farklılaşmıştır. Geliri yüksek olanlar (1000 TL ve üzeri) evlilik için ideal yaşı 30 üzeri olduğunu belirtmiştir. Çocuk sahibi olma isteği katılımcılar arasında yaygın bir istek olarak görülmüştür. Evlilikte ikiden fazla çocuğun ideal bir durum olmadığını belirtenlerin oranı fazladır. Katılımcılar, internet ve sosyal medya kullanımının yaygın olduğu bir yaş aralığında yer almaktadır. Sosyal ve bireysel ilişkilerin kurulmasında sosyal medya önemli bir araçsallık arz etmektedir. Günümüzde sosyal medya yoluyla tanıştığı kişilerle evlenmeyi tercih edenler de sık rastlanılan bir durumdur. Örneklem grubunun bu bağlamdaki eğilimine bakıldığında çoğunluğunun sosyal medya ya da sanal ortamda tanıştığı biriyle evlenmeyi tercih etmeyeceği görülmüştür. Sanal ortamda tanışılan kişilerin güvenilir olmadıkları yönünde görüşte olanlar çoğunluktadır. Katılımcıların evlenecekleri kişilere yönelik en önemli kriterlerin sırasıyla, “iletişim kurabilmek”, “karşılıklı anlaşabilmek” ve “aşık olmak” şeklinde belirtmişlerdir. Evliliği tanımlayan ve tamamlayan en önemli kriterin ne olduğuna yönelik soruya öncelik sırasına göre, “yakın arkadaş edinmek”, “çocuk sahibi olmak”, “yalnızlıktan kurtulmak” yanıtları verilmiştir. Katılımcıların en düşük oranlanan yanıtları ise “ekonomik kaygılar”, “çevresel baskılar” ve “cinsel ihtiyaçların tatmini”dir. Katılımcılarda gözlenen durum evlilikte duygusal ya da psikolojik ihtiyacın tatmin edilmesi yönündeki eğilimin baskınlığıdır. Çevresel baskılar ve ekonomik kaygılar gibi daha dışsal ya da yapısal faktörler evliliğin içeriminin belirlenmesinde ve evlilikte önceliğin ne olması gerektiği konusunda arka planda kalan kriterler olarak görülmektedir. Katılımcılar arasında kadın katılımcıların çoğunluğunun evliliğin merkezinde aşk olmalıdır yanıtını verenlerden oluştuğu görülmüştür. Aşk evliliğin merkezine koyan erkek katılımcıların oranı düşüktür. Kadın katılımcılar çocuk sahibi olma yanıtını; erkek katılımcılar iletişim kurabilme, karşılıklı anlaşabilme, sorunları çözebilme yanıtını önceliğe almışlardır. Yakın arkadaş olma beklentisi erkek katılımcılarda daha belirgindir. Evlilik tercihlerinde ve evlenecekleri kişiyle ilgili kararlarda katılımcıların, ebeveynlerinin görüşlerine önem verdikleri görülmüştür. Katılımcılar açısından ebeveynler, evlilik gibi hayatın önemli bir aşamasına karşılık gelen süreçte, desteğine ve görüşlerine önem verilen konumdadırlar. Ailelerinin görüşlerini önemseyenler arasında kadın katılımcıların oranı, erkeklerle kıyaslandığında daha yüksektir. Yaşadıkları şehir bağlamında ilişki kurulduğunda, Denizli’de yaşayan katılımcıların, evlilik kararında ve evlenecekleri kişilere yönelik kriterlerde, daha çok ailelerinin görüşlerine önem verdikleri görülmüştür. Evlenilecek kişiyle aynı sosyo-kültürel statüde olmaya katılımcıların çoğunluğu önem vermemektedir. Aynı sosyo-kültürel statüde olmaya önem verme konusunda kadın katılımcıların oranı daha yüksektir. Evlenilecek eşin çalışıyor olması önemli bir kriterdir ve katılımcıların çoğunluğu eşin çalışması gerektiğini söylemiştir. Çalışmanın önemli bir kriter olarak görülmesi Denizli dışında yaşayanlarda çoğunluktadır. Evlilik öncesi birlikte yaşama, günümüzde bireylerin evlilikten daha yüksek tatmin sağlanması noktasında işlevsel bir yol olarak değerlendirilebilmektedir. Katılımcıların bu konudaki fikirlerine bakıldığında evlenmeden önce birlikte yaşama fikrine olumlu yaklaşanların oranı oldukça yüksektir. Bu görüşteki hem fıkirlilikte cinsiyete göre bir farklılık söz konusu değildir. Evlilik öncesi birlikte yaşama fikrinin farklılık arz ettiği değişken yaşanan yer olarak görülmüştür. Denizli’de yaşayanların çoğunluğu birlikte yaşama fikrine Denizli dışında yaşayanlarla karşılaştırıldığında daha az olumlu bakmaktadırlar. Cinsiyete yönelik eşitsizliğin somutlaştığı bir alan olarak domestik işlerin yapılmasındaki sorumluluk paylaşımı, katılımcılar açısından eşitlik zemininde yürütülmesi gereken şekilde algılanmıştır. Kadın ve erkek ev işleri, çocukların bakımı vb. gibi konuları eşit bir şekilde paylaşmalıdır görüşünü savunan katılımcıların oranı yüksektir. Katılımcıların çoğunluğu, evde tüm sorumlulukların ve

görevlerin tek bir tarafa yüklenmesi konusundaki yaygın tutumları yanlış bulduklarını, bu tarz davranışlara karşı çıktıklarını belirtmişlerdir. Boşanma, günümüzde artan oranıyla önemli bir sosyal duruma karşılık gelmektedir. Katılımcıların çoğunlukla boşanmaya karşı olmadıklarını, anlaşmazlıklarla evliliğin devam ettirilmesine karşı olduklarını belirtmişlerdir. Toplumsal ve hukuksal olarak boşanmaların esnekleştirilmesini olumlu karşılayanların oranı yüksektir. Kadın katılımcılar, boşanmaların kolaylaşmasına erkeklerle kıyaslandığında daha çok olumlu yaklaşmışlardır. Boşanmanın esnekleştirilmesinin aile kurumuna zarar vermediği yönünde yanıtlar verenler çoğunluktadır. Aksine boşanmanın zorlaştırılmasının aile bağlarına zarar verdiğini söyleyenlerin oranı yüksektir. Boşanmaya yönelik toplumsal bir toleranssızlığın katılımcılar arasında kabul gören bir görüş olduğunu söylemek doğru olmaz. Anlaşmazlıklar olmasına rağmen çocuk/ların varlığı nedeniyle evliliklerin devam ettirilmesi fikrine karşı olanlar katılımcılar arasında çoğunluktadır. Kadın katılımcılar, mutsuz evliliğin çocukların varlığı nedeniyle devam ettirilmesine erkek katılımcılara kıyasla daha çok karşı çıkmışlardır. Genel olarak değerlendirildiğinde araştırmada aile ve evliliğe yönelik geleneksel kalıplarda değişimlerin olduğu gözlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Başaran, F. (1984) "Ailede Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutum Değişimleri", *Türkiye'de Ailenin Değişimi*, Ankara: Sosyal Bilimler Derneği Yayınları, s. 145-160
- Buğra, A. (2011). *İktisatçılar ve İnsanlar*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Farley, F. (1990). "Behavior And Families: Introduction And Backround To A New Theory", *Family Psychologist*, 6, 24-25.
- Hobson, B. (1990). "No Exit, No Voice: Women's Economic Dependency and the Welfare", *Acta Sociologica*, 33 (3), 235-250.
- Kağıtçıbaşı, Ç.(1982). Sex Roles, Value of Children and Fertility, *Sex Roles, Family and Community in Turkey*, Editör: Çiğdem Kağıtçıbaşı, Bloomington, Indiana University Turkish Studies.
- Kandiyoti, D. (1984). "Aile Yapısında Değişme ve Süreklilik: Karşılaştırmalı Bir Yaklaşım", *Türkiye'de Ailenin Değişimi: Toplumbilimsel İncelemeler*, Yay. Haz. Türköz Erder, Ankara: Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları.
- Özen, S. (1987). "Aile Kurumunda Bazı Sosyolojik Yaklaşımlar", *Seminer*, 5, 267-281, İzmir: E.Ü. Yayınları.
- Poloma, M. M. (1993). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, Çev. Hayriye Erbaş, İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Sabatelli, R.M.; Bartle, S.E. (1995). "Survey Approaches to the Assessment of Family Functioning: Conceptual, Operational, and Analytical Issues, *Journal of Marriage and Family*, November, 57 (4), 1025-1039
- Simonsson, P.; Sandström (2011). Ready, Willing, And Able To Divorce: An Economic And Cultural History Of Divorce In Twentieth-Century Sweden, *Journal Of Family History*,1-20.
- Uyar, S. (1999). *Boşanmış Bireylerin Evlilik Sürecine Ve Bugüne İlişkin Psikolojik Sorunları Üzerine Bir Araştırma*, (Basılmamış Uzmanlık Tezi), Genelkurmay Başkanlığı Gülhane Askeri Tıp Akademisi Askeri Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Wallace, R. A.; Wolf, A. (2012). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*, (Çev.Leyla Elburuz, M.R. Ayas), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Whitchurch, G. G.; Constantine, L. L. (1993). "Systems Theory" (eds. P. G. Boss, W. J. Doherty, R. Larossa, W. R. Schumm, and S. K. Steinmetz), *Sourcebook Of Family Theories And Methods: A Contextual Approach*, p. 325-352, New York: Plenum Press.
- Whiteside, M. F. (1998). "The Parental Alliance Following Divorce: An Overview", *Journal of Marital and Family Therapy*, 24, 3-24.

