



KÜLTÜR MERKEZLERİNE YÖNELİK SOSYOMEKÂNSAL BİR ANALİZ: ANKARA ÖRNEĞİ¹

A SOCIO-SPATIAL ANALYSIS OF CULTURAL CENTERS: ANKARA CASE

Volkan İdris SARI 

Doktora Öğrencisi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Coğrafya Anabilim Dalı, volkan.i.sari@gmail.com

Nurettin ÖZGEN 

Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi,
Coğrafya Bölümü, Türkiye Coğrafyası Anabilim Dalı,
ozgen@ankara.edu.tr

Makale Bilgisi

Gönderildiği tarih: 1 Mart 2021
Kabul edildiği tarih: 26 Mart 2021
Yayınlanma tarihi: 24 Haziran 2021

Article Info

Date submitted: 1 March 2021
Date accepted: 26 March 2021
Date published: 24 June 2021

Anahtar sözcükler

Kent; Kültür; Mekân; İktidar; İdeoloji;
Beşeri Coğrafya

Keywords

City; Culture; Space; Power; Ideology;
Human Geography

DOI: 10.33171/dtcfjournal.2021.61.1.2

Öz

Fiziki mekân sembolik anlamlardan arınmış boş bir mekân değildir. Kentsel alanlarda mekân somut ve soyut birçok faktörle birlikte üretilir. Bu üretim sürecindeki belirleyicilerden birisi de ideolojidir. Zira iktidar çeşitli araçlar ile mekânın üretim süreçlerine müdahale eder. Kamusal mekânların ideolojik yapıya uyumlu politikalarla üretilmesi ya da dönüştürülmesi için toplumsal aidiyet ve kimlik inşa süreçleri aktif olarak kullanılmaktadır. Bu çalışma ile söz konusu inşa sürecinde aktif olarak kullanılan kültür merkezlerindeki faaliyetler Althusser'in devletin ideolojik aygıtları yaklaşımı çerçevesinde ele alınmıştır. Ankara'nın merkez ilçelerindeki faal kültür merkezleri çalışma sahası olarak belirlenmiştir. Çalışmada karma araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bunu yaparken kültür merkezlerinden yararlanan katılımcıların öznel değerlendirmelerini almak için yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Buradan elde edilen nitel veriler, nicel analiz yöntemlerinden yararlanılarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Bu kapsamda cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek ve mevcut durum/öneri kategorileri itibarıyla sonuçların istatistiksel anlamlılığı test edilmiştir. Çalışma sonucunda kültür merkezlerinin siyasal yönetimler tarafından kültürün yeniden inşa edildiği ideolojik temelli mekânlar olduğu görülmüştür.

Abstract

Physical space is not an empty space devoid of symbolic meanings. In urban areas, space is produced with many tangible and intangible factors. One of the determinants of this production process is ideology. Because the power interferes with the production processes of the space with various tools. Social belonging and identity building processes are actively used to produce or transform public spaces with policies that are compatible with the ideological structure. In this study, the activities in the cultural centers that are actively used in the construction process are discussed within the framework of Althusser's ideological apparatus of the state. Active cultural centers in the central districts of Ankara have been determined as the universe of the study. The mixed research method was preferred in the study. While doing this, the structured interview technique was used to obtain subjective evaluations of the visitors who benefit from the cultural centers. The qualitative data obtained here have been evaluated and interpreted using quantitative analysis methods. In this context, the statistical significance of the results was tested in terms of gender, age, profession, education level and current status/suggestion categories. As a result of the study, it was concluded that cultural centers are ideologically based places where culture is rebuilt by political administrations.

¹ Bu makale, Koç Üniversitesi VEKAM 2019 Araştırma Ödülü'ne hak kazanan, "Siyasal İdeolojiler Bağlamında Mekân Isimlendirmeleri: Ankara'daki Kültür Merkezleri Örneği" adlı araştırma projesine dayandırılarak hazırlanmış olup, söz konusu araştırmanın genel çerçevesine ilişkin bilgileri ortaya koyan bir makale Ankara Araştırmaları Dergisi'nde yayımlanmıştır.

Giriş

Son yıllarda sosyal bilimlerde mekân ve yer konularında yapılan araştırmalarda belirgin bir yönelim ve artış dikkat çekmektedir (Hubbard ve Kitchin; Logan; Köşker; Tekeli, “Sunuş”; Yakar). Toplumsal gelişmelerin anlaşılması ve kavranması süreçlerinde mekânın mutlak belirleyici olmasa da önemli bir değişken olarak ele alınmasını sağlayan bu yeni yaklaşım ve yönelimler sosyal araştırmalara belirli bir zenginlik ve derinlik kazandırmıştır. Beşeri coğrafya alanında da çok boyutlu bir kavram olarak hem mekânın, hem de yüzlerce anlam ve tanımlamayı barındıran kültürün birlikte kullanılması ve siyasal ideolojiler bağlamında analiz edilmesi ise, çok daha karmaşık ve çözümlenmesi güç olabilmektedir. Bu bağlamda kültür merkezlerine ilişkin mekânsal kapsam ve analizler hakkında şu öncül tanımlama yapılabilir: Mekân, kültürün hem kendisi ve üreteni, hem de taşıyıcısı ve üretilenidir. Bu nedenle her iki kavram arasında simbiyotik bir ilişki vardır.

Mekân kavramı ilk bakışta çevre, ortam ve yer kavramlarıyla yakın bir anlamsal bütünlük içerdiği izlenimi verebilir, ancak durum bundan çok daha farklı ve karmaşıktır. Bu kavramlarla kesişen anlamsal pratikleri olsa da mekânın, çok boyutlu ve derinlikli bir anlam formuna sahip olduğu, diğer kavramlarla kıyaslandığında çözümlenmesi çok daha karmaşık bir yapı ve kavramsal örüntüyü barındırdığı öne çıkmaktadır. Bu nedenle mekân, insanın yaşamsal unsurlarla kurduğu bağ, deneyimlediği süreç ve yaşanan zamanın tümel bir hikâyesi olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla mekân, yaşama dair pratiklerde hem etkileyen hem de etkilenendir. Tıpkı bir organizma gibi mekân da, kültürel formların hem oluşumunda ve üretilmesinde, hem de yitirilmesinde etkin bir role sahiptir. Mekâna ilişkin kültürel üretim veya kültürel izleri kaybettirme/unutturma pratiği de mekân-kültür ve iktidar ilişkiseliliğini daha net bir şekilde görünür kılmaktadır. Çünkü mekân aynı zamanda iktidarın kendisini var ettiği, yeniden ürettiği, ideolojik bir yaşam alanıdır. İktidarlar, mekân üzerinden bir üretimi pratik ederken, aynı zamanda bir mekânsal dönüşüm ve yeniden üretime de alan açmaktadır. Rapoport'un (*The Meaning of the Built Environment* 15) ifadesiyle fiziksel çevre, kıyafetler, eşyalar, binalar, bahçeler, caddeler, limanlar vb. birçok şeyin oluşturduğu grup kimliği, mekân kimliğinin oluşturulmasında ve kişilerin çevresindeki kültürü kabullenmesinde etkili olmaktadır. Bu kabullenme üzerinden birey ya da gruplarda belirli bir sahiplenme ve aidiyet duygusunun gelişimiyle birlikte, iktidarın ürettiği kültür formu yeniden üretilir ve belirli bir kimliğe dönüşüm sağlanır. Dolayısıyla mekâna bağlılık öncelikle duygu ile ilgili olan yönelimlere göndermede bulunur, ama aynı zamanda bireyler, gruplar ve birtakım yerler arasındaki bağları da kapsar (Gustafson 668).

İktidarın kültür merkezleri üzerinden yürüttüğü politikalarla mekâna ilişkin pratiklerde, tam da Althusser'in bahsettiği ideolojik aygıtlar devreye girer ve birey ya da grupların özellikle bilişsel ve duygusal yönelimleri üzerinden bir dönüşüm sağlanır (Özgen ve Sarı, *Kentsel Mekanda Kültürel ...*). Böylelikle kültür merkezi vb. mekânlar bir aparat olarak, hedef kitlenin (ilgili birey ya da grupların) *organik bütünlüğe*² katılımı sağlanır. Dolayısıyla iktidar ideolojisine katkı verecek bir kültürel dönüşüm ve kimlik inşası süreci başlatılır. Mekânda var olan ve aynı zamanda mekânı oluşturan somut ve soyut nesnelere, bireylerde bıraktığı etkiler göstergelerin, simge ve sembollerin, disiplin, aktivitenin yanı sıra, sosyoekonomik, kültürel, psikolojik ve siyasal pratiklerin bireyin yaşadığı mekânla olan ilişkiselliğinin gelişimine alan açar.

Bireyin mekânla geliştirdiği bu dinamik ve karşılıklı etkileşimde en önemli süreç, bilişsel, duygusal ve kinetik yönelimlerin örülmesidir. Bu bağlamda İnceoğlu (74) mekânın algılama sürecini; simgesel, görsel, duygusal ve seçimleyici algı olmak üzere dört ögeden meydana geldiğini belirtir. Bu tür bilişsel ve duygusal yönelimler, *"birey ile yaşadığı çevre arasındaki dinamik ve karşılıklı ilişkinin, etkileşimin sonucu olarak gelişmektedir"* (Manzo 52). Bu ilişki sürecinde insanlar, mekân içerisinde tecrübe ettiklerini değerlendirir ve birlikteliklerini devam ettirirler. Bu deneyimle kültür ve kimliğin gelişimine zemin hazırlanmaktadır. Bunun neticesinde gerçekleşen mekânsal birliktelik, aslında mekândakilerin *'kendi'*lerini tanımlarken ortaya koydukları benzerlik ve ortaklıklarla ilgilidir (Arayıcı).

Mekân ve Kültür

Mekân kavramı, beşeri coğrafya açısından, son yılların hem popüler hem de *yer* kavramıyla birlikte üzerinde en çok tartışılan ve yazılan konuların başında gelmektedir. Bireyin ya da toplumun bu iki kavramla (*mekân* ve *yer*) ilişkisi aslında gündelik yaşam pratikleriyle başlar ve çeşitli paradigmatik yaklaşımlara göre gerçekleştirilen akademik araştırmalarla derinlik ve buna ilişkin çeşitli yönelimler kazanmaktadır (Özgen, "Davranışsal Coğrafyada Temel Kavramlar" 24). Bu nedenle mekân tanımlanması ve sınıflandırılması zor bir kavramdır. En genel anlamıyla mekân insan faaliyetlerinin cereyan ettiği çok boyutlu ve kapsamlı bir olgu, bilişsel, duyuşsal ve kinetik varyasyonlara sahip oluşumlar şeklinde tanımlanabilir.

² Organik bütünlük: özetle, toplumsal formasyonu oluşturan yapı ile ideolojik üstyapıların bütünlüğü görüşüne dayanan ontolojik düzlemdir (Demir ve Göymen). Yapı kavramı genellikle ekonomi ve dolayısıyla üretim araçlarına ilişkin sermaye ve maddi güç bağıntılarıyla tanımlanır. Üstyapı ise toplumsal ölçekte belirli bir bilinç ve buna ilişkin gelişimi (bilim, sanat, din, felsefe, kültür, siyaset ve hukuk gibi) ifade eder. Bu iki yapı aslında karşılıklı olarak birbirini beslemekte ve yeniden üretmektedir.

Düşünsel olduğu kadar eylemseldir ve aynı zamanda hem duyuşsal, hem de duyu kaynaklı bir üretim ve yayılımı da içerir. İnsanların hem mekânla hem de diğer insanlarla kurdukları ilişkiler ile mekânlar çeşitlenir. Dolayısıyla mekân kavramının çeşitliliği nedeniyle üzerinde herkesin hemfikir olduğu bir tanım oldukça güçtür. Türk Dil Kurumu sözlüğünde “*yer, bulunan yer, ev, yurt ya da uzay*” olarak tanımlanan mekân kavramı zaman içerisinde farklı bilimlerde farklı şekillerde tanımlansa da, bu tanımlama yaklaşımlarına ilişkin kabullerin oldukça derin ve karmaşık olduğu görülmektedir (“Mekân”).