İnternet Kaynakça:

- <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2020-37211>.
- (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2020-37211>).

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Genclik-2020-37242>.

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2020-37484>.

https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2020/04/IsgucuPiyasasi_ve_GencIstihdamiOzelIhtisasKomisyonuRaporu.pdf.

Cinsiyet Ücret Açığı ve Etkilerinin Derin Öğrenme, Makine Öğrenimi ve Veri Madenciliği İle Analizi

A Deep Learning, Machine Learning and Data Mining Analysis of Gender Pay Gap and Its Influences

Özerk YAVUZ

Dr. Öğretim Üyesi, Nişantaşı Üniversitesi
ozerk@alumni.bilkent.edu.tr
dr.ozerk@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1371-688X>

Makale Başvuru Tarihi : 26.12.2021

Makale Yayın Tarihi : 31.01.2022

Makale Türü : Araştırma Makalesi

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

Cinsiyet Ücret Açığı
Ayrımcılık
Gelir eşitsizliği
Derin Öğrenme
Veri madenciliği
Makine öğrenmesi

Tarih boyunca çeşitli cinsiyetler, ırklar, etnik gruplar, çalışanlar, çeşitli cinsel tercih ve yönelimlere sahip bireyler, farklı renklere, yaşam tarzlarına ve tercihlere sahip bireyler, konuşma ve düşünce özgürlüğü, geniş bir yelpazedeki birçok insan ve hayvan toplumun üyeleri ve yasal çerçeve ve anayasalarda haklarını kanunla kazandılar. İnsan hakları, hayvan hakları, işçi hakları, kadın hakları, kadın erkek eşitliği, seçme ve seçilme hakkı, ifade ve düşünce özgürlüğü, insan ırkının zaman içinde yaşadığı ve gördüğü bu hak ve gelişmelerden bazılarıdır. Ancak geçmişte olduğu gibi bu coğrafyaların ve iş ortamlarının bazılarında hala bazı ayrımcılık, damgalama ve benzer sorunlar yaşanması talihsizdir. Toplumun farklı paradigmaları, değişimler ve yeni gelişmeler hayatımıza girerken, hayatımızda kurallar, düzenlemeler ve yasal çerçevelerle güçlenen birçok değişiklik ve gelişme görüyoruz. Ancak ne yazık ki günümüz dünyasında kaynaklara eşit erişim eksikliği, çifte standardizasyon, fırsat eşitsizlikleri ve çeşitli eşitsizlikler halen mevcuttur. Bu çalışmada, günümüz dünyanın önemli sorunlarından biri olarak sıklıkla dile getirilen cinsiyete dayalı ücret farkı, derin öğrenme, makine öğrenmesi ve veri madenciliği metodolojileri kullanılarak olası etkileriyle birlikte incelenmektedir.

ABSTRACT

Keywords:

Gender Pay Gap
Discrimination
Income Inequality
Deep Learning
Data Mining
Machine Learning

Throughout the history several genders, races, ethnic groups, workers, individuals with several sexual preferences and orientations, individuals with different colours, life styles and preferences, freedom of speech and thought, in a broader range many human beings, animals qualified acceptance by different members of the society and won their rights in the legal framework and constitutions by law. Human rights, animal rights, worker rights, women rights, equality of women and men, right to elect and to be elected, freedom of speech and thought are some of these rights and developments human race experienced and saw during time as a result. However as in the past it is misfortune in some of these geographies and business settings still some forms of discrimination, stigmatization and problems alike occur. As the paradigms of the society, change and new developments enter into our lives we see many changes and developments in our lives which are strengthened with rules, regulations and legislative frameworks. However, unfortunately there is still lack of equal access to resources, double standardizations, inequalities of opportunities with several inequalities in today's world. In this research gender pay gap, which is frequently cited as one of the important problems in today's world is examined with potential influences associated with it using deep learning, machine learning and data mining methodologies.

INTRODUCTION

“We should provide equal opportunities for all genders and all human beings regardless of their differences, preferences and life styles for a better society, a sustainable growth and future. For all of us...”

-Asst. Prof. Dr. Özerk Yavuz

“Equality is the soul of liberty; there is, in fact, no liberty without it.”

- Frances Wright

“These men ask for just the same thing: fairness, and fairness only. This is, so far as in my power, they, and all others, shall have.”

- Abraham Lincoln.

“Equal pay isn’t just a women’s issue; when women get equal pay, their family incomes rise and the whole family benefits.”

-Mike Honda.

“I am fond of pigs. Dogs look up to us. Cats look down on us. Pigs treat us as equals.”

- Winston Churchill.

“Race, gender, religion, sexuality, we are all people and that’s it.”

- Connor Franta.

Throughout the history several genders, races, ethnic groups, workers, individuals with several sexual preferences and orientations, individuals with different colours, life styles and preferences, freedom of speech and thought, in a broader range many human beings, animals qualified acceptance by different members of the society and won their rights in the legal framework and constitutions by law. Human rights, animal rights, worker rights, women rights, equality of women and men, right to elect and to be elected, freedom of speech and thought are some of these rights and developments human race experienced and saw during time as a result. However as in the past it is misfortune in some of these geographies and business settings still some forms of discrimination, stigmatization and problems alike occur. As the paradigms of the society, change and new developments enter into our lives we see many changes and developments in our lives which are strengthened with rules, regulations and legislative frameworks. However, unfortunately there is still lack of equal access to resources, double standardizations, inequalities of opportunities with several inequalities in today’s world. In this research gender pay gap, which is frequently cited as one of the important problems in today’s world is examined with potential influences associated with it using deep learning, machine learning and data mining methodologies (Kotler, 1991; Kotler, 2000, Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018).

Today inequalities in business world, inequalities in access to resources, inequalities in pays, gender, color and nationality based discriminations and double standards remain to be some of the problems that is seen in some

countries, geographies and business settings. As stated in literature, gender based income inequalities in business landscape remains to be an important problem in several business settings, countries and geographies which leads to several negative consequences in 21st century. As in other lower income segments, lower income female groups are facing difficulties in affording their living expenses especially in key areas as, education, health, nutrition, housing, self development. They face difficulties in sustaining their lives and the generations that they raise arising from financial difficulties compared to higher income groups of the society. Since they do not afford the education for themselves and their children, these generations can not have the necessary education to develop capacities and capabilities to be successful and take place in the job market. Since they are not hired with high incomes in many cases they and their offsprings found themselves in a deadlock. However when male and female groups are given the same opportunities and income levels, it is seen that both gender types can afford their needs, wants and demands in a more equalistic fashion (Kotler, 1991; Kotler, 2000, Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018).

In order to prevent pay gaps between genders, discriminations associated with gender, paying for the same job titles according to gender, should be prevented. Double standardizations according to gender and other forms of differences of the individuals should not be applied as part of the societal and organizational culture. Equal opportunities and resources should be dedicated to all genders which would enable the society to be developed more healthy and sustainable while preserving the equality between different gender types and providing equal opportunities to all gender types and differences. All life styles, preferences, paradigms, several gifts given by the mother nature as different physical characteristics or gender should be respected and be secured with rules, regulations and legislative actions for a more sustainable, peacefull society where each member of the society can be granted equal rights, opportunities and resources. Paying and discriminating according to gender, nationality or several differences that human beings have should be one of the bad experiences and misfortunes of the past on dusty shelves, not a contemporary world phenomena (Kotler, 1991; Kotler, 2000, Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018).

In this research deep learning, machine learning and data mining research methodology composed of supervised and unsupervised methodologies involving deep learning techniques have been applied. Data mining is defined as a methodological approach in quantitative data analysis as indicated in literature. Data mining process is composed of some set of structured steps that makes the data mining research process and methodology. Initially understanding and analysis of the situation and business problem is completed which is followed with the examination and pre-processing of data. Later a conceptual framework or model is devised following the literature review and analysis approaches. Testing of the model with supervised and unsupervised versions of machine learning approaches takes place. Finally predicted analysis results are evaluated and assessed (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018).

It is known that data mining is one of the important research methodologies applied in todays contemporary world in order to gain insights and knowledge associated with several phenomena. As Özerk claims, many data mining processes today apply a technical approach in supervised learning where independent or multivariate indicators and variables are assigned to output class labels using functions of mapping. In unsupervised versions of data mining and machine learning, the core values of each cluster (centroids) are calculated, the corresponding sample and attribute values are assigned to the respective clusters so as to maximize convergence and minimize differences in the sam cluster, whereas a divergence is expected with the members of different clusters. In the process of supervised and unsupervised machine learning, rules are created to improve the

exploratory and confirmatory understanding of the phenomenon (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018). In this context, an Aristotelian research design path can bring several advantages in understanding these phenomena and can be a good decision support tool for key business leaders, political leaders and society in general (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018).

RESEARCH APPROACH

Data mining has been one of the popular research forms that is heavily and frequently used in several sectors and industries as marketing, healthcare, politics, telecommunication, banking and retail. Data mining approach can be considered as a systematical, structured research process which focuses on situation analysis, data gathering, model formation and testing of the model. Later findings and knowledge discovered from these analyses can be used as a decision support point for leaders, science community and society at large. Machine learning technique which is a famous approach in data mining based quantitative research methodologies is a form of learning in machine forms. This learning process is usually triggered and activated by forward feeding approaches which is later followed with backpropagation processes which are stochastic in nature. With the help of mapping functions input layers in the model are mapped to the output layer considering the independent, dependent values. Functions and equations involved in this mapping are calculated. Later in many forms rules generated with the least error rate and which provides the most proximity to actual results are selected and presented as the distinctive association rules. In the evaluation of this a stochastic backpropagation technique is used in many cases. Supervised learning and unsupervised learning are two forms of machine learning in data mining. Supervised learning is a form of classification approach where input and output layer mappings are done with the transformation functions, with the aim of rule discovery and insights discovery. A stochastic backpropagation technique is used in this type of machine learning in general. In the mapping process independent multivariate variables are assigned to the respective class labels which are considered as the dependent variables in the output layer. Since the initial labeling of the dependent values in the form of nominal values technique, this type of machine learning is named supervised machine learning. On the other hand in unsupervised machine learning several attributes of different instances are assigned to respective clusters with respective values without the requirement of an initial class label declaration. In this form of machine learning several mathematical and statistical functions utilizing heuristics in many cases are applied. In most of the clustering analysis which is also known as unsupervised machine learning centroid values for each independent cluster is calculated and related attribute values for several instances in the data set are assigned to the cluster with the focus on similarity and convergence maximization in one cluster and divergence, difference maximization with other cluster members having other centroid values. In deep learning which is a form of machine learning, feature extraction and classification is integrated in labeling the association rules. In contrast to traditional machine learning algorithms, in deep learning new associations and features are formed and discovered based on early input values in the latent neurons which is followed with a classification approach in an integrated way. Following the feature extraction and classification steps association rules are assigned to the respective class labels in the model training later the model is tested as in the conventional machine learning approaches. Deep learning can be in the form of supervised, unsupervised or semi supervised fashion. Multilayer Perceptron, Bayesian Networks, D14jMlpClassifier (Deep Learning), OneR Method, Hoeffding Tree, Random, Tree, Kmeans have been some of the mostly cited supervised and unsupervised machine learning techniques which utilizes different classification and clustering approaches in literature . Machine learning utilization of data mining can provide exploratory and confirmatory understanding in the phenomena in question and may provide insights and in-depth understanding with knowledge discovery, prediction or forecasting option it provides. In this context a data mining approach strengthened with deep learning techniques have been employed to understand phenomena (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018).

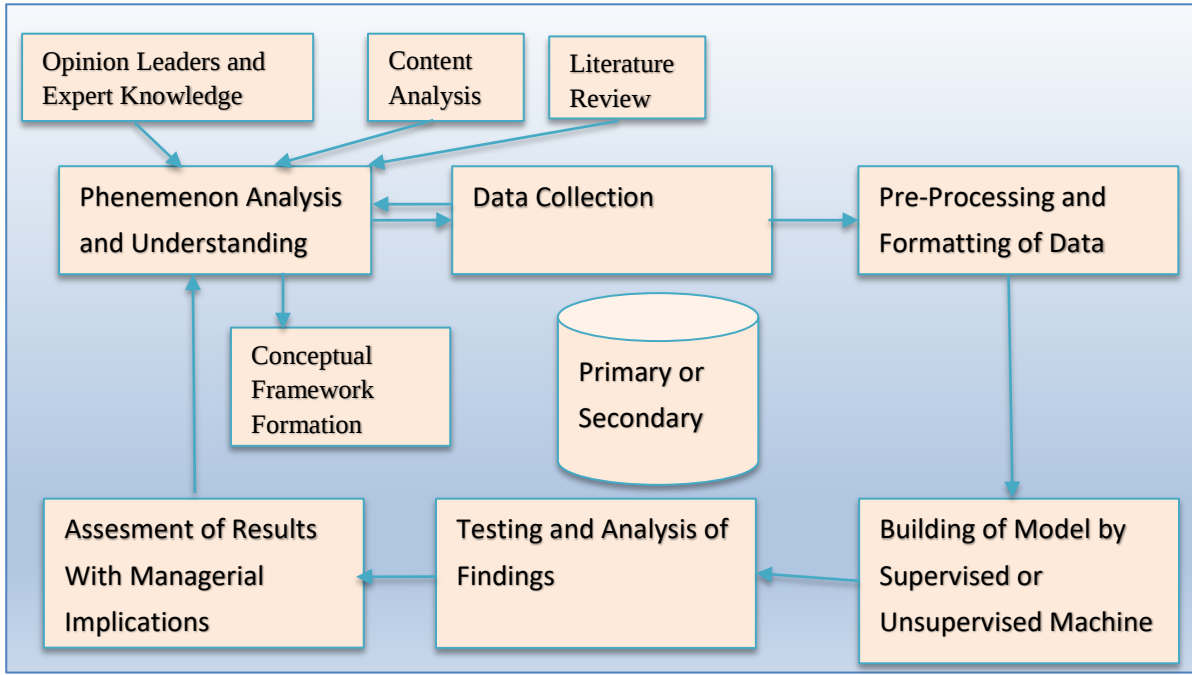


Figure 1. Data Mining Process (Prepared by the Researcher)

In the analysis part, Multilayer Perceptron, Bayesian Networks, D4jMlpClassifier (Deep Learning), OneR Method, Hoeffding Tree, Random, Tree, Kmeans were used for machine learning techniques. . The unsupervised machine learning algorithms here evaluate sample values and assign these individual values to sets of relevant segments, while the supervised machine learning algorithms mainly focus on mapping multivariate variables in the input layers to output class labels using transform and mapping functions which is followed by stochastic backpropagation techniques in many cases. In the analysis part the performances of various machine learning approaches are compared and rules with rule functions are built in a reinforced manner, some of them applying forward and backward propagation approaches, depending on their algorithmic architectures and designs (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018). Depending on various factors, such as algorithmic design, algorithmic architecture, algorithmic complexity, these algorithms can produce different results for similar, same or different problem sets and domains (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018). The performance indicators of the algorithms were evaluated and evaluated using the same parameter values with the same data set. With the analyzes performed, the algorithm with the top performer score was discovered with the same data set and parameters maintained. The information patterns and the rules found are listed following the interpretation phase of the research.

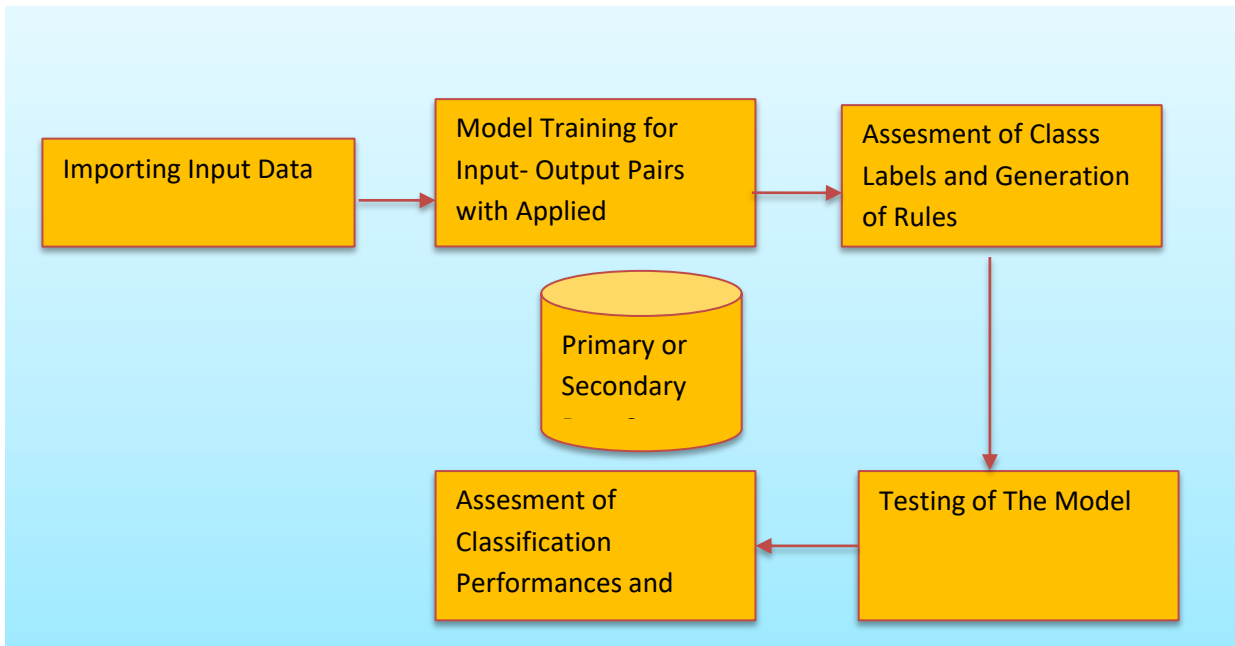


Figure 2. Supervised Machine Learning Process (Prepared by the Researcher)