Mekân ne sadece somut ne de sadece soyut bir kavramdır (Soja 206). Mekân, fiziksel varlığının ötesinde aynı zamanda düşüncenin, eylemin, gücün ve denetimin de bir aracıdır (Özgen, “Kimlik-Toplumsal Eşitsizlik ve Ayrımcılık” 132). Bu mekânlar içerisinde kamusal mekânlar ise toplumsal yaşama dair çeşitli etkinliklerin gerçekleştiği sosyoekonomik, kültürel, psikolojik ve politik yönleri ağır basmaktadır. Böylelikle kamusal mekânlar hizmet ettiği toplumun karakterini, düşüncelerini ve değer yargılarını içerirken aynı zamanda toplumun kültürünü de sonraki nesillere taşımaktadır (Günay Aktaş ve Yayla 228). Dahası siyasal ideolojiler için, sadece toplumun mevcut kültürel norm ve değerlerini değil, aynı zamanda farklı bağlamlar üzerinden yeni yönelimlere alan açılması da mümkündür. Dolayısıyla sadece kentlerin kültürel coğrafi peyzajına ilişkin somut unsurlarla birlikte en az onlar kadar önemli soyut unsurlar da öne çıkmaktadır. Bunların bileşkesi de kentin (yani kentsel mekânın) ve toplumun kendine özgün kimliğini oluşturmaktadır. Bu özgün pratiklerin üretim alanlarından biri de kamusal mekânlar olarak, kültür merkezlerinde yürütülen kültürel etkinliklerdir. Bu bağlamda kültür merkezleri, hem somut, hem de soyut mekânsal pratikler açısından, siyasal iktidarlar için bir ideolojik üretim ve inşanın aracı olarak tanımlanabilir.

Lefebvre, toplumsal değerler ve anlamlara dayalı olan, aynı zamanda mekânsal algı ve uygulamaları belirleyen bir toplumsal ürün olarak mekânı ele alır (Özgen, “Kimlik-Toplumsal Eşitsizlik ve Ayrımcılık” 129). Lefebvre’ye (289) göre mekân, toplumsal olarak üretilen bir ürün olup, iktidar mekânı kendine hizmet eden bir araç olarak kullanır. Lefebvre bunun için belli bilgi yapı ve anlayışlarının devlet eliyle sergilenip temsil edilmesini ifade eden “*mekân temsili*” kavramını kullanmıştır (Alptekin 39). Siyasi iktidar ve onun oluşturduğu hâkim ideoloji ile şekillendirilen mekân temsilleri (tasarlanan mekân), “*ideoloji tarihinin bir parçası*” olarak ele alınmaktadır (Lefebvre 139). Bunun yanında gündelik hayatın geçtiği, somut ve öznel olan temsil mekânları Lefebvre tarafından üretilen mekânlar olarak ele alınır

(Ghulyan 23-24). Burada mekânın iki ele alış biçimi arasındaki temel farklılık; temsil mekânlarının mekân üretiminde sınırlı bir etkiye sahip olması ve bireylere edilgen bir konum vermesine karşın, mekân temsillerinin, mekânın üretiminde yüksek bir belirleyiciliğe sahip olması ve bireyi özne konumuna getirmesidir.

Kültür ile mekân arasında doğrudan ve güçlü bir ilişki vardır. Böyle bakıldığında mekân çeşitli sembollerle anlam ve böylelikle belirli bir kimlik kazanır. Bu bağlamda kentsel kimlik kentsel faaliyetler ve işlevler ile fiziki çevrenin bütünlüğüne ilişkin bir unsurdur. Bir yerin kimliğinin oluşma süreci genel olarak tarihsel bir olgudur (Tekeli, *Modernizm, Modernite ve Türkiye'nin...* 84). Bauman'a (95) göre, kentsel kimlik oldukça tartışmalı bir kavram olup, bu kavram dile geldiğinde bir toplumsal çatışma da söz konusu olabilmektedir. Dolayısıyla kentsel kimlik aynı zamanda bir kültürel temsiliyeti barındırır ve böylelikle mekân isimleri kentsel kültürel kimliğin dünü, bugünü ve yarını için önemli unsurlar olarak hafızalarda yer edinirler (Özgen ve Sarı, "Siyasal İdeolojiler Bağlamında...")

Kültür merkezleri, iktidarlar için ideolojik bir aygıttır ve siyasal ideolojilerin kültürel üretiminin yeniden üretildiği kentsel mekânlardandır. Bu mekânlar, birey ve topluma dair gündelik yaşam pratiklerinin gerçekleşti(rildiği) bilişsel, duygusal ve kinetikselle yönelimlerin, yani algı, tutum ve davranışların inşa edildiği donatılardır. Rapoport'un (*Human Aspects of Urban Form* 20) da belirttiği gibi, algı kişisel olmaktan çok içinde bulunulan sosyal sistemin bir parçasıdır. Bilişsel ve psikolojik olduğu kadar ekonomiktir, toplumsal olduğu kadar politik bir tasarımdır ve dolayısıyla iktidarın ideolojik üretimine hizmet etmektedir. Güleç Solak'a (14-15) göre, gündelik hayatın geçtiği mekânlar, yaşamın öznel ve psikolojik süreçlerinin geçtiği, algı ve deneyimlerin bilince, kişiliğe ve anılara dönüştüğü yerler olarak inşa edilirken, kişilerin mekâna yükledikleri de farklı kimliklere göre şekillenmektedir.

Mekân, İktidar ve İdeoloji

Bir yaşam pratiği olarak mekân, aynı zamanda belirli bir egemenlik ve iktidar hiyerarşisinin kaçınılmaz olduğu bir alandır. Bu bağlamda, diğer anti-pozitivist yapısalcı yaklaşımlardan birisi de Althusser'e aittir (Soja 76). Althusserci yaklaşım mekânı devletin ideolojik aygıtlarının bir unsuru olarak görür ve ona pasif bir rol verir. Buna göre mekân soyuttur ve iktidar, kontrol, bilgi ve ideoloji ile ortaya çıkar (Ertürk 51). Bu yaklaşım sosyal bilimlerde mekânın ekonomik ve politik süreçlerle birlikte ele alınmasına yönelik yaklaşımlarla da uyumludur. Buna göre mekân, en genel ifadesiyle siyasi bir malzemedir ve siyasi aktörlerin ideolojilerini ve söylemlerini

hayata geçirmesine imkân veren bir araçtır. Bu nedenle de her siyasi iktidar aslında bir mekân üreticisidir (Alaeddinoğlu ve Okudum 337).

İktidar kavramı belirli bir territoryal etkiye sahip olan, toplumu yöneten ve yönlendiren bir güç (Demir ve Acar 176) olarak tanımlanır. İktidar pratiği ise, farklı biçimlerde (ekonomik, kral, yalın, devrim, ruhban sınıfı ve fikir üzerindeki iktidar) tezahür edebilir (Russell). İktidarın temel düsturu ise, belirli bir ideolojik düşünce ve pratiklerini kamusal alana yaymak, etkinliğini yaygınlaştırmak ve sürdürmektir. Dolayısıyla iktidar ile bilgi karşılıklı olarak birbirini besler ve içerimler (Foucault 18). Bu nedenle Althusser'in ideolojik aygıt pratiğini, iktidar- bilgi ilişkisi üzerinden tanımlamak ve gündelik yaşam pratiği ile serimlemek mümkündür. Çünkü iktidar, sadece fiziksel, ekonomik güç ya da yasal temsil yoluyla değil; aynı zamanda bilimin, normların, siyasal teknolojilerin hegemonyası, beden ve ruhun şekillendirilmesiyle de işler (Best ve Kellner 70). Böylelikle iktidarlar, yaşama dair tüm kültürel pratiklerin yeniden üretimini (eğitimin, edebiyatın, sanatın, yazılı, görsel ve sosyal medyanın, sporun vb.) tasarımını, dilini ve tüm ilişkisel detaylarını (semantik ve semiyotik bağlamları) özenle dizayn eder ve kamuya aktarır. Bu aktarım mekânları ise, yaşamın tüm ayrıntılarıyla detaylandırılır: Havrada, kilisede, camide, partide, okulda, sendikada, kültür merkezlerinde. Özetle, *“iktidar her yerdedir”* (Althusser 53).

İdeoloji kavramı, farklı kavramsal liflerle bir doku halinde örülmüş bir metindir ve farklı tarihlerde yoğrulmuştur (Eagleton 17). Bir döneme ya da toplumsal bir sınıfa özgü inançlar bütününe; bir toplumsal durumu yansıtan düşünceler sistemine verilen isimdir (Cevizci 359). Sosyal bir grubun kendine has özelliğini ortaya koyduğu, başkalarından ayrıldığı, hatta başkalarıyla ters düştüğü ortak düşüncelerin bir bütünü (Lapierre 8) olarak ideoloji kavramını Marx, üst sınıfın alt sınıfın beynini yıkayarak yanlış bir bilinçlenme yarattığını irdelemek için kullanmıştır (Gutek 254). Bu bağlamda tarih boyunca, egemen sınıfın düşünceleri daima belirleyici olmuş ve *“egemen maddi güce sahip olan toplumsal sınıf, aynı zamanda egemen manevi güç olmuştur. Bu maddi güce sahip olan sınıf, aynı zamanda zihinsel üretim araçlarına da sahip olmaktadır”* (Marx ve Engels 46). Dolayısıyla mekân, egemen ideolojinin yansımalarını ve işaretlerini içeren bir ideolojik alan olarak belirlenmektedir (Taşçı 70). O halde, iktidarlar tarafından kurulan kültür mekânlarında ve merkezlerinde yürütülen etkinliklerin de, iktidarların siyasal ideolojilerine hizmet edecek ve territorial/etki alanlarına yaygınlık kazandıracak şekilde tasarlandığı da bir gerçektir. Bu mekânlar, siyasal ideolojilerin bir aygıtı olarak adlandırılmaktan, buralarda yürütülen etkinliklere kadar, birçok mekânsal örüntüyü içeren ve belirli

bir belleğin insanlara aktarılmasına aracı olmaktadır. İdeolojik inşaların kalıcı olabilmesi için de belirli coğrafi sınırlar dâhilinde, ilgili ideolojiyi yeniden üretebilecek ve hükmedilecek mekânların oluşturulması gerekir. Kamusal ölçekte kabul gören bu zihinsel tasarımların hayata geçirilerek süreklilik sağlayabilmesi için de kültür merkezleri birer ideolojik aygıt olarak kullanılmaktadır.

Harvey ise, mekâna hükmetmeyi herhangi bir güç mücadelesinde en stratejik araçlardan birisi olarak görür. Diğer bir ifadeyle mekânın üretilmesini kontrol edenlerin bir aşamaya kadar toplumsal üretim süreçlerinin üzerinde de kontrol sağlama gücüne sahip olabileceğini ifade eder (akt. Özgüç ve Tümertekin 313). Yazının odak noktası da bu görüşü içermektedir: siyasal ideolojiler, kültür merkezlerini bir ideolojik aparat olarak kullanmakta ve denetlemektedirler. Bu bağlamda ideoloji, kültür ve toplumsal süreçler ile mekânsal formlar arasında çift yönlü bir ilişkinin olduğunu söylememiz gerekir (Soja 173). Mekânla insan arasında karşılıklı bir ilişki ve etkileşim vardır. Bunun sonucunda da bir yandan insan mekânı, diğer yandan mekân insanı inşa eder ve dönüştürür (Gülbetekin 31). Bu etkileşim toplumların kültürel birikimlerinin oluşmasını sağlar. Mekânın insan ile karşılıklı ilişkisini özetleyen Winston Churchill'in (Edgü 72) ifadesiyle, mekân da insan da değişir ve dönüşürler. Bu bakımdan Althusser'in mekânı okuma biçimi, toplumsal yapıları göz ardı ederek güç ilişkilerine odaklanması ile eleştirilmiştir (Soja 82). Bu bağlamda mekân siyasal güç ilişkilerinin bir mücadele alanı olup, beşeri coğrafyadaki mekâna dayalı araştırmalar bu ilişkilerin incelenmesini kapsayan bir tasarımla geliştirilmelidir.