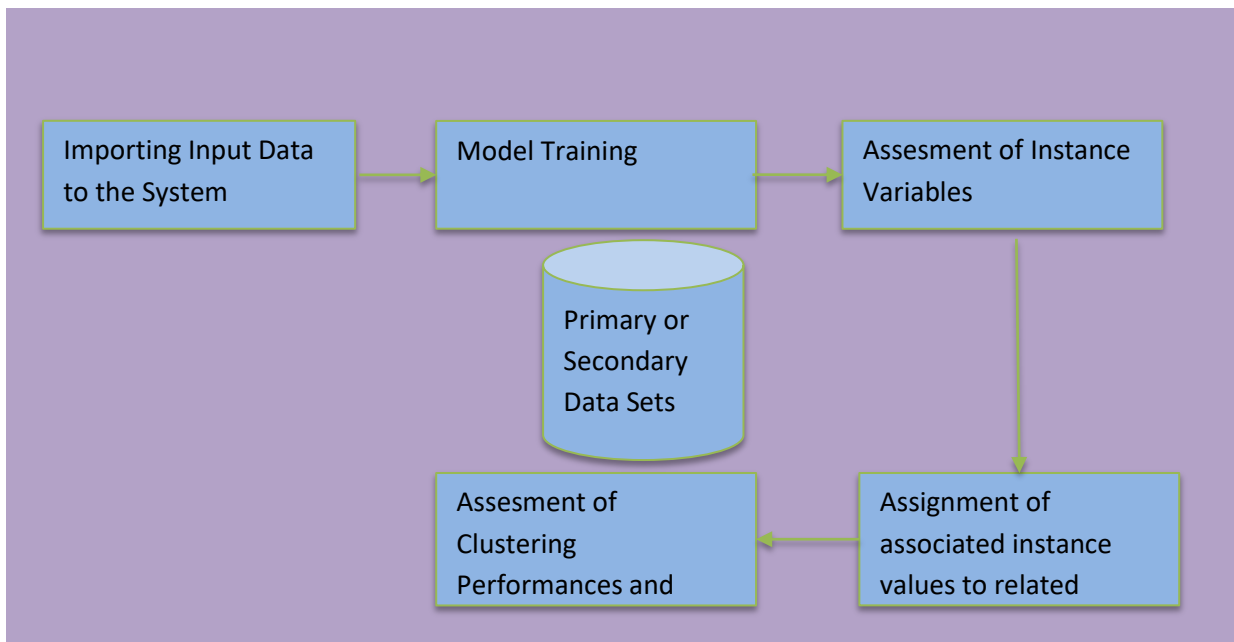


Figure 3. Unsupervised Machine Learning Process Composed of Model Building and Testing (Prepared by the Researcher)

For data set an online administred survey has been conducted using a snowball sampling process (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018).

Table 1. List of Attributes

Citizenship Status	Nominal
Age Range	Nominal
Marital Status	Nominal
Sexual Orientation	Nominal
Education Status	Nominal
Income	Nominal

ANALYSIS APPROACH

In data mining analysis, association rules, knowledge and understandings are discovered with the help of classification and clustering algorithms for the relevant problem set and domain. In these approaches, input-output mapping functions are used to create association rules that map the outer layer to the inner layer. In some, feed forward and back propagation techniques have been applied. The relevant rules with the least error rate are presented as the main rules of the analysis (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018).

The same input load with the same parameters was tested using machine learning algorithms, Multilayer Perceptron, Bayesian Networks, D14jMlpClassifier (Deep Learning), OneR Method, Hoeffding Tree, Random, Tree, Kmeans. The University of Waikato's Weka data mining package, which includes supervised and unsupervised machine learning applications, was used in the analysis. Then, the performance of classification and clustering was compared and evaluated. In the analysis, 10 fold cross validation method has been used to train and test the model. Based on the performance indicators associated with the data mining analysis, a high performance algorithm was chosen and can be used for such areas and sets of problems to gain additional insight and insight. For this purpose, values of mean squared error, precision, correct classification rate and misclassification rate were used (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018). The analysis revealed the performance indicator values and rules as in Tables 2 and 3.

Table 2. Performance Scores of Machine Learning Algorithms

Method Applied Performance Indicator	D14jMlpClassifier (Deep Learning)	Naive Bayes	J48	Random Tree	Multilayer Perceptron
RMSE	0.43	35.55	0.44	0.44	0.41
Correctly Classified %	44.44	64.44	55.55	68.88	68.88
Incorrectly Classified %	55.55	0.42	44.44	31.11	31.11

Table 3. Association Rules Generated by machine learning algorithms in data mining

If income is 5000-10000 TL or below 5000 then female, if income is above 10000 TL then male
Incomes in female groups lower compared to the male groups
If gender is female, education status is university graduate or no university graduate then income is in the 5000-10000 TL range
If gender is male and education status is university graduate then income is in the range of 5000-10000 TL
If gender is male and education status is no-university graduate then income is below 5000
If income is in the range of 5000-10000 TL and gender is female then education status is university graduate, if income is in the range of 5000-10000 TL and gender is male then education status is university graduate.
If income is below 5000 TL and gender is female then education status is university graduate, if income is below 5000 and gender is male then education status is university graduate.
If income is above 10000 TL and gender is female then education status is no university degree, if income is above 10000 and gender is male then education status is university graduate.
If age range is between 25-60 and 60 or above then individual is married, if age range is 18-25 then single
If income is below 5000 then single, if income is in the range of 5000-10000 then married, if income is above 10000 then married.

If marital status is married, single or divorced then income is in the range of 5000-10000, if marital status is having a relationship then income is below 5000
If Turkish citizen or non-Turkish citizen then income is in the range of 5000-10000
If sexual orientation is heterosexual or other then income is in the range of 5000-10000 whereas if sexual orientation is Bisexual then income is below 5000

The analysis results revealed that if income is 5000-10000 TL or below 5000 then female, if income is above 10000 TL then male. Incomes in female groups lower compared to the male groups. If gender is female, education status is university graduate or no university graduate then income is in the 5000-10000 TL range. If gender is male and education status is university graduate then income is in the range of 5000-10000 TL. If gender is male and education status is no-university graduate then income is below 5000. If income is in the range of 5000-10000 TL and gender is female then education status is university graduate, if income is in the range of 5000-10000 TL and gender is male then education status is university graduate. If income is below 5000 TL and gender is female then education status is university graduate, if income is below 5000 and gender is male then education status is university graduate. If income is above 10000 TL and gender is female then education status is no university degree, if income is above 10000 and gender is male then education status is university graduate. If age range is between 25-60 and 60 or above then individual is married, if age range is 18-25 then single. If income is below 5000 then single, if income is in the range of 5000-10000 then married, if income is above 10000 then married. If marital status is married, single or divorced then income is in the range of 5000-10000, if marital status is having a relationship then income is below 5000. If Turkish citizen or non-Turkish citizen then income is in the range of 5000-10000. If sexual orientation is heterosexual or other then income is in the range of 5000-10000 whereas if sexual orientation is bisexual then income is below 5000

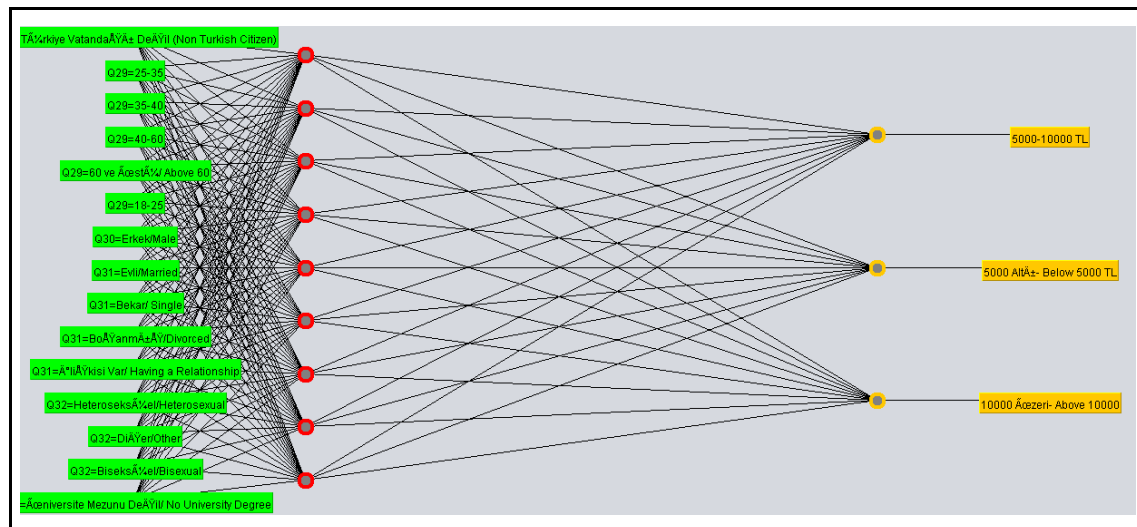


Figure 4. A Neural Network View of the Model Generated (Multi-Layer Perceptron- Income is the dependent variable)

Among several methods applied, Multilayer Perceptron method has been the top performing algorithm with a RMSE, correct classification and incorrect classification rates among other supervised machine learning approaches applied. To sum up, supervised and unsupervised machine learning algorithms, which are also known as classification and clustering techniques in data mining literature can be used as an effective and efficient tool for knowledge discovery or confirmation in exploratory and confirmatory research designs. These insights may be considered by decision makers and society at large in such problem sets and domains. Based on the input loads, algorithmic design, architecture and performance of the algorithm which can be assessed with approximations, metrics as Big O or Big Ω which are used to assess the efficiency and the computational complexity (Özerk, 2021, Özerk, 2022, Özerk, 2009, Özerk, 2018).