Amaç ve Kapsam

Bu çalışmanın amacı, siyasal iktidarların ideolojik [yeniden] üretimlerine alan açan kültür merkezlerini çeşitli değişkenlere göre analiz etmektir. Bu bağlamda, Ankara merkez/metropol ilçe belediyelerine bağlı olan ve farklı politik yaklaşımları temsil eden belediye yönetimlerinin kültür merkezlerinde yürüttükleri etkinliklerin katılımcılar tarafından nasıl algılandığını analiz etmek ve kültür merkezleri ile siyasal ideolojilerin bağıntısal özelliklerini açıklamak, çalışmanın kapsamını ve temel amacını oluşturmaktadır.

Louis Althusser hükümet, idare, ordu, polis, mahkeme, hapisane gibi resmi (baskıcı) devlet aygıtlarının yanında özel alanda hüküm süren devletin ideolojik aygıtlarının (aile, dinsel, eğitsel, hukuki, siyasal, sendikal, iletişim ve kültürel) da bulunduğunu söyler. Bu aygıtlar vasıtasıyla hâkim ideoloji kendini yeniden üretme eğilimindedir. Bu çalışmada da devletin ideolojik aygıtları (Althusser 49) olarak ele

alabileceğimiz kültür merkezlerinde yürütülen etkinliklerin nasıl farklılaştığı ve ilgili yerel yönetimlerde, siyasal ideolojilerin yeniden üretiminin nasıl beslendiği çeşitli değişkenlere göre incelenmiştir.

Araştırma Problemi

Bu araştırmada birbiriyle bağıntılı üç temel soruya cevaplar aranmıştır. *Birincisi* öncelikle ideolojik bir mekân olarak kültür merkezlerinin işlevselliği nedir? *İkincisi*, bu merkezlerde yürütülen faaliyetler, kursiyerler/katılımcılar için ne tür bilişsel ve duygusal yönelimlere alan açmaktadır? *Üçüncüsü* de, katılımcıların kültür merkezlerinde yürütülen faaliyetlere ilişkin algı ve tutumları ile *cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek türü* değişkenleri arasında ne tür bir bağıntının olduğu ve bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı analiz edilmiştir.

Araştırma Yöntemi

Bu araştırmada *karma (mix)* yöntem kullanılmıştır. *İlk olarak* idari kayıtlar ve harita bilgileri kullanılarak araştırma kapsamındaki kültür merkezlerinin ismi, yeri ve özellikleri tespit edilmiştir. Bu tespitler Microsoft Excel ortamında kaydedilerek bir ön değerlendirme yapılmıştır. Bu değerlendirmeler bağlamında araştırma sorusu belirlenmiş ve ikinci aşamaya geçilmiştir. *İkinci aşamada* kültür merkezlerinden yararlanan ziyaretçilerin öznel değerlendirmelerini almak için *yapılandırılmış görüşme* tekniği uygulanmıştır. Ayrıca, kültür merkezlerine yapılan ziyaretlerde yerinde gözlemler yapılmış, destekleyici ilave materyaller (fotoğraf ve basılı materyallerle) toplanmıştır. Böylelikle kültür merkezlerinin buldukları mekânlardaki diğer yapıların niteliği, sergilenen kültürel ortam, içerisinde yer alan ve sunduğu hizmetler üzerinden mevcut siyasal ideolojiler ile ilişkiler irdelenmiştir. *Üçüncü aşamada* ise, elde edilen nitel verileri derinlikli bir şekilde analiz etmek ve elde edilen sonuçları değerlendirebilmek için de nicel analiz yöntemlerinden *Ki-kare* analiz tekniğinden yararlanılmış ve böylelikle nitel veriler, nicel analiz teknikleriyle değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

Araştırma Sahası ve Örneklem

Bu araştırmada, belediyeler (büyükşehir ve merkez/metropol ilçe belediyeleri) tarafından idare edilen ve bu belediye başkanlarının temsilcileri oldukları siyasi partilerle ilişkilendirilebilecek 68 kültür merkezinin yer aldığı Ankara kenti çalışmanın evreni olarak belirlenmiştir. Örneklem seçimi için her merkez ilçeden ikişer kültür merkezi olacak şekilde görüşmelerin yapılacağı planlanmıştır. Ancak Sincan ve Gölbaşı ilçe belediyelerinden gerekli izinlerin alınamaması nedeniyle,

araştırma geriye kalan yedi merkez/ metropol ilçe (7) belediyesine bağlı ve faal olan 12 kültür merkezi üzerinden yapılmıştır. *İkinci aşamada* ise mevcut koşullara göre belirlenen Yenimahalle ve Pursaklar ilçelerinden birer, diğer beş ilçeden (Altındağ, Çankaya, Etimesgut, Mamak, Keçiören) ise ikişer kültür merkezi olmak üzere toplam 12 kültür merkezi seçilerek, yapılandırılmış görüşme formu vasıtasıyla, bu merkezlerden yararlanan katılımcılarla görüşülmüş ve araştırmanın temel verileri temin edilmiştir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada, belirlenen amaca bağlı olarak kültür merkezlerini ziyaret eden kursiyerlerin/katılımcıların konuya ilişkin görüşlerini temin etmek amacıyla hazırlanan yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Kültür merkezlerini ziyaret eden bireylerle yapılan görüşmelerde, katılımcıların kişisel özelliklerinin (cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve meslek) yanı sıra, kültür merkezinden aldıkları hizmete ilişkin olmak üzere on bir (11) soru (kapalı uçlu, en iyi yanıt ya da dereceli yanıt) ve geri kalan 12 soru ise açık uçlu sorulardan oluşmaktadır.

Alan araştırmasında yapılan görüşmelerde katılımcılar açısından gönüllülük esasına dikkat edilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonrasında, ilgili görüşme formları numaralandırılmış ve özenle tasnif edilmiştir. Her form özenle okunmuş, çalışmaya katkı sunabilecek anlamlı kavram ve ifadeler kodlanarak ayrıca tasnif edilmiş ve metin içinde kullanılmak üzere kayıt altına alınmıştır. Katılımcıların görüşlerini yansıtan görüşme formlarından elde edilen kavram ve ifadeler Excel tablosuna işlenerek, niceliksel veri, frekans analizleri ve yüzdeler oranları hesaplanmıştır.

Kayıt altına alınan kavramlar; metin içinde kullanıldığı içerik bakımından, benzerlik ve farklılıklarına göre ayrı tematik kategoriler altında toplanmıştır. Elde edilen tüm kavramsal ifadeler (1066) dokuz ana kategori ve 38 alt-kategori altında gruplandırılmış ve bu ifadelerin frekanslarını yansıtan yüzdeler oranları tablolaştırılmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak ve katılımcıların görüşlerini daha etkin bir şekilde çalışmaya yansıtılabilmek için, katılımcı görüşlerinden doğrudan alıntılara da yer verilmiş, böylelikle tablolar üzerinden yapılan tespitler ile katılımcı ifadeleri arasındaki tutarlılık da test edilmiştir. İfadelerin sunumunda katılımcılar için belirlenmiş temsili kısaltmalar (K1. K2. vs), cinsiyetleri (Erkek/E, Kadın/K) ve meslek türleri de ayrıca belirtilmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla çalışmada elde edilen veriler, ulaşılan sonuçlar ve yorumlar

arasında kurulan bağıntılar için, iki uzmana tutarlılık incelemesi yaptırılarak teyit alınmıştır.

Analiz ve Bulgular

Kültür merkezlerinden yararlanan katılımcıların %81'i kadın, %19'u ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır (Tablo 1). Bu niceliksel farkın nedeni incelemeye alınan iki kültür merkezinin sadece kadınlara hizmet ediyor olmasıyla ilgilidir. Ayrıca kültür merkezlerine yönelik gerçekleştirilen anketler çoğunlukla hafta içinde yapıldığından, ilgili zamanlarda kadın ziyaretçilerin daha fazla olmasına neden olmuştur. Meslek değişkeninde de görüldüğü üzere, katılımcıların üçte birini temsil eden ev hanımlarının yanında emekliler ve öğrenciler hafta içi kültür merkezini daha fazla ziyaret etmektedir.

Tablo 1: Kültür Merkezlerinden Yararlanan Kursiyerlerin Demografik Özellikleri

Kategori	Alt kategori	n	%		
Cinsiyet	Erkek	13	19%		
	Kadın	54	81%		
Yaş	≤18	4	6%		
	19-30	22	33%		
	31-40	16	24%		
	41-50	10	15%		
	>50	15	22%		
Eğitim	İlkokul	10	15%		
	Ortaokul	6	9%		
	Lise	20	30%		
	Ön lisans	7	10%		
	Lisans	20	30%		
	Yüksek lisans	4	6%		
Meslek	Emekli	8	12%		
	Ev hanımı	22	33%		
	İşsiz	2	3%		
	Memur/çalışan	9	13%		
	Öğrenci	11	16%		
	Öğretmen	8	12%		
	Özel sektör	4	6%		
	Sanatçı	3	4%		
İlçe	Altındağ	Hüseyin Gazi Kültür Merkezi	5	10	15%
		Gültepe Kadınlar Eğitim ve Kültür Merkezi	5		
	Çankaya	Çağdaş Sanatlar Merkezi	6	11	16%
		Zülfü Livaneli Kültür Merkezi	5		
	Etimesgut	Korkut Ata Kültür ve Kongre Merkezi	5	9	13%
		Yunus Emre Kültür ve Spor Merkezi	4		
	Keçiören	Mevlana Kültür ve Spor Merkezi	6	12	18%
		Yunus Emre Kültür Merkezi	6		
	Mamak	Necip Fazıl Kültür Merkezi	6	12	18%
		Necmettin Erbakan Kongre Merkezi	6		
	Pursaklar	Saray Hanımevi Kültür Merkezi	5	7%	
	Yenimahalle	Nazım Hikmet Kültür Merkezi	8	12%	
Toplam		67	100%		

Yaş dağılımı bakımından, katılımcıların %33'ünün 19-30 yaş grubunda ve yüzde 6'sının 18 yaş altı grupta olduğu görülmektedir. Diğer yaş grupları ise %10'dan fazla bir oranla temsil edilmektedir. Eğitim durumu bakımından ise lise (%30) ve lisans mezunları (%30) ağırlıklıdır. Yapılan görüşmelerde en az katılımcı Pursaklar (%7), en fazla katılımcı ise Keçiören ve Mamak (%18) ilçesinden olmuştur.

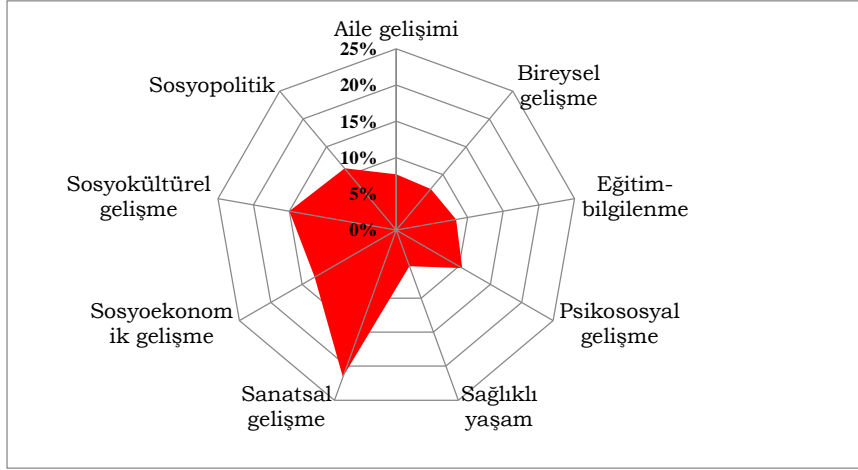
Kültür merkezinden yararlanan kursiyerlerle/ katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmeler ve katılımcıların bu merkezlerden aldıkları hizmetlere ilişkin genel bilgilerin yanı sıra, hizmet kalitesine yönelik değerlendirmeleri de incelenmiştir. Buna göre katılımcıların üçte biri kültür merkezini son bir aydır ziyaret ettikleri belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların yarısından fazlası kültür merkezini bir yıldan fazla süredir ziyaret ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcılar genellikle kültür merkezi ile ilgili olarak arkadaşlarından, aile çevresinden ve kültür merkezinin tanıtımlarından haberdar olduklarını beyan etmişlerdir. Katılımcıların dörtte üçü kültür merkezi hizmetlerinden haftada birden fazla yararlandığı, %60'ı ziyaretlerinde kültür merkezinde üç saatten fazla süre geçirdikleri belirlenmiştir. Yukarıda belirtildiği gibi anketler hafta içi gerçekleştirildiği için katılımcıların büyük çoğunluğu (%76) hafta içi mesai saatlerinde ya da mesai sonrası saatlerde, kültür merkezindeki faaliyetlere katıldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların kültür merkezinden aldıkları hizmetten memnuniyet düzeyleri açısından, ihtiyaçlarını karşılamada yeterli bulurken, %28'i ise hizmetlerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. Bu genel değerlendirmenin yanında katılımcılara kültür merkezinin konumu, fiziki yapısı ve gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin memnuniyetleri sorulmuş ve sırasıyla %69, %58 ve %46 oranında katılımcılar tarafından yeterli ya da çok yeterli cevabı alınmıştır. Kadın katılımcılar için kültür merkezinde kreşin olması, memnuniyet açısından belirleyici bir özellikle olduğu görülmüştür. Örneğin;

(K24, Mamak, K, 28, Ev hanımı) "Ayrıca çocuklar için kreş olması çok güzel. Bizler kurstayken çocuklarımız da hem yanımızda hem de boş kalmıyorlar".

Katılımcılar ağırlıklı olarak kültür merkezini kurs, eğitim ve sanat faaliyetleri için kullandıklarını belirtmiştir. Ankete katılanların yüzde 40'ı başka bir kültür merkezinden de hizmet aldığını belirtmiştir.

(K3, Altındağ, K, 31, Ev hanımı) "Belediyenin veya hükümetin yaptığı icraatlardan huzur buluyorum".

(K17, Etimesgut E, 42, Asker) "Belediye başkanı her şeyi yapıyor".



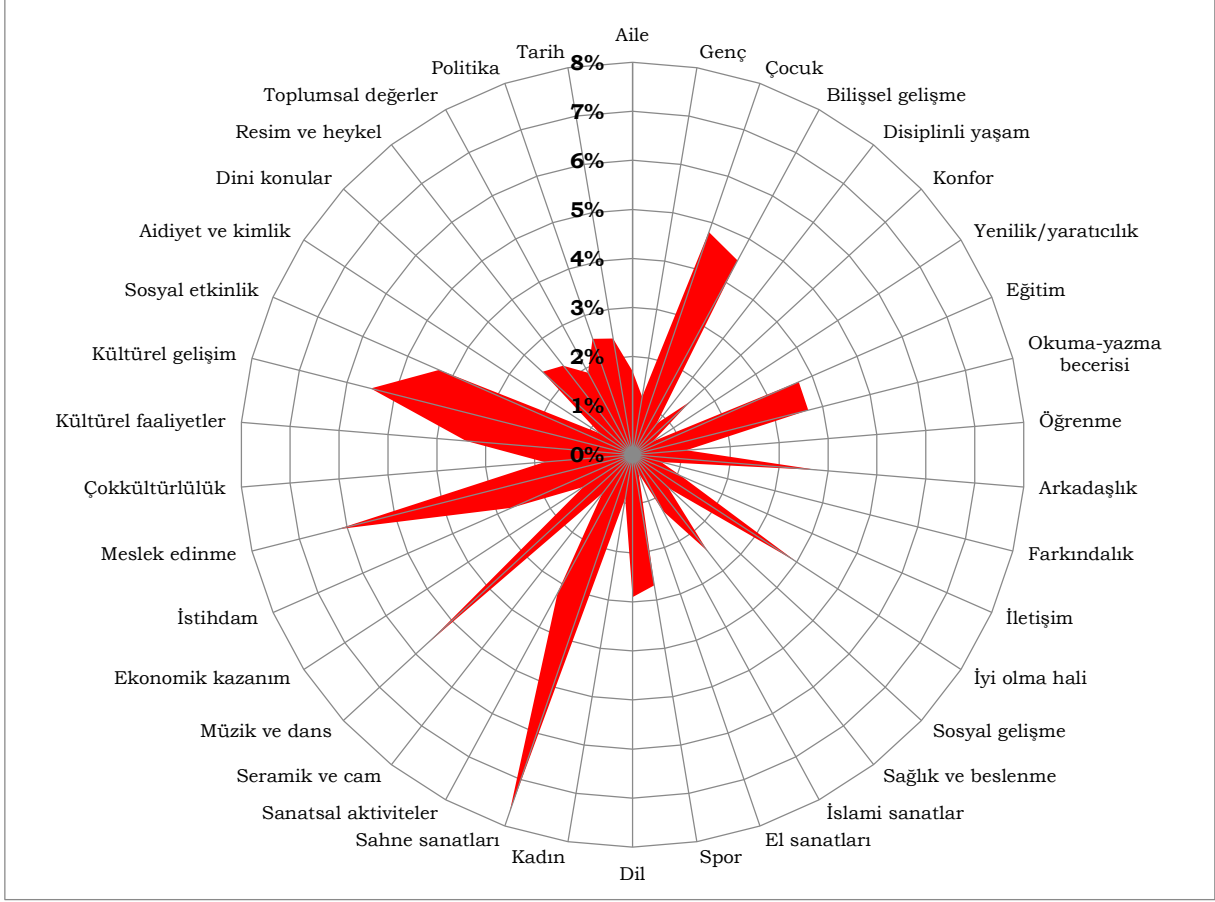
Şekil 1: Ana Kategoriler İtibarıyla Katılımcılar Kullandığı Kavramların Dağılımı

Araştırma kapsamında ele alınan kavramların ana ve alt kategoriler itibarıyla dağılımına ilişkin Şekil 1 ve 2 oluşturulmuştur. Buna göre ana kategoriler bakımından *Aile gelişimi*, *Bireysel gelişme*, *Eğitim ve bilgilendirme* ile *Sağlıklı yaşam* kategorilerinde daha az kavramın kullanıldığı, diğer bir ifadeyle katılımcıların bu ana kategorik temalara yönelik ilgili ve ihtiyaçlarının daha düşük oranda olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın *Sanatsal gelişme*, *Sosyopolitik*, *Sosyokültürel gelişme*, *Sosyoekonomik gelişme* ve *Psikososyal gelişme* kategorilerinde daha fazla kavramın kullanıldığı, diğer bir ifadeyle katılımcıların bu kategorileri içeren yaşamsal ilgi ve ihtiyaçlarının ise daha fazla olduğu görülmektedir.

Diğer yandan, benzer bir inceleme alt kategoriler itibarıyla yapıldığında *Sahne sanatları*, *Müzik ve dans*, *Meslek edinme*, *Çocuk*, *Bilişsel gelişme*, *Eğitim*, *Okuma-yazma becerisi*, *Kültürel gelişim*, *Arkadaşlık*, *İyi olma hali*, *Sağlık ve beslenme* alt kategorilerinde en yüksek frekansa sahip kavramlar oldukları tespit edilmiştir. Kısacası katılımcılar, bu kavramlarla ilgili yönelim ve ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kültür merkezlerinden yararlandıkları anlaşılmaktadır. Hem ana kategori hem de alt kategoriler itibarıyla kullanılan kavram sayıları, kavramların kullanılma frekansı ve yüzdeleri Tablo 2'de sunulmaktadır. Buna göre *Sağlıklı yaşam* kategorisi 12 kavram ve %5,3 oranla en az dile getirilen ana kategori olurken *Sanatsal gelişme* kategorisi 40 kavram ve %21,6 oranla en fazla ifade edilen ana kategori olarak hesaplanmıştır. Diğer yandan, *El sanatları* 4 kavram ve %0,4 oranla en az temsil edilen alt kategoriyken, *Sahne sanatları* 7 kavram ve %7,7 oranla, niceliksel olarak en fazla kavramın dile getirildiği ($f=82$) alt kategori olduğu belirlenmiştir.

Şekil 2'de görüldüğü gibi, "*Sahne sanatları*, *Meslek edinme*, *Müzik ve dans*, *Kültürel gelişim*, *Çocuk*, *Bilişsel gelişme*, *eğitim*, *okuma-yazma becerisi*, *arkadaşlık* ve *İyi olma hali*" alt kategorileri, katılımcıların belirgin düzeyde ilgi ve ihtiyaçlarını

karşılmak amacıyla kültür merkezlerinden yararlandıkları yüksek frekans oranına sahip başlıca kavramlar oldukları görülmektedir.



Şekil 2: Alt Kategoriler İtibarıyla Katılımcıların Kullandığı Kavramların Frekans Oranlarına Göre Dağılımı

Alt kategoriler bazında düşük frekans oranına sahip olan ve katılımcıların daha az ifade ettikleri, diğer bir ifadeyle katılımcıların ilgi ve ihtiyaçlarına bağlı olarak daha az ifade edildiği görülmektedir. Buna göre her birinin temsil oranı yüzde birin altında (%0,1- %0,9 arasında) olan bu kavramlar sırasıyla: “*El sanatları, Yenilik/yaratıcılık, Farkındalık, Disiplinli yaşam, Aidiyet ve kimlik, Kadın*” olarak tespit edilmiştir.