CONCLUSION

Throughout the history several genders, races, ethnic groups, workers, individuals with several sexual preferences and orientations, individuals with different colours, life styles and preferences, freedom of speech and thought, in a broader range many human beings, animals qualified acceptance by different members of the society and won their rights in the legal framework and constitutions by law. Human rights, animal rights, worker rights, women rights, equality of women and men, right to elect and to be elected, freedom of speech and thought are some of these rights and developments human race experienced and saw during time as a result. However as in the past it is misfortune in some of these geographies and business settings still some forms of discrimination, stigmatization and problems alike occur. As the paradigms of the society, change and new developments enter into our lives we see many changes and developments in our lives which are strengthened with rules, regulations and legislative frameworks. However, unfortunately there is still lack of equal access to resources, double standardizations, inequalities of opportunities with several inequalities in today's world. In this research gender pay gap, which is frequently cited as one of the important problems in today's world is examined with potential influences associated with it using deep learning, machine learning and data mining methodologies.

Today inequalities in business world, inequalities in access to resources, inequalities in pays, gender, color and nationality based discriminations and double standards remain to be some of the problems that is seen in some countries, geographies and business settings. As stated in literature, gender based income inequalities in business landscape remains to be an important problem in several business settings, countries and geographies which leads to several negative consequences in 21st century. As in other lower income segments, lower income female groups are facing difficulties in affording their living expenses especially in key areas as, education, health, nutrition, housing, self development. They face difficulties in sustaining their lives and the generations that they raise arising from financial difficulties compared to higher income groups of the society. Since they do not afford the education for themselves and their children, these generations can not have the necessary education to develop capacities and capabilities to be successful and take place in the job market.

The analysis results revealed that if income is 5000-10000 TL or below 5000 then female, if income is above 10000 TL then male. Incomes in female groups lower compared to the male groups. If gender is female, education status is university graduate or no university graduate then income is in the 5000-10000 TL range. If gender is male and education status is university graduate then income is in the range of 5000-10000 TL. If gender is male and education status is no-university graduate then income is below 5000. If income is in the range of 5000-10000 TL and gender is female then education status is university graduate, if income is in the range of 5000-10000 TL and gender is male then education status is university graduate. If income is below 5000 TL and gender is female then education status is university graduate, if income is below 5000 and gender is male then education status is university graduate. If income is above 10000 TL and gender is female then education status is no university degree, if income is above 10000 and gender is male then education status is university graduate. If age range is between 25-60 and 60 or above then individual is married, if age range is 18-25 then single. If income is below 5000 then single, if income is in the range of 5000-10000 then married, if income is above 10000 then married. If marital status is married, single or divorced then income is in the range of 5000-10000, if marital status is having a relationship then income is below 5000. If Turkish citizen or non-Turkish citizen then income is in the range of 5000-10000. If sexual orientation is heterosexual or other then income is in the range of 5000-10000 whereas if sexual orientation is bisexual then income is below 5000

Among several methods applied, Multilayer Perceptron method has been the top performing algorithm with a RMSE, correct classification and incorrect classification rates among other supervised machine learning approaches applied. To sum up, supervised and unsupervised machine learning algorithms, which are also known as classification and clustering techniques in data mining literature can be used as effective and efficient technique for knowledge discovery or confirmation in exploratory and confirmatory research designs. These insights may be considered by decision makers and society at large in such problem sets and domains with the exploratory and confirmatory understandings they provide.

Biography of Author



Asst. Prof. Dr. Özerk Yavuz received his Ph.D. degree in Business Administration-Marketing from Bahcesehir University, Istanbul, M.Sc. degree in Computer Engineering from Bahcesehir University, Istanbul and his B.Sc. degree in Computer Technology and Information Systems from Bilkent University, Ankara. Several papers and articles of him have been published in respected and prestigious refereed, international scientific journals, books, book chapters, conference proceedings and presented in international conferences and congresses. Dr. Özerk Yavuz also has been referee, reviewer, moderator or editor of several notable, trusted international scientific journals and international, scientific, academic books. He is interested in management information systems, software engineering, computer engineering, data mining, virtual communities, virtual networks, marketing, management, and business administration. Dr. Özerk Yavuz has abroad and domestic working experiences in several institutions and countries, in various fields of business and higher education. He is interested in Salsa, Rumba, Cha-cha, East Coast Swing, Argentine Tango, American Tango, Vienna Waltz, Milonga and has been an active member of Bilkent University dance community. In his free time, he loves travelling, swimming and enjoying different kitchens. Dr. Özerk Yavuz has worked with several respected and distinguished scholars, leaders and teenagers in his work life. He has been a member of several distinguished scientific communities, Bilkent University and Bahçeşehir University alumni organizations. He is currently working in Halic University, Faculty of Management, Management Information Systems department as Asst. Prof. Dr. and continues his academic, administrative works.

Email: dr.ozerk@gmail.com; ozerk@halic.edu.tr; ozerk@alumni.bilkent.edu.tr

Personal Web Site: <https://sites.google.com/view/drozerkyavuz>

Orchid: <https://orcid.org/0000-0002-1371-688X>

Scopus: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55371850200>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=hR7QlJMAAAAJ&hl=en>

Publons: <https://publons.com/researcher/4754966/dr-ozerk-yavuz/>

Researchgate: <https://www.researchgate.net/profile/Oezerk-Yavuz>

REFERENCES

- Kotler, P. (1991), Principles of Marketing, Englewood Cliffs - Prentice Hall, New Jersey (US).
- Kotler, P. (2000), Marketing Management, Upper Saddle River - Prentice Hall, New Jersey (US).
- Mallhotra, Naresh K. (2007), Marketing Research: An Applied Orientation, Upper Saddle River - Pearson/Prentice Hall, New Jersey (US).
- Yavuz, Ö. (2009), “An Early Warning System Approach for the Identification of Currency Crises”, Master Thesis, Bahcesehir University Graduate School of Sciences, Istanbul.
- Yavuz, Ö. (2018), “Marketing Implications of Participative Behavior in Virtual Communities”, Doctoral Thesis, Bahcesehir University Graduate School of Social Sciences, Istanbul.
- Yavuz, Ö. (2021), A Data Mining Analysis of Coronavirus Cases and Vaccinations in The City of London, Astana Publisher, Ankara.
- Yavuz, Ö. (2021), “A Public Perceptions Analysis with Data Mining Algorithms”, 2. International “Başkent” Congress on Physical, Social and Health Sciences, 25-26 September – Ankara, pp.69-73.

Yavuz, Ö., Karahoca, A. and Karahoca, D. (2019), “A Data Mining Approach for Desire and Intention to Participate in Virtual Communities”, International Journal of Electrical and Computer Engineering, S.9(5), pp.3714-3719.

Yavuz, Ö. (2021), “A Leading Indicator Approach with Data Mining Techniques in Analysing Bitcoin Market Value.” European Journal of Science and Technology.

Yavuz, Ö. (2022), “An Optimization Focused Machine Learning Approach in Analysing Arts Participative Behavior with Fine Arts Education Considerations.” International Scientific and Vocational Studies Journal.

Yavuz, Ö. (2022). “A 21st Century Approach in Analysing Health Precautions in London with Machine Learning Driven Data Mining.” European Journal of Science and Technology.

Yavuz, Ö. (2022). “Nitel ve Nicel Araştırma Tasarımı Uygulamasıyla Etanol Kullanımını ve Etkilerinin Anlaşılması.” European Journal of Science and Technology.

Yavuz, Ö. (2022). “A Classification and Clustering Approach Using Data Mining Techniques in Analysing Gastrointestinal Tract.” International Scientific and Vocational Studies Journal.

Yavuz, Özerk. (2022). Engineering & architectural Science - 2 (A Multidiscipliner Approach).

Karahoca, D., Karahoca, A. and Yavuz, Ö. (2013), “An Early Warning System Approach for the Identification of Currency Crises with Data Mining Techniques”, Neural Computing and Applications, S.23(7-8), pp.2471-2479.

¹رابطه مصرف و موقعیت: موردی از دانشکده الهیات دانشگاه آنکارا

İhsan TOKER

Prof. Dr. Ankara Ü., İlahiyat Fakültesi
iitoker@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9033-9910>

M. Fatih DEMİRDAĞ

Arş.Gör.Dr., Hakkâri Ü., İlahiyat Fakültesi
mfatihdemirdag@hakkari.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-3179-7994>

Makale Başvuru Tarihi : 29.12.2021

Makale Yayın Tarihi : 31.01.2022

Makale Türü : Araştırma Makalesi

خلاصه

کلیدواژه ها:

مصرف، وضعیت، نماد،
سبک زندگی، کیفی.