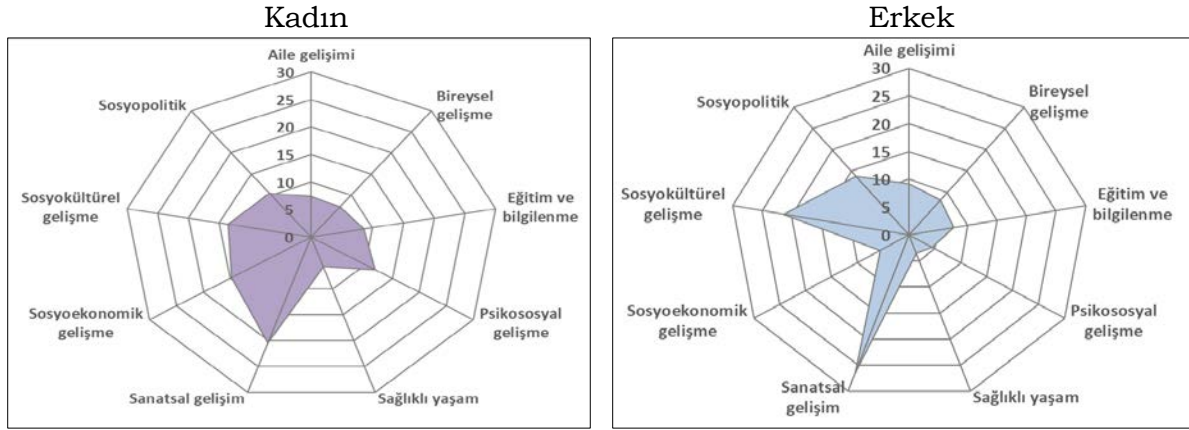
Tablo 2: Kullanılan Kavramların Kategori ve Alt Kategorilere Göre Dağılımı

Kategori	Alt kategori	Kavram Sayısı (n)	Frekans (f)	Yüzde (%)
Aile gelişimi	Aile	4	18	1,7
	Çocuk	6	51	4,8
	Genç	4	13	1,2
	Ara toplam	14	82	7,7
Bireysel gelişme	Bilişsel gelişme	8	48	4,5
	Disiplinli yaşam	3	9	0,8
	Konfor	4	17	1,6
	Yenilik/yaratıcılık	3	5	0,5
	Ara toplam	18	79	7,4
Eğitim - bilgilendirme	Eğitim	7	39	3,7
	Okuma-yazma becerisi	2	12	3,7
	Öğrenme	6	39	1,1
	Ara toplam	15	90	8,4
Psikososyal gelişme	Arkadaşlık	4	40	3,8
	Farkındalık	3	6	0,6
	İletişim	5	12	1,1
	İyi olma hali	6	43	4,0
	Sosyal gelişme	3	11	1,0
	Ara toplam	21	112	10,5
Sağlıklı yaşam	Sağlık ve beslenme	7	27	2,5
	Spor	5	29	2,7
	Ara toplam	12	56	5,3
Sanatsal gelişme	El sanatları	4	4	0,4
	İslami sanatlar	5	14	1,3
	Müzik ve dans	6	61	5,7
	Resim ve heykel	5	19	2,3
	Sahne sanatları	7	82	7,7
	Sanatsal aktiviteler	7	34	3,2
	Seramik ve cam	6	11	1,0
	Ara toplam	40	230	21,6
Sosyoekonomik gelişme	Dil	5	31	2,9
	Ekonomik kazanım	5	13	1,2
	İstihdam	7	29	2,7
	Meslek edinme	7	66	6,2
	Ara toplam	24	139	13,0
Sosyokültürel gelişme	Çokkültürlülük	5	19	1,8
	Kültürel faaliyetler	7	36	3,4
	Kültürel gelişim	5	59	5,5
	Sosyal etkinlik	6	46	4,3
	Ara toplam	23	160	15,0
Sosyopolitik	Aidiyet ve kimlik	6	8	0,8
	Dini konular	3	27	2,5
	Kadın	3	10	0,9
	Politika	4	23	2,5
	Tarih	3	26	2,4
	Toplumsal değerler	7	20	1,9
Genel Toplam		193	1.066	100,0

Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bulgular

Cinsiyet değişkenine göre katılımcıların kültür merkezlerinden yararlanma ve çeşitli etkinliklere katılma durumları değerlendirilmiş ve hem ana hem de alt kategoriler bazında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Buna göre,

erkek katılımcıların daha çok yönedikleri ve ifade ettikleri kavramların yer aldığı temel kategoriler sırasıyla; *Sanatsal gelişim* (%26,4), *Sosyokültürel* (21,3), *Sosyopolitik* (13,7), *Aile gelişimi* (%9,1) ve *Bireysel gelişim* (%8,1) olarak belirlenmiştir. Kadın katılımcılarda ise sırasıyla; *Psikososyal gelişme* (%11,9), *Sosyoekonomik gelişme* (%14,7), *Eğitim ve bilgilenme* (%8,6) ve *Sağlıklı yaşam* (%5,6) kategorilerine yönelik bir eğilimin olduğu tespit edilmiştir. Kültür merkezlerine ilişkin ifadelerin cinsiyet değişkenine göre analiz Şekil 3'te yer almaktadır.



Şekil 3: Cinsiyet Değişkenine Göre Ana Kategorilerin Oransal Dağılımları

Kadınların, kültür merkezlerinden yararlanma ve çeşitli etkinliklere katılma durumları değerlendirildiğinde, daha çok meslek edinme, sosyalleşme, dini konular ve sanatsal faaliyetler için bu kültür merkezlerini ziyaret ettikleri/kullandıkları belirlenmiştir. Örneğin;

(K21, Keçiören, K, 38, Ev hanımı) “İşkolu buldum para kazandım. Arkadaş edindim. Psikolojik olarak rahatladım”.

Görüşme formlarında kullanılan kavramlar detaylı olarak incelendiğinde *Psikososyal gelişme* temel kategorisinin *Sosyal gelişme* alt kategorisinde yer alan ifadelerin (sosyal alanda gelişmek, sosyal iyilik, sosyal ilişkilerini geliştirmek) sadece kadınlar tarafından dile getirilmiş olması dikkat çekici bir ayrıntıdır. Benzer şekilde *İslami sanatlar* (tezhip, hat kursu, ney eğitimi, ebru kursu), *Seramik-cam* (ahşap, çömlek, çini eğitimi, cam kursu, seramik ve kâğıt rölyef kursu), *Dini konular* (muhafazakâr/mütedeyyin yazarlara ulaşmak, Kur’an kursu ve dini konular) ve *Kadın temalı konular* (kadın eğitimi, kadına yönelik şiddet ve erkeklerin kadınlar hakkında bilinçlendirilmesi) hakkında görüş belirtenler de yalnızca kadın katılımcılar olmuştur (Bkz. EK).

(K4, Altındağ, K, 49, Ev hanımı) “Evde işimi yaptıktan sonra, buraya gelip yeni arkadaşlıklar kurdum. Bana çok iyi geliyor”.

(K6, Keçiören, K, 55, Öğretmen) “Kur’an eğitimi, tefsir ve meali ile ilgili yeni kursların eklenmesini istiyorum”.

Erkek katılımcıların ise daha çok *Bilişsel gelişme, Müzik-dans, Sahne sanatları ve Kültürel faaliyetlerden* yararlanmak amacıyla kültür merkezlerini ziyaret ettikleri tespit edilmiştir. Ayrıca *kültürel gelişim, çokkültürlülük, tarih, toplumsal değerler ve politika* alt kategorilerinde yer alan kavramların ifade edilmesinde erkek katılımcıların daha yüksek frekans oranlarına sahip oldukları belirlenmiştir.

(K13, Çankaya, E, 70, Emekli hekim) “Estetik anlamda katkı sağladı. Görsel ve zihinsel anlamda katkı sağladı”.

(K62, Etimesgut, E, 42, Asker) “Ülke sevgisi, kalkınma, vatandaşın görevleri gibi konularda konferanslar verilmeli”.

Tablo 3: Ana Kategoriler ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişkinin Ki-kare Analizi

Ana kategori	Erkek (f; %)	Kadın (f; %)	Toplam
Aile gelişimi	18 9,1%	64 7,4%	7,7% 79
Bireysel gelişme	16 8,1%	63 7,2%	7,4% 90
Eğitim-bilgilenme	15 7,6%	75 8,6%	8,4% 112
Psikososyal gelişme	9 4,6%	103 11,6%	10,5% 56
Sağlıklı yaşam	7 3,6%	49 5,6%	5,2% 230
Sanatsal gelişme	52 26,4%	178 20,5%	21,6% 139
Sosyoekonomik gelişme	11 5,6%	128 14,7%	13,0% 160
Sosyokültürel gelişme	42 21,3%	118 13,6%	15,0% 118
Sosyopolitik	27 13,7%	91 10,5%	11,1% 7,7%

Chi-Square=31,289; df=8; p<0,001 (df/sd= serbestlik derecesi; p< ,0001= anlamlılık düzeyi)

Kültür merkezlerine ilişkin ana kategoriler ile cinsiyet değişkeni arasındaki bağıntının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmek için Ki-kare analiz testi kullanılmıştır (Tablo 3). Ki-kare testi kategoriler arasındaki bağıntının istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını kanıtlamak için kullanılmaktadır. Yapılan analizlere göre, kavram frekanslarının dağılımı bakımından, kültür merkezlerine ilişkin kategoriler ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir ($\chi^2=31,289$; sd=8; p<0,001). Buna göre, erkek katılımcıların daha çok *Aile, Birey, Sanatsal, Sosyokültürel ve Sosyopolitik* kategorileriyle ilgili olarak kültür

merkezlerinden yararlandıkları ve bu tematik konularla ilgili görüş ve düşüncelere sahip oldukları tespit edilmiştir. Buna karşın kadın katılımcıların ise, erkek katılımcılara nazaran daha çok *Eğitim, Psikososyal, Sağlık ve Sosyoekonomik* kategorilerle ilgili yönelimlere sahip oldukları görülmektedir. Özetle, cinsiyet değişkenine göre, kültür merkezlerini ziyaret eden erkek katılımcıların daha çok *Sosyokültürel* ve *Sanatsal* konularla ilgilendikleri ve bu amaçla kültür merkezlerini ziyaret ettikleri ve yararlandıkları görülmektedir. Diğer yandan, kadın katılımcıların ise daha çok *Sosyoekonomik* ve *Psikososyal* konularla ilgili gündelik yaşama dair ihtiyaç ve beklentilerini gerçekleştirmek amacıyla kültür merkezlerinden yararlandıkları belirlenmiştir. Özetle, erkek ziyaretçilerin yönelimleri *sosyal* ve *kültürel* konular, kadın ziyaretçilerin ise, *psikoloji* ve *ekonomi* temelli konular olarak öne çıkmaktadır.