در این پژوهش به بررسی رابطه بین مصرف و جایگاه در چارچوب میل به کسب مقام و وجود در یک جامعه نمایشی پرداخته شده است. از این رو مصاحبه های عمیقی با دانشگاہیان الهیات دانشگاه آنکارا در محور مصرف و جایگاه انجام شد. در واقع شعارهایی مانند کسب مقام، تعلق به گروه مورد نظر یا «من ظاهر می شوم، پس هستم» در زیرساخت کنش های مصرف در عصر ما گنجانده شده است. در این زمینه، این مطالعه بر اساس داده های 19 نفر که به صورت حضوری مصاحبه شده بودند، انجام شد.

کلیدواژه ها: مصرف، وضعیت، نماد، سبک زندگی، کیفی.

ABSTRACT

Keywords:

Consumption,
Status,
Symbol,
Lifestyle,
Qualitative

In this study, it is aimed to examine the relationship between consumption and religion within the framework of the desire to gain status and exist in a show society. Therefore, in-depth interviews were conducted with the theologian academicians at Ankara University on the axis of consumption and status. As a matter of fact, mottos such as gaining a status, belonging to a desired group or "I appear, therefore I am" are included in the infrastructure of consumption actions in our age. In this context, the study was based on the data of 19 people who were interviewed face-to-face.

ورود

مشخص شده است که عادات مصرف نقش فعالی در تعیین قشربندی و جایگاه اجتماعی به عنوان یک پیامد مدرن در جوامع مصرفی امروزی دارد. در واقع، در سطح جمعی، فرد می تواند شاخص هایی را در سبک زندگی خود بگنجانند تا به واسطه برخی نمادها در جامعه یا حوزه اجتماعی که در آن قرار دارد، جایگاهی کسب کند یا بیان کند که در وضعیت نخبه تری قرار دارد. زیرا زمانی که فرد این شاخص ها را به کار می گیرد، ممکن است سعی کند عضویت خود را در یک گروه جدید ثابت کند. بنابراین، معنای هویت یافتن مصرف آشکار با مقام، با نگاه به کنش ها و مخارج مصرفی افراد شکل می گیرد (Featherstone, 2005: 42-51).

این پژوهش برگرفته از پایان نامه دکتری با عنوان «الگوهای مصرف در افراد مذهبی از دیدگاه دانشگاہیان الهیات: مورد آنکارا» است.¹

در این زمینه، زمانی که قشریندی و مصرف اجتماعی در زیر چتر بافت دینی انجام می شود، می توان آن را در قالب تقلید و به عبارت دیگر تقلید نیز بیان کرد. به همین دلیل، کسب مقام به صورت ابتکاری در قالب تمجید، تحسین، مالکیت، خرج بیشتر و خودنمایی ظاهر می شود.

روش

در این پژوهش، داده های شفاهی به دست آمده از مصاحبه های حضوری متمرکز و از روش تحقیق کیفی در پژوهش استفاده شد. تحقیقات کیفی رویدادها یا پدیده های خاص را در محیط طبیعی خود به صورت چند بعدی و بلند مدت بررسی می کند (Yıldırım - Şimşek, 2008). در این راستا، پژوهش کیفی یکی از ابزارهای تولید دانش است که توسط افراد برای کشف رازهای خود و حل اعماق سیستم های اجتماعی که با تلاش خود شکل داده اند، توسعه می یابد (Özdemir, 2010). در این پژوهش از پاسخ هایی که ۱۹ شرکت کننده طی مصاحبه های عمیق داده اند استفاده شد. از آنجایی که محرمانه نگه داشتن هویت مصاحبه کنندگان در تحقیقات کیفی مهم است، شرکت کنندگان تا K1 و K19 کدگذاری شدند. ضمناً مصاحبه ها با اجازه هر یک از شرکت کنندگان با دستگاه ضبط صدا ضبط شد.

رابطه مصرف و موقعیت

مفهوم موقعیت بیانگر حقوق و وظایف فرد است که توسط یک موقعیت در نظام اجتماعی تعیین می شود (Güney, 2015: 74). در جامعه شناسی، مفهوم جایگاه اغلب با مفهوم نقش اجتماعی همراه است. از این نظر نقش مجموعه ای از انتظارات است که جایگاه فرد را در جامعه تبیین می کند (Miller, 2012: 8). عبارت دکارت "من فکر می کنم پس هستم" اکنون با شعار "من مصرف می کنم، پس هستم" جایگزین شده است (Silier, 2010: 177). دوره موسوم به "رویای آمریکایی" را دوره مصرف بیش از حد مصرف می کنند که تا دهه 1980 توسعه یافت، زمانی که سندرم "از مصرف تا مصرف" ظهور کرد (Aydoğan, 2004: 120-122). در این زمینه، در حالی که افراد در عصر مدرن هویت و موقعیت می سازند. مواد غذایی، پوشاک، لوازم آرایشی، لوازم جانبی، خودرو، مسکن و غیره با مصرف بسیاری از محصولات و برندهای گران قیمت به شکل دلخواه خود در می آیند (Baran, 2014: 173-174):

زنی بیرون می رود و سعی می کند در شبکه های اجتماعی نشان دهد که کیفی که روی دستش می بندد پولی است و می گوید مصرف می کند، پس من وجود دارم. در واقع در حالی که باید با رشد فردی و مغز خود ثروت خود را آشکار کرد، سعی می کند با کیف خود هویت و شخصیت خود را آشکار کند. در یک جامعه مصرفی، هر چه یک فرد بیشتر مصرف کند، احترام بیشتری کسب می کند. در جامعه مصرفی، کالاها کیفیتی قدسی و متعالی پیدا کرده اند و مصرف کنندگان به گروه جدیدی از کالاها و برندها تبدیل شده اند.²

بنابراین، در حالی که انسان بر چیزها مسلط است، در عصر ما، اشیا انسان را تحت سلطه او قرار داده است. علاوه بر این، این وضعیت به عنوان "دنیای جدید به ما می گوید که اگر شما خرج نکنید، نیستید" بیان می شود.³ ماکس وبر همچنین مصرف را منبعی از موقعیت اجتماعی در چارچوب یک سبک زندگی می داند (Southworth, 1996). در واقع، وضعیت به انگیزه افراد برای خرید یک محصول به منظور داشتن اشیاء زیاد، متناسب با افرادی که می خواهند به آنها نزدیک شوند، شیک پوش یا شیک پوش و یا برای «ظاهر» بودن اشاره دارد (Leibenstein, 1950: 189). زیرا افراد برای ایجاد تصویر مورد نظر محصولاتی را خریداری می کنند (Kastanakis -Balabanis, 2012: 1402). به همین دلیل در جامعه مصرفی افراد خانه، پوشاک، جواهرات، محصولات فناورانه، خودروها و اشیایی که در جامعه دیده می شود خریداری می کنند که توسط اقوام، دوستان و محیطشان نشان داده خواهد شد (Goldsmith, 2015: 24).

² Dilhan D., *Tüketiyorum Öyleyse Varım*, 28 Nisan 2018, <http://www.hakimiyet.com/tuketiyorum-oyleyse-varim-11750yy.htm>, (Erişim Tarihi: 09.10.2019).

³ 27 Haziran 2011, (<http://www.hurriyet.com.tr/tuketiyorum-oyleyse-varim-18114733>), (Erişim Tarihi: 02.08.2019).

گافمن نمادهای وضعیت را در دو زمینه «نمادهای شغلی» و «نمادهای طبقاتی» در نظر می گیرد. گافمن فکر می کند که نمادهای شغلی تعیین کننده زندگی حرفه ای، پیشینه و حدود قدرت در محیط حرفه ای افراد است (Goffman, 1951: 296). از سوی دیگر، نمادهای طبقاتی توسط گافمن به عنوان نمادهایی تلقی می شوند که کارکرد تأثیرگذاری بر افکار افراد در مورد موقعیت فرد در محیط اجتماعی او در ارتباط با ارزش های فرهنگی خود دارند (Goffman, 1951: 297). در میان این نمادهای طبقاتی، رابطه بین مصرف و جایگاه اجتناب ناپذیر است. در واقع، نشانگرهای وضعیت دارای یک شبکه مصرف نمادین گسترده است که شامل اشیایی است که خورده می شود، نوشیده می شود، پوشیده می شود و استفاده می شود. بنابراین، در این بخش از پژوهش، ارزیابی های مصاحبه شونده ها از رابطه بین مصرف و وضعیت گنجانده شده است. در این راستا، مصاحبه شونده ها بیان کردند که مصرف کارکردهایی از جمله موقعیت، کسب هویت، بیگانگی و فردی شدن دارد. در واقع، فرهنگ مصرف بر ساخته اجتماعی، جمعی است به این معنا که مظهر کنشی است که توسط همه انجام می شود و مخاطبان وسیعی را جذب می کند. به همین دلیل می توان بیان کرد که مصرف نوعی ارتباط است.