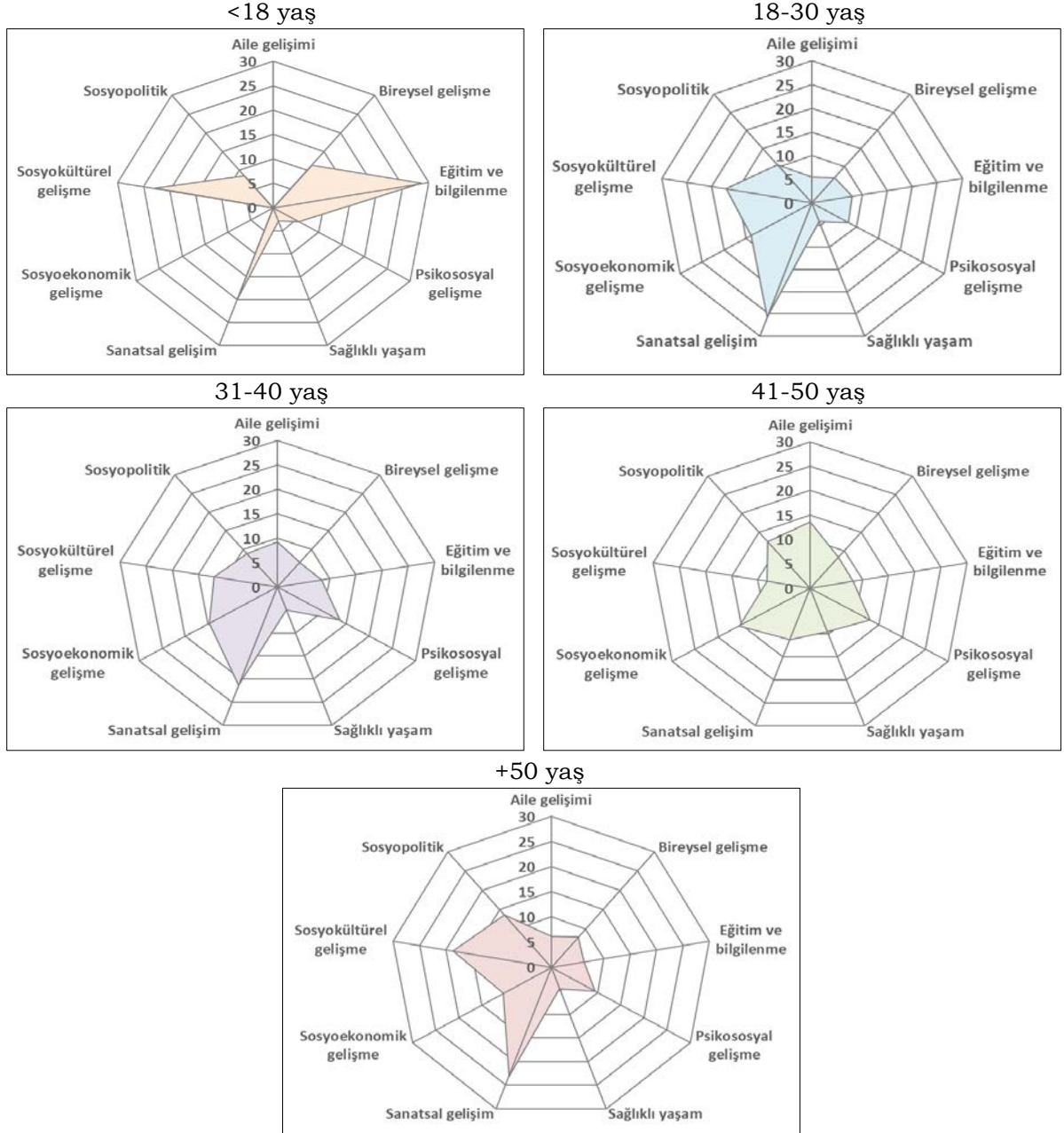
Yaş Değişkenine İlişkin Bulgular

Yaş değişkenine göre, katılımcıların kültür merkezinden yararlanma durumları değerlendirildiğinde; 19 yaş ve üzerindeki grupların görece dengeli dağıldığı görülmektedir. 18 yaş ve altındaki grupta 4 kişinin olması bu gruba ilişkin oranların yorumlanmasını zorlaştırmaktadır. Yaş değişkenine ilişkin kavramların frekans oranları değerlendirildiğinde; 18 yaş ve altındaki katılımcıların *Eğitim-bilgilenme* (%28,6), *Sosyokültürel gelişme* (%22,9) ve *Sanatsal gelişme* (%20) kategorilerine ilişkin ifadeler kullandıkları belirlenmiştir. 19-30 yaş grubunun *Sanatsal gelişme* (25,7) ve *Sosyokültürel gelişme* (%17,1) ile ilgili kavramları daha sık kullandıkları, 31-40 yaş grubundaki katılımcıların *Sanatsal gelişme* (%21,3), *Sosyoekonomik gelişme* (%14,7) ve *Psikososyal gelişme* (%13,6) kategorilerine ilişkin ifadeleri daha sık kullandıkları belirlenmiştir. 41-50 yaş grubundaki katılımcıların *Sosyoekonomik gelişme* (%15,4), *Bireysel gelişme* (%13,6) ve *Psikososyal gelişme* (%13), 50 yaş ve üstündeki katılımcıların ise *Sosyokültürel* (23,1) ve *Sanatsal gelişme* (%18,6) kategorilerindeki kavramlar olduğu belirlenmiştir (Şekil 4).

(K17, Etimesgut, E, 42, Asker) "Çocukların ve gençlerin bilinçlendirilmesi için konferansların olması (gerekir). (Kültür merkezinde) esrar, eroin için konferanslar olmalı. Gençlerimizi en çok kaybettiğimiz konu bu. Bizim de çocuklarımız var. Ailelerin gençleri nasıl yetiştirecekleri konusunda konferanslar (olmalı). Önemli olan aile bilincini kazandırmak, bilinçli nesil yetiştirmek (için bunlar gerekli). (Çocuklarımızı) körü körüne yetiştiriyoruz, hayata alıştıramıyoruz. Halen eski kafaya göre yetiştiriyoruz".

(K51, Çankaya, K, 72, Emekli) “Spor ile ilgili aktivitelerin olmasını tavsiye ederim. Spor etkinlikleri ve yoga kursları yapılabilir”.

Oransal olarak bakıldığında *Bireysel gelişme* kategorisinde görüş ve düşüncelerini farklı ifadelerle ve en fazla dile getiren 18 yaş altı gruptur (%11,4). İkinci sırada ise, 41-50 yaş grubu (%8,3) takip etmektedir (Şekil 4). Bu kategoride en çok tekrar edilen kavramlar *Bilişsel gelişme* (%4,5) iken, en az tekrar edilen alt kategori ise, *Yenilik ve yaratıcılık* (%0,5) olmuştur (Bkz. EK).



Şekil 4: Yaş Değişkenine Göre Ana Kategorilerin Oransal Dağılımları

Bu kategoride yaş grupları arasındaki niceliksel farklılaşmayı *Bilişsel gelişme* alt kategorisinin belirlediği görülmektedir. Ayrıca *Eğitim ve bilgilenme* kategorisindeki kavramlar en çok 18 yaş ve altını kapsayan (%28,6) yaş grubu tarafından ifade edilmiş, bu grubu 31-40 yaş grubu (%8,5) takip etmektedir. Bununla birlikte, 18 yaş ve altındaki yaş grubu hariç tüm yaş gruplarında *Eğitim ve bilgilenme* kategorisindeki kavramlar benzer oranlarda tekrar ettiği görülmektedir. *Psikososyal gelişme* kategorisinde ise orta yaş gruplarında yüksek oranlar görülürken diğer yaş gruplarındaki oranlar ise daha düşüktür. Alt kategorilerde ise 31-40 yaş grubunda *Arkadaşlık* (%8,1), 41-50 yaş grubunda ise *İyi olma hali* (%7,1) öne çıkmaktadır. *Sağlıklı yaşam* kategorisinde ise 41-50 yaş grubuna ait kavramların oranı en yüksektir (%9,5). Bu yaş grubu hem *Sağlık ve beslenme* hem de *Spor* alt kategorilerinde en fazla kavramı dile getiren yaş grubu olmuştur. Diğer bir ifadeyle yaşama dair bir ihtiyaç olarak gördükleri spor pratiğini ifade ettikleri görülmektedir.

(K4, Altındağ, K, 49, Ev hanımı) “Sağlık hakkında çok bilgi almak istiyorum”.

Sanatsal gelişme kategorisinde 19-30 yaş grubu öne çıkmakta (%25,7) ve özellikle *Sahne sanatları* (%9,4) alt boyutu yüksek bir orana sahiptir. Bu kategoride, en az kavramın ifade edildiği grup ise, 41-50 yaş grubu (%11,2) olmuştur. Bununla birlikte bu kategoride her yaş grubu bir başka alt kategoride en yüksek oranları temsil edecek oranlara sahiptir. 18 yaş ve altı grup *Müzik ve dansı*, 19-30 yaş grubu *Sanatsal aktiviteleri*, 31-40 yaş grubu *Sahne sanatlarını*, 50 yaş ve üzeri grup ise *Resim, heykel ve fotoğraf* ile *Seramik ve cam* alt kategorilerinde öne çıkmıştır.

Sosyoekonomik gelişme kategorisinde, 41-50 yaş grubu tarafından daha fazla kavramın (%15,4) ifade edildiği kategori olarak belirlenmiştir. Özellikle *Meslek edinme* (%10,1) alt kategorisi önemli bir orana sahiptir. Bu kategoride en dikkat çekici durum, 18 yaş ve altındaki grubun hiçbir ifadeyi kullanmamış olmasıdır. Bunun dışındaki diğer gruplarda ise, özellikle *Dil ve meslek edinme* alt boyutları oransal olarak daha yüksek düzeyde ifade edilmiştir.

Sosyokültürel gelişme kategorisindeki kavramları en yüksek oranda (%22,9) kullanan 18 yaş ve altı grubu olmuştur (Şekil 4). Bu grubu 50 yaş ve üstü grup (%18,6) takip etmektedir. 50 yaş ve üstü grupta *Kültürel gelişim* ve *Çokkültürlülük* alt kategorileri öne çıkarken 19-30 yaş grubunda ise, *Kültürel faaliyetler* ve *Sosyal etkinlik* alt kategorilerindeki kavramlar daha sık ifade edilmiştir. Bu kategoride en az ifade edilen kavramlar 41-50 yaş grubuna (%8,3) aittir. *Sosyopolitik* kategoride 50 yaş ve üzeri grup en fazla kavramı (13,6), 18 yaş ve altı grup ise en az kavramı (%8,6)

kullandığı belirlenmiştir. *Aidiyet ve kimlik, dini konular ve kadın* alt kategorilerini 41-50 yaş grubu sıklıkla dile getirirken *politika ve toplumsal değerler* ile ilgili kavramları en çok 50 yaş ve üzeri grup tarafından ifade edilmiştir.

(K12, Çankaya, K, 64, Emekli bankacı) “Kültür merkezinde Cumhuriyet’in unutulmaması için gerekli çalışmaların yapılmasına ilişkin konferans ve panellere yer verilmelidir”.

(K52, Yenimahalle, E, 63, Öğretmen) “Aydınlanmaya yönelik bilgi sahibi olma konusunda ve sağlık konusunda etkinlikler olmalıdır”.

Katılımcı yaşıyla ilgili bulgular neticesinde genç yaşlarda *Bireysel gelişme, Eğitim, Sanatsal gelişme, Sosyokültürel gelişme* konuları; orta yaşlarda *Aile, Psikososyal gelişme, Sağlıklı yaşam, Sosyoekonomik gelişme* konuları ve ilerleyen yaşlarda ise *Sosyokültürel ve Sosyopolitik* eksenli konuların daha fazla katılımcıların gündeminde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4: Ana Kategoriler ile Yaş Değişkeni Arasındaki Bağıntının Ki-kare Analizi

Ana kategori	< 30 (f; %)	31-40 (f; %)	41-50 (f; %)	> 50 + (f; %)	Toplam (f; %)
Aile gelişimi	20 5,0%	24 9,3%	23 13,6%	15 6,2%	82 7,7%
Bireysel gelişme	29 7,3%	17 6,6%	14 8,3%	19 7,9%	79 7,4%
Eğitim-bilgilenme	39 9,8%	22 8,5%	14 8,3%	15 6,2%	90 8,4%
Psikososyal gelişme	32 8,1%	35 13,6%	22 13,0%	23 9,5%	112 10,5%
Sağlıklı yaşam	16 4,0%	13 5,0%	16 9,5%	11 4,5%	56 5,3%
Sanatsal gelişme	100 25,2%	55 21,3%	19 11,2%	56 23,1%	230 21,6%
Sosyoekonomik gelişme	50 12,6%	38 14,7%	26 15,4%	25 10,3%	139 13,0%
Sosyokültürel gelişme	70 17,6%	31 12,0%	14 8,3%	45 18,6%	160 15,0%
Sosyopolitik	41 10,3%	23 8,9%	21 12,4%	33 13,6%	118 11,1%

Chi-Square (χ^2) = 55,904^a; df/sd = 24; p < ,0001

^a Beklenen frekans değeri 5'ten küçük olan hücre sayısı sıfırdır (%0,0).

Tablo 4'te yaş grupları dört alt değişkene indirilmiştir. Oysa ilgili değişkenin belirtildiği Şekil 4'te ise beş alt değişken vardır. Bu değişikliğin nedeni, <18 yaş altı değişkende frekans değeri sıfır (0) olan hücrelerin bulunmasıdır. Bu nedenle ilk iki alt değişken (<18 yaş ve 19-30 yaş) birleştirildi ve <30 yaş altı/otuz yaş altı şeklinde oluşturuldu. Çünkü boş hücreli tablolar üzerinden Ki-kare analizinin yapılması uygun görülmemektedir. Bu nedenle analizlerde frekans değeri olmayan <18 yaş altı değişken bir sonraki alt değişkenle birleştirilerek, analizler yapılmıştır.

Ana kategoriler ile dört yaş grubu arasındaki bağıntıya (Ki-kare analizlerine) göre; *Aile gelişimi*, *Sağlıklı yaşam* ve *Sosyoekonomik* kategorilerinde 41-50 yaş grubu, *Eğitim-bilgilenme* kategorisinde 30 yaş altı grubu yüksek eğilimi olduğu görülmektedir. *Psikososyal* kategoride ise 31- 40 ve 41-50 yaş grubunun kültür merkezlerinden yararlanma ve ihtiyaç duydukları başlıca ihtiyaç alanlarını göstermektedir. *Sanatsal* kategoride 30 yaş altı; *Sosyokültürel* ve *Sosyopolitik* kategorilerde ise 51 yaş ve üstü grubun kültür merkezlerinden yararlanma ve ilgili konular hakkındaki yönelimlerini yansıtmaktadır. Ayrıca yapılan analizlere göre, yaş grupları arasında çok yüksek oranlı farklılıklar bulunmamakla birlikte, düşük oranlı farklılıkların yer aldığı başlıca kategoriler ise, *Birey* ve kısmen de *Eğitim- bilgilenme* kategorilerinde olduğu görülmektedir. Sonuçta, otuz yaş altı ve 50 yaş üstü grupların daha çok *Sanatsal* ve *Sosyokültürel*, 31-40 yaş grubunun *Sanatsal* ve *Sosyoekonomik*, 41-50 yaş grubunun ise *Sosyoekonomik*, *Aile* ve *Psikososyal gelişme* kategorileri ile ilgili faaliyetlerde bulunmak ve çeşitli kazanımlara sahip olmak amacıyla kültür merkezlerinden yararlandıkları belirlenmiştir.

Eğitim Düzeyi Değişkeni ile İlgili Bulgular

Katılımcıların kültür merkezlerine yönelik algıları ile eğitim düzeyleri arasındaki bağıntı, ifade edilen kavramların frekans oranlarına göre farklılıklar gösterdiği ve istatistiksel olarak da anlamlı olduğu belirlenmiştir (Şekil 5). *Aile gelişimi* kategorisindeki kavramların frekans oranı en yüksek olan grup ön lisans eğitim düzeyine (%16,1) sahip katılımcılar olurken, en düşük oran ise yüksek lisans mezunlarına ait kavramları içeren frekans oranı (%2,9) olmuştur. Bu kategoride, tüm gruplarda en yüksek frekans oranına sahip ifade *Çocuk* kavramı olmuştur. *Aile gelişimi* kategorisinde yer alan üç kavramın toplam frekans oranı, tüm boyutlar içinde en düşük üçüncü kategori olarak dikkat çekmektedir (Tablo 5).

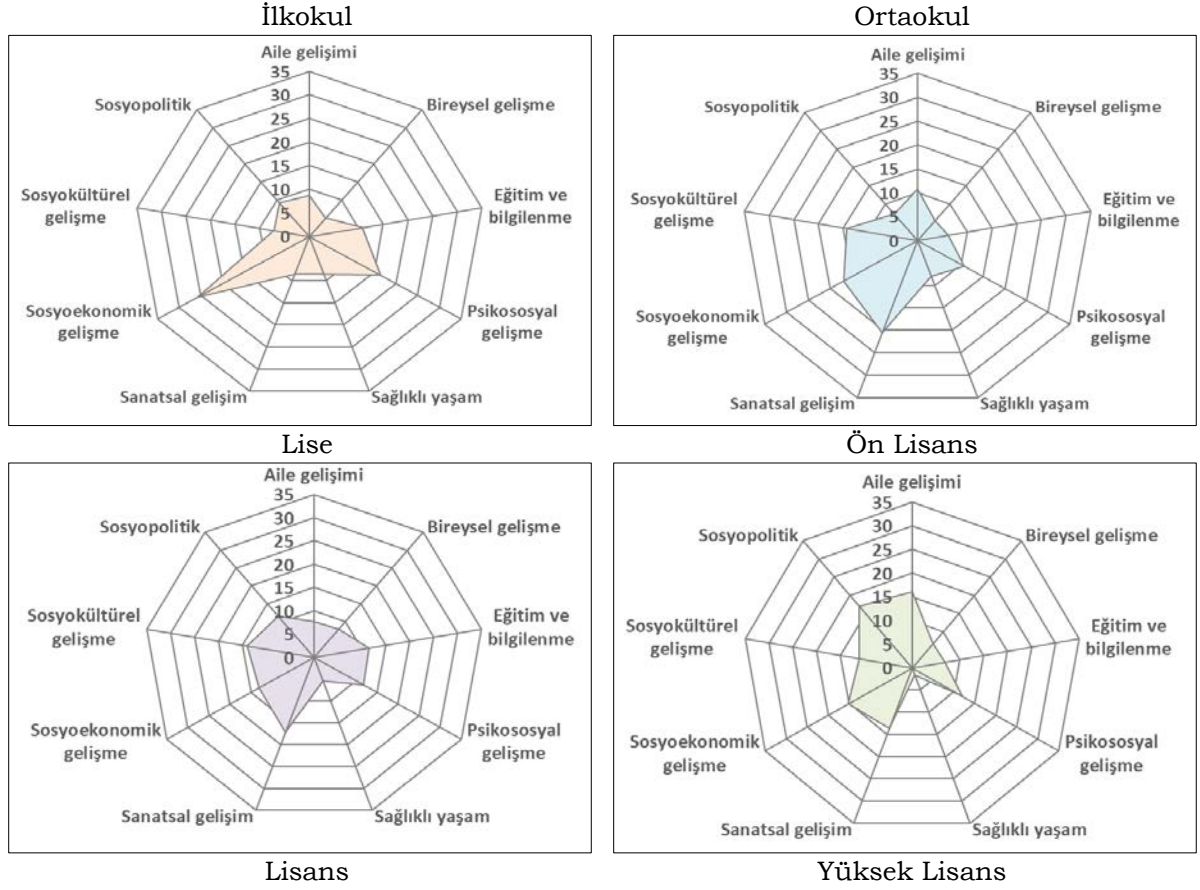
(K3, Altındağ, K, 31, Ev Hanımı) “ebeveynlik konusunda ve çocuk eğitimi konusunda da daha çok kursların verilmesi gerek”.

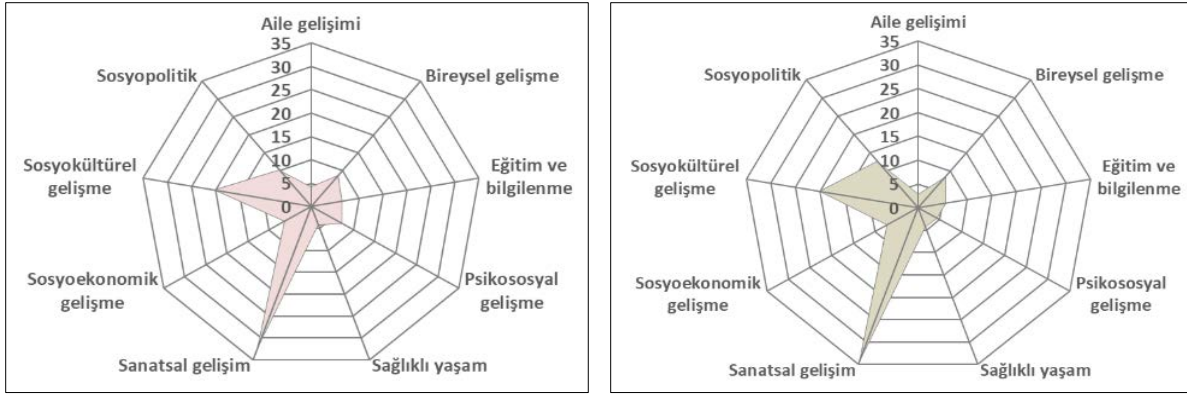
Bireysel gelişme kategorisinde en yüksek frekans oranına sahip kavramların kullanıldığı kategori; lisans (%8,7) ve yüksek lisans (%8,6) eğitim düzeyine sahip katılımcılar, en düşük oran ise, ilkokul mezunu (%5,0) olan katılımcılar tarafından ifade edildiği belirlenmiştir. Alt kategoriler itibarıyla değerlendirildiğinde; *bilişsel gelişme* alt boyutuyla ilgili kavramları ortaokul, *disiplinli yaşam* ile ilgili kavramları lise, *konfor* ile ilgili kavramları lisans ve *yenilik/yaratıcılık* ile ilgili kavramları ise daha çok yüksek lisans eğitim düzeyine sahip katılımcılar tarafından ifade edildiği tespit edilmiştir.

(K16, Çankaya, E, 24, Bilişim Uzmanı) “Keşfetme amaçlı geliyorum ve sanat içerisinde yeni teknikleri öğrenmek için geliyorum”.

Eğitim ve bilgilenme kategorisinde lise mezunları en yüksek frekans oranına (%11,5), yüksek lisans mezunları (%5,7) ise en düşük frekans oranına sahip kavramlar kullandıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların kullandıkları kavramsal ifadelerin frekans oranlarının lise eğitim düzeyinden sonra tedrici bir şekilde azalması önemli bir veri olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla, *Eğitim ve bilgilenme* hususunda, katılımcıların umduğu veya bekledikleri türden bir kazanıma sahip olmadıkları türünden olumsuz bir düşüncenin varsıl olduğu ileri sürülebilir.

(K37, Pursaklar, K, 36, Ev hanımı) “Okuma ve Yazmam daha iyi oldu. Çocuğumun derslerine yardım edebiliyorum. Okuma-yazma sayesinde, kitap ve gazetede yazıları okuyabiliyorum ve yazı yazabiliyorum.”





Şekil 5: Eğitim Değişkenine Göre Ana Kategorilerin Oransal Dağılımları

Ayrıca oransal bir karşılaştırma yapıldığında *Öğrenme* ve *okuma-yazma becerileri* gibi yüksek frekans oranına sahip kavramların daha çok ilkökul mezunu olan katılımcılar tarafından ifade edildiği belirlenmiştir (Bkz. EK). Bu durum ilgili grubun, eğitime ilişkin ihtiyaç ve beklentilerinin de bir göstergesi olarak düşünülebilir. *Psikososyal gelişme* kategorisinde yer alan ve en yüksek frekans oranına sahip kavramlar; ilkökul mezunu katılımcılar (%16,4) tarafından ifade edilmiştir. *Arkadaşlık* (%6,4) ve *İyi olma hali* (%7,9) alt kategorilerinde de ilkökul mezunları en yüksek frekans oranına sahip grup olmuştur.

(K28, Mamak, K, 47, Ev hanımı) “Kendimi burada iyi hissediyorum. Depresyondan kaçmak için kendimi dışarı atıyorum”.

İletişim alt kategorisinde en yüksek frekans oranına sahip kavramları kullanan yüksek lisans mezunları, aynı zamanda bu ana kategorideki en düşük frekans oranına (%4,3) sahip kavramlar kullanan grup olarak da dikkat çekmektedir. Bu kategoride, katılımcıların kültür merkezlerine yönelik durumsal betimlemelerinde kullandıkları kavramların frekans oranı genel olarak, tedrici bir azalma eğilimi gösterdiği belirlenmiştir (Bkz. EK).

Sağlıklı yaşam kategorisinde de en yüksek frekans oranına sahip kavramsal ifadelerde bulunan katılımcılar ilkökul mezunları (%8,6), en düşük frekans oranına sahip grup ise, ön lisans eğitim düzeyine sahip katılımcılar (%1,7) olmuştur. Ayrıca, *sağlık ve beslenme* alt kategorilerinde ilkökul mezunları, *spor* alt kategorisinde ise ortaokul mezunları en yüksek frekans oranına sahip kavramlar kullandıkları tespit edilmiştir.