وقتی به پاسخ های داده شده در مطالعه خود از نظر رابطه بین مصرف و وضعیت نگاه می کنیم، می بینیم که مصرف بیشتر برای نیازها انجام شده است. در عصر مدرن، از سوی مصاحبه شونده ها بیان شده است که اکنون از مصرف برای کسب مقام استفاده می شود:

به عنوان مثال، به لباسی که پوشیده اید نگاه خواهید کرد. یعنی اگر یک نفر هفت هشت کت و شلوار در کمد داشته باشد و از بعضی از آن ها استفاده نکند، ضایع است بلکه حیثیت است. (K5)

به عنوان مثال، اظهارات K1 در این مورد به شرح زیر است:

قبلاً برای نیازهای انسان خرید می کرد. شما نگاه می کنید، آن را در چشمان ما قرار می دهد. هوا می دمد. می گوید من یک برند هستم، این چیزی است که هستم. بنابراین وضعیت را نشان می دهد.

K2 همچنین پشتیبانی می کند که مصرف برای وضعیت امروز به شرح زیر استفاده می شود:

شاید قبلاً امکان پذیر نبود. اما الان فکر می کنم این روزها برای یک وضعیت استفاده می شود. به عنوان مثال، می بینیم که افرادی که مدام در حال مصرف و استفاده از مدل های جدید محصولات هستند یا این را در اینستاگرام به نمایش می گذارند، هم از نظر فالوئر و هم از نظر علاقه به افراد کلیدی تبدیل شده اند.

همچنین در مطالعه ما مشاهده شده است که مصرفی که به منظور خودنمایی در زمینه موقعیت انجام می شود در چارچوب روانشناختی بیان می شود:

پس بیابید به فردی که مشکل روانی دارد فکر کنیم. این برای ایجاد هویت نیست، بلکه مصرف ناشی از محرومیت خود و حتی ناتوانی آن در ایجاد هویت است. اما وقتی الان به جوانان نگاه می کنیم، مثلاً وقتی یک وسیله نقلیه لوکس مصرف می کنند، نشان می دهد که آن فرد ثروتمند است یا از یک خانواده سطح بالا است. اما همیشه برابر نیست. (K6)

در این راستا، K3 رابطه بین وضعیت و مصرف را به عنوان یک حالت عصبی به شرح زیر اعلام کرد:

به نظر من درست است که یک فرد با شخصیت با علم، تجربه، اخلاق و استعداد خود در حوزه تخصصی خود جایگاه خود را ثابت کند. وگرنه فکر نمی کنم با سوار شدن به ماشین های لوکس با میلیاردها دلار که از پدر و پدر بزرگش به ارث

رسیده یا با پوشیدن لباس های فاخر و غذا خوردن در رستوران های جاهای لوکس اینجا و آن طرف، مرد خیلی روشنفکری شود. به نظر من عصبی است. زیرا یک انسان عاقل عادی باید راه های دیگری را برای اثبات شخصیت خود امتحان کند.

یکی از مصاحبه شوندگان به نام K4 نیز اظهار داشت که افراد به اقلام گران قیمت و مد روزی که می خرند توجه می کنند:

بله، قبول دارم که مصرف وسیله ای برای تامین موقعیت است. مردم به این نکته توجه می کنند که بیشتر مصرف می کنند یا چیزی که مصرف می کنند کیفیت، مارک یا لوکس بالاتری دارد. شیک بودن، گرانی و... بودن چیزی که می خرد برایش هویت می سازد. در اینجا، می تواند ظاهری شبیه نخبگان تر، مدرن تر، ثروتمندتر و طبقه بالاتر به دست آورد.

بنابراین، با افزایش پیشرفت شغلی و غنی سازی، به دنبال موقعیت و تجمل نیز خواهد بود:

با ثروتمندتر شدن مردم، تجمل و موقعیت افزایش می یابد. (K11)

از این نظر، به گفته K7، که در مورد عملکرد وضعیت برندها صحبت می کند، "مشاهده بودن برند" موضوع قابل توجهی است:

البته یک تابع وضعیت وجود دارد. به ناچار شاهد برندها در بین جوانان هستیم. برای مثال لوگوی برند قابل مشاهده است. آن را در روسری می ببینید. در روسری، عینک، کفش است. روی گوشی ها هست در لوازم جانبی هست بله، این غیر قابل مقاومت است. علاقه به برند به محصولات برند، یعنی برندها، چیزی است که در کشورهای در حال توسعه احساس می شود و این در میان جوانان مذهبی صادق است. در محافل محافظه کار هم همینطور است. در محافل دیگر هم همینطور است. به مراکز خرید بروید و همه نوع آدم را با هم ببینید.

علاوه بر این، با بیان K7، سود هویتی در مصرف به وجود می آید. بنابراین در میان داده ها آمده است که مردم به پوشش مردم در شهر بزرگ در ارتباط با وضعیت آنها نیز توجه دارند. در این زمینه، بیان می شود که فرمالیسم در داده ها در پیش زمینه نگه داشته می شود. در حقیقت، K8 ضمن بیان زندگی به عنوان یک فضای رسانه اجتماعی، تاکید کرد که مردم کالا هستند:

زندگی مانند فضای رسانه های اجتماعی است. چرا اینقدر فرمالیست شدیم؟ چرا ما این همه فرادانشمند شده ایم؟ چرا مردم را بر اساس خانه، محله ای که در آن زندگی می کنند، ماشین و اجاره آنها شکل می دهند؟

از این نظر، این واقعیت که مردم از برندهای خاصی استفاده می کنند، برندهای خاصی را می پوشند و می خواهند مکان های خاصی بگردند، برای افراد هویت ایجاد می کند. در نهایت، همانطور که K9 بیان کرد، مردم می خواهند فردی باشند یا با افرادی با موقعیت خاص خود کنار هم باشند. بنابراین افراد می توانند در محیط اجتماعی با عناصری مانند برند، تجمل، ظاهر غنی و مخارج هویت پیدا کنند. به عبارت دیگر، افراد سعی می کنند با برند به خود تعالی اضافه کنند. اظهارات K10 در این زمینه به شرح زیر است:

انسان امروزی، یعنی انسان، باید با یک خلقت، یک عمل، با کیفیت و منش به آن برسد. اما وقتی این ناپدید می شود چه اتفاقی می افتد؟ شما سعی می کنید با جواهرات یا یک برند به خود افتخار و ارزش اضافه کنید. اما اگر از نظر اخلاقی از من بپرسید این هم یک امر شرعی نیست. یعنی با توجه به توانایی شما در انسان بودن، متمدن بودن، یعنی با توجه به رفتار مدنی و انسان بودن شما، باید ارزشی را با توجه به مهارت شما، مثلاً با توجه به یکی از فضایل شما، پیدا کنم، اما

اگر این تو نیستی، این بار مارک ماشین هستی، با برند لباس چه بدانم... تو برو 10 میلیون ساعت میگیری یا نمیدونم چند ساعته داداش من با ارزشم. چیزی است که با پول، ثروت به دنیا می آید، یعنی فردی که او را به دنیا آورده، شخصیت و لیاقت و مهارت خاص خود را ندارد.

در خصوص کسب مقام و هویت، اظهارات K15 به شرح زیر است:

به عنوان مثال، رفتن به استارباکس و نوشیدن قهوه در آنجا و به اشتراک گذاشتن عکس قطعاً ربطی به روشنفکر بودن دارد. خرید یک لباس جدید یا یک محصول جدید به جای یک مارک، آن را در حلقه نزدیک خودم می بینم. به عنوان مثال، آنها به یک روز خاص خواهند رفت. حنا اخیراً اتفاق افتاده است، می دانید، تابستان است. یک لباس وجود دارد. مثلاً بین خانم ها می تواند بپوشد... اما می گفت مثلاً من لباس ندارم. گفتم میدونی اونی که گفت نو خریده رو پوشیدم. خانم ها می گویند حالا دیگر نمی توانم چیزی را که همه می بینند بپوشم. و من می گویم این لباس عروس نیست، آن را می پوشید، در می آورید، می اندازید کنار. این از طرف من اسراف است. استدلال زنان و مردان بسیار متفاوت است. برای خانم ها مسئله شهرت است، اما برای من هرگز. اما در واقعیت قطعاً وجود دارد. این مصرف بر اساس جنسیت بسیار مثبت است. تا آنجایی که من از نزدیکان خودم می بینم، یک هویت وضعیتی طبیعی وجود دارد.

در این زمینه، K16 بیان می کند که برجستگی تجمل پس از خالی شدن انسان اهمیتی ندارد. زیرا همانطور که K16 بیان کرد، زیبا و متفاوت لباس پوشیدن برای برجسته شدن و قدردانی بودن ارزشی ندارد. به گفته وی، اگر فردی فاقد علم، فضیلت و اخلاق باشد، حتی اگر طلا بپوشد، ارزشی ندارد. این فقط یک تصویر توخالی و فریبنده است. به همین ترتیب، هنگامی که مبلغ انسانی وظیفه خود را کاملاً بداند، همانطور که K18 بیان کرد، ارزشی برای کالاها، برندها و فرمالیسم قائل نیست:

اگر فردی مأموریتی، رسالت خود را کاملاً بداند، به آن گیر نمی دهد. به عبارت دیگر برای کالاها و برندها ارزشی قائل نیست. مثلاً از خودم بگویم. کیفیت خوب برای من کافی است. مهم نیست که مارک گران قیمت باشد. چون کارهای دیگری هم دارم. بنابراین من به آن آویزان نمی شوم و به آن لاف نمی زنم. چه ماشین معمولی باشد چه چیزی آقا من ماشین پانصد هزار لیره ای نمیخوام. پس من دنیای خودم را دارم. خواهم خواند، خواهم نوشت، تولید خواهم کرد. من یک دوستدار محیط زیست هستم. (K18)

می بینیم که مصاحبه کننده K17 با این جمله که "ظاهر مردم مهم است" از این وضعیت انتقاد می کند:

خیلی ادیتیم میکنه به عنوان مثال، در حال حاضر استارباکس وجود دارد. چگونه به زمان اربکان نگاه می کردند. سرمایه غربی اکنون اسرائیل را در جایی قرار می دهد که اسرائیل شریک آن بود. مثلاً چون اربکان را هر جا می یافت اسرائیل را در آن جا می داد. این سنت بود، اسرائیل در همه چیز می بیند. بعد آمریکا. یک سنت توطئه آمیز جالب وجود دارد. درست مثل مشتقات دیگری در جامعه کمالیست... زندگی اکنون به جایی می رود. بنابراین چیزی به نام محافظه کاری Çukurambar وجود دارد. الان خیلی مهمه امثال ما که لوبیا و برنج معمولی میخوریم الان مهم دیده شدن نه چی میخورن. پس برایش مهم است که به آن کافه برود و برای یک فنان چای بیست لیر بدهد. نمی دونم الان چیزای مصرفی جالبی اومده. رفتیم جایی شربتی به ما دادند. یه چیز کمپوت، اسم جالبی. به عنوان مثال، مصرف متفاوت، درست مانند نام های جالب آبجو در این جامعه. در اینجا بیشتر بر اساس الکل است. در حال حاضر چیزی برای محافظه کاران وجود دارد. آبجو حلال، آبجو بدون الکل. به عنوان مثال، من عکس های به اشتراک گذاشته شده در شبکه های اجتماعی را می بینم.

با توجه به رابطه مصرف و وضعیت، K19⁴ نیز موضوع را به صورت زیر مثال می زند:

مردم به بدروم می روند. مثلاً در اخبار گذشته برای ورود به یک ساحل فقط سیصد یا چهارصد هزار پول می دهید. اما این همان دریاست، همان شن، اما احتمالاً این احساس متفاوت است که وقتی وارد آنجا می شوند، افراد در دسته خاصی قرار می گیرند و با افراد خاصی همرد هستند. به همین دلیل است که آنها آنقدر پول می دهند که من می فهمم. گاهی

در مقاله گذشته چیزی وجود داشت. منظورم از لحاظ اقتصادی، جایی است که بسیاری از افراد رده بالا می روند، جایی که پنج برابر قیمت معمولی برای یک قهوه در یک کافه می گیرند. آنها می گویند، آیا واقعا مردم برای این قهوه اینقدر پول می دهند؟ میسرند. مثلاً به صاحبش می گوید افرادی که به اینجا می آیند می دانند که نمی توانند آنقدر برای یک قهوه بپردازند، اما می آیند تا با افرادی نباشند که نمی توانند آنقدر برای یک قهوه بپردازند. بنابراین برای جدا شدن از آن مردم می دانید، آنها این پول را می پردازند تا ببینند آیا هویت می خواهند، شاید می خواهند در جای دیگری باشند. وگرنه فقط پولی که برای قهوه می دهند نیست.

نتیجه

می توان بیان کرد که فرهنگ مصرف ساخته شده در عصر مدرن کارکرد مهمی در نمایش جایگاه و هویت به عنوان یک پدیده جمعی در زمینه جذب مخاطبان گسترده دارد. در واقع، عامل در اینجا، به جای عمل مصرف، این ایده است که هستی می تواند از طریق دیده شدن با شکل گیری در چارچوب زمینه هایی مانند آنچه دیگران می گویند، خود را با موقعیت در یک بخش نشان دهد، معنا پیدا کند. از این رو، فلسفه «تو چنان هستی که ظاهر می شوی» و «تو با خودنمایی هستی» در اینجا ابعادی پیدا کرده است. در این زمینه می توان گفت که مفهوم فشار محله به ذهن متبادر می شود. در واقع، همانطور که کنگر بیان می کند، پدیده ای که مارکس آن را به عنوان «فشار محله»، «فضای محله» و «اسلام محله» می داند، پدیده معروف «همسایگی» است که افراد را شکل می دهد، رفتارها و نگرش های آنها را جهت می دهد و آن را پوشش می دهد. پویایی گروهی حوزه روانشناسی اجتماعی از این جهت مفهوم «فشار گروهی» با در بر گرفتن همه روابط، جامعه را تحت سلطه خود قرار می دهد و از این نظر مردم و جامعه را به سمت و سویی هدایت می کند.

از سوی دیگر، احمد اینسل مفهوم فشار محله را در چارچوب فشار جامعه برای نگاه مخالف، محکومیت، فشار به نگاه، محکومیت کلامی و طرد بصری توضیح داد. بنابراین الگوهای مصرف نیز در چارچوب فشار همسایگی شکل گرفته و با شوق کسب مقام، جهان های معنایی جدیدی ساخته است. بر اساس اظهارات شرکت کنندگان، می توان اعلام کرد که در عصری که در آن زندگی می کنیم، عمل مصرف بیشتر به منظور کسب مقام انجام می شود. در این راستا گران و شیک بودن شی مصرفی از نظر رابطه مصرف و مقام مهم تلقی می شود. علاوه بر این، شرکت کنندگان نیز فکر می کنند که با افزایش وضعیت و حقوق، اقدامات مصرف افزایش می یابد. به قول شرکت کنندگان می توان گفت که مصرف به منظور خودنمایی انجام می شود و این عمل مشتمل بر میل به کسب هویت و مقام است.

منابع

- Aydoğar F., (2004). Medya ve Popüler Kültür Üzerine Yazılar, MediaCat Yayınları, İstanbul.
- Baran, T., Baran, S., (2014). "Televizyon Programları, Sembolik Tüketim ve Toplumsal Yansımaları". KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16 (Özel Sayı 1), ss. 171-175.
- Borocz, J., Stouthworth, C., (1996). "Decomposing the Intellectuals Class Power: Conversion of Cultural Capital to Income", Hungary, Social Forces, Vol. 74 no. 3.
- Dilhan, D., (2018). Tüketiyorum Öyleyse Varım, 28 Nisan, <http://www.hakimiyet.com/tuketiyorum-oyleyse-varim-11750yy.htm>, (Erişim Tarihi: 09. 10. 2019).

ما هم می دهیم. ما برای خرج کردن دوست لیر به ساحل نمی رویم، اما گاهی اوقات آن را از جاهای خیلی ساده نمی خریم، مثلاً از نظر لباس یا چیزهایی که می خوریم و می نوشیم. چرا می گویند سر کار معلم هستید، می گویند در امتنان خوب است. میخوای به کم بهتر لباس بپوشم بچه های خودمون هم اینطورن، مثل اینه که تی شرتی که از بازار خریدی نمی پوشی، ولی می تونی از مغازه بخری. چگونه می توانم بگویم، من فکر می کنم که روابط شما با افرادی که با آنها ارتباط برقرار می کنید شما را مجبور می کند که برخی از کارها را عمیق تر انجام دهید.

Goffman, E., (1951). “Symbols of Class Status”, The British Journal of Sociology, Vol: 2. No: 4. pp. 294-304.

Goldsmith, R., Flynn, R., Goldsmith. El., (2015). “Consumer characteristics associated with compulsive buying”, Journal of Multidisciplinary Research, 7. 3. 21.

Güney, S., (2015). Davranış Bilimleri, Nobel Yayınevi, İstanbul.

Featherstone, M., (2005). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. Çeviri: M. Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Kastanakis, M., Balabanis, G., (2012). “Between the mass and the class: Antecedents of the “bandwagon” luxury consumption behavior”, Journal of Business Research, 65. 10, pp. 1399-1407.

Miller, G., (2012), Tüketime Evrimi: Cinsiyet, Statü ve Tüketim, Çeviri: G. Vardar, Alfa Bilim Yayıncılık, İstanbul.

Silber, Y., (2010). Oburluk Çağı Felsefe ve Politik-Psikoloji Denemeleri, Yordam Kitap, İstanbul.

Weber, M., (1996). “The Distribution of Power within the Political Community: Class, Status, Party, Comments on the Meaning of Lifestyle Advances in Consumer Research”, Vol. 3, Leisure and Recreation: Mapping The Past, Charting The Future”, State College, PA: Venture Publishing, pp. 281-301.

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

27 Haziran 2011, (<http://www.hurriyet.com.tr/tuketiyorum-oyleyse-varim-18114733>), (Erişim Tarihi: 02.08.2019).

INTERNATIONAL JOURNAL OF ACADEMIC ACCUMULATION



ULUSLARARASI AKADEMİK BİRİKİM DERGİSİ

Uluslararası Hakemli E-Dergi
CİLT: 5 SAYI: 1 ISSN: 2757-6469