Sanatsal gelişme kategorisinde lisans (%32,4) ve yüksek lisans (%34,3) eğitim düzeyine sahip katılımcıların ifade ettikleri kavramların frekans oranları ortalamanın çok üstündedir. Bu kategoride en düşük frekans oranına (%8,8) sahip kavramlar ilkökul mezunu olan katılımcılar tarafından kullanılmıştır. Alt kategoriler itibariyle;

İslami sanatlarda ilkokul; *sahne sanatlarında* ortaokul; *resim, heykel, fotoğraf, sanatsal aktiviteler, seramik ve cam sanatında* lisans, *müzik ve dans* ile *sanatsal aktiviteler* alanında ise yüksek lisans mezunlarının en yüksek frekans oranına sahip katılımcılar oldukları tespit edilmiştir.

(K13, Çankaya, E, 70, Emekli) “Klasik müzik olmasını isterdim. Resim sergilerinin arttırılması ve klasik müzik”.

Sosyoekonomik gelişme kategorisinde genel olarak eğitim düzeyi yükseldikçe ifade edilen kavramların frekans oranı azalmaktadır. Buna göre, ilkokul mezunları, *Ekonomik kazanım* (%5,0) ve *Meslek edinme* (%14,3) alt kategorilerinde kullandıkları kavramlarla bu kategoride en fazla kavram kullanan grup olmuştur. *Dil* alt kategorisinde ön lisans (%5,1), *İstihdam* (%5,4) alt kategorisinde ise, ortaokul mezunları en yüksek frekans oranına sahip kavramlar kullandıkları görülmektedir. Lisans ve yüksek lisans mezunları ise bu kategoride en düşük frekans oranına sahip kavramlar kullanan eğitim grupları olarak belirlenmiştir.

Sosyokültürel gelişme kategorisinde, genel olarak eğitim düzeyi artıkça, katılımcıların kültür merkezlerine ilişkin yaptıkları kavramsal tanımlama ve açıklamalar da artış göstermektedir. Buna göre, lisans (%20,2) ve yüksek lisans (%20,2) mezunları en yüksek frekans oranına sahip kavramları ifade ettikleri, buna karşın en düşük frekans oranına sahip kavramları kullanan grupların ise ilkokul (%7,1) ve ön lisans (11,0) mezunları oldukları görülmektedir. Alt kategoriler itibariyle *Kültürel faaliyetlerde* (%11,4) yüksek lisans mezunları, *Kültürel gelişim* (%7,1) ve *Sosyal etkinlik* (%5,4) alt kategorilerinde ise, lisans mezunları öne çıkmaktadır. Ayrıca ortaokul mezunlarının da yüksek lisans mezunları kadar *Çokkültürlülük* alt kategorisinde yer alan kavramları ifade ettikleri tespit edilmiştir.

Sosyopolitik kategoride, ön lisans (%16,9) mezunları oransal olarak en yüksek kavram kullanımına sahip eğitim düzeyi olarak dikkat çekmektedir. Buna karşın ortaokul mezunları (%7,1) ise en az frekans oranına sahip kavramları kullanan gruptur. İlkokul mezunları *Dini konular* (%6,4) ve *Kadın* (%2,1) alt kategorisinde, ortaokul mezunları *Toplumsal değerler* (%3,6) alt kategorisinde, ön lisans mezunları ise *Aidiyet ve kimlik* (%4,2) alt kategorisindeki kavramları daha yüksek oranda kullandıkları belirlenmiştir. Ayrıca lisans mezunları *Politika* (%4,2), yüksek lisans mezunlarının ise *Tarih* (%5,7) alt kategorisinde yer alan kavramları ifade ettikleri ve en yüksek frekans oranına sahip oldukları belirlenmiştir.

(K54, Yenimahalle, K, 26, Mühendis) “Siyasi konular hakkında yeterli faaliyet düzenlediğimizi düşünmüyorum. Hangi yazar, düşünür ve ünlülerle buluşmak tanışmak istersiniz? Mansur Yavaş. Neden, Mansur Yavaş? Ona çalışmalarının güzel olduğunu söyledim. İkincisi ise, ODTÜ Rektörü. Neden ODTÜ Rektörü. ODTÜ’ye siyasi konulardan dolayı üniversiteyi mahvettiğini söylemek isterdim”.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile kültür merkezinden yararlanma ve bu merkezlerden yararlanma durumları arasındaki bağıntı şöyle özetlenebilir: Katılımcıların eğitim düzeyleri arttıkça, kültür merkezlerindeki *sanatsal* ve *sosyokültürel faaliyetlere yönelik* kullanımları artmakta, diğer bir ifade ile katılımcıların eğitim düzeyi ile *sanatsal* ve *sosyal faaliyetlerden* yararlanma durumları arasında pozitif bir korelasyon bulunmaktadır. Buna karşın daha düşük eğitim düzeyine sahip katılımcıların ise, *psikososyal gelişme*, *sağlıklı yaşam* ve *sosyoekonomik gelişmeye* dönük ilgi ve ihtiyaçlarını gidermeye yöneldikleri tespit edilmiştir.

Tablo 5’teki Ki-kare testi analizlerine göre, *Eğitim düzeyi* değişkenine ilişkin alt boyutlar ile katılımcıların kültür merkezlerine yönelik görüşlerini yansıtan dokuz kategori arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Hem eğitim düzeyi hem de kategoriler bazında katılımcıların görüşlerini yansıtan oranlar (özellikle yüksek veya düşük oranlar) analizin temel bağlamı açısından istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar vermektedir. Buna göre, İlkokul mezunu olan katılımcıların kültür merkezlerine atfettikleri anlam öncelikle *Sosyoekonomik*; Ortaokul, Lise, Lisans ve Yüksek Lisans mezunlarının *Sanatsal*; Ön lisans mezunu katılımcıların ise *Sosyopolitik* konularla ilgili olarak kültür merkezlerini ziyaret ettikleri ve bu merkezlerden yararlandıkları belirlenmiştir. Buna karşın en düşük oranların kategorilere göre dağılımları ise şöyle özetlenebilir: *Aile* kategorisiyle ilgili olarak Lisans ve Yüksek Lisans; *Birey* kategorisinde İlkokul ve Ortaokul; *Eğitim* ve *Psikososyal* kategorilerinde Yüksek Lisans ve Lisans eğitim düzeyine sahip katılımcıların sınırlı oranda görüş ifade ettikleri tespit edilmiştir. Ayrıca *Sağlık* kategorisinde Ön lisans; *Sanatsal* kategoride İlkokul; *Sosyoekonomik* kategoride Lisans ve Yüksek Lisans; *Sosyokültürel* kategoride İlkokul; *Sosyopolitik* kategoride ise Ortaokul mezunu katılımcıların kültür merkezlerine yönelik görüş ve beklentilerinin düşük olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Ana Kategoriler ile Eğitim Değişkeni Arasındaki Bağıntının Ki-kare Analizi

Ana kategori	İlk (f; %)	Orta (f; %)	Lise (f; %)	Önlisans (f; %)	Lisans (f; %)	YL (f; %)	Toplam (f; %)
Aile gelişimi	12 8,6%	12 10,7%	24 7,6%	19 16,1%	13 4,2%	2 2,9%	82 7,7%
Bireysel gelişme	7 5,0%	6 5,4%	25 8,0%	8 6,8%	27 8,7%	6 8,6%	79 7,4%
Eğitim-bilgilenme	15 10,7%	7 6,3%	36 11,5%	8 6,8%	20 6,4%	4 5,7%	90 8,4%
Psikososyal gelişme	23 16,4%	12 10,7%	37 11,8%	14 11,9%	23 7,4%	3 4,3%	112 10,5%
Sağlıklı yaşam	12 8,6%	9 8,0%	17 5,4%	2 1,7%	13 4,2%	3 4,3%	56 5,3%
Sanatsal gelişme	12 8,6%	23 20,5%	54 17,2%	16 13,6%	101 32,4%	24 34,3%	230 21,6%
Sosyoekonomik gelişme	36 25,7%	19 17,0%	41 13,1%	18 15,3%	20 6,4%	5 7,1%	139 13,0%
Sosyokültürel gelişme	10 7,1%	16 14,3%	44 14,0%	13 11,0%	63 20,2%	14 20,0%	160 15,0%
Sosyopolitik	13 9,3%	8 7,1%	36 11,5%	20 16,9%	32 10,3%	9 12,9%	118 11,1%

Chi-Square (χ^2) = 139,678^a; df/sd= 40; p< ,0001

^a Beklenen frekans değeri 5'ten küçük olan bir hücre (%1,9) vardır.

Katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça kültür merkezlerine yönelik pratikleri ve beklentileri daha çok *sosyokültürel ve sanatsal* faaliyetlere yoğunlaşmakta, buna karşın eğitim düzeyi azaldıkça katılımcıların daha çok *Sosyoekonomik, Aile, Sağlık, Eğitim ve Psikososyal* faaliyetlere yöneldikleri ve bu tür uygulamalarla kültür merkezlerinden yararlanma eğilimlerinde oldukları belirlenmiştir. *Bireysel gelişme ve Sosyopolitik* kategorilerinde de genel eğilim, eğitim düzeyiyle paralel bir gelişim gösterse de diğer kategorilere göre daha düşük bir oransal değişim görülmektedir (Tablo 5).

Meslek Değişkenine İlişkin Bulgular

Bu başlıkta yer alan katılımcılar 8 meslek grubunu temsil etmektedir. Ancak bunlardan özel sektör (4), sanatçı (3) ve işsiz (2) temsil sayısı az olduğu için buradaki hesaplamaya “diğer” başlığı altında toplanıp dâhil edilmiştir (Şekil 6).

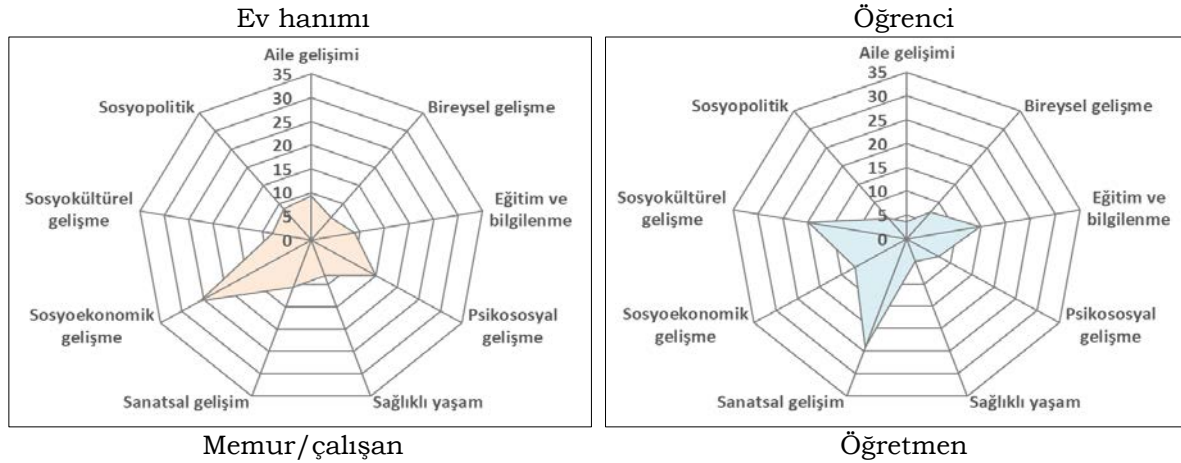
Meslekler itibarıyla, *Aile gelişimi* kategorisinde en yüksek frekans oranına sahip olan memur/çalışan grup (%11,9), en düşük frekans oranına sahip olan ise öğrenciler (%3,7) olmuştur. Beklenildiği gibi *Çocuk* alt kategorisindeki kavramların ifade edilmesinde ev hanımları (%7,0) daha yüksek frekans oranına sahip olurken, emekliler ise *Genç* (%3,6) alt kategorisinde en yüksek frekans oranına sahip kavramları kullanan grup olarak tespit edilmiştir.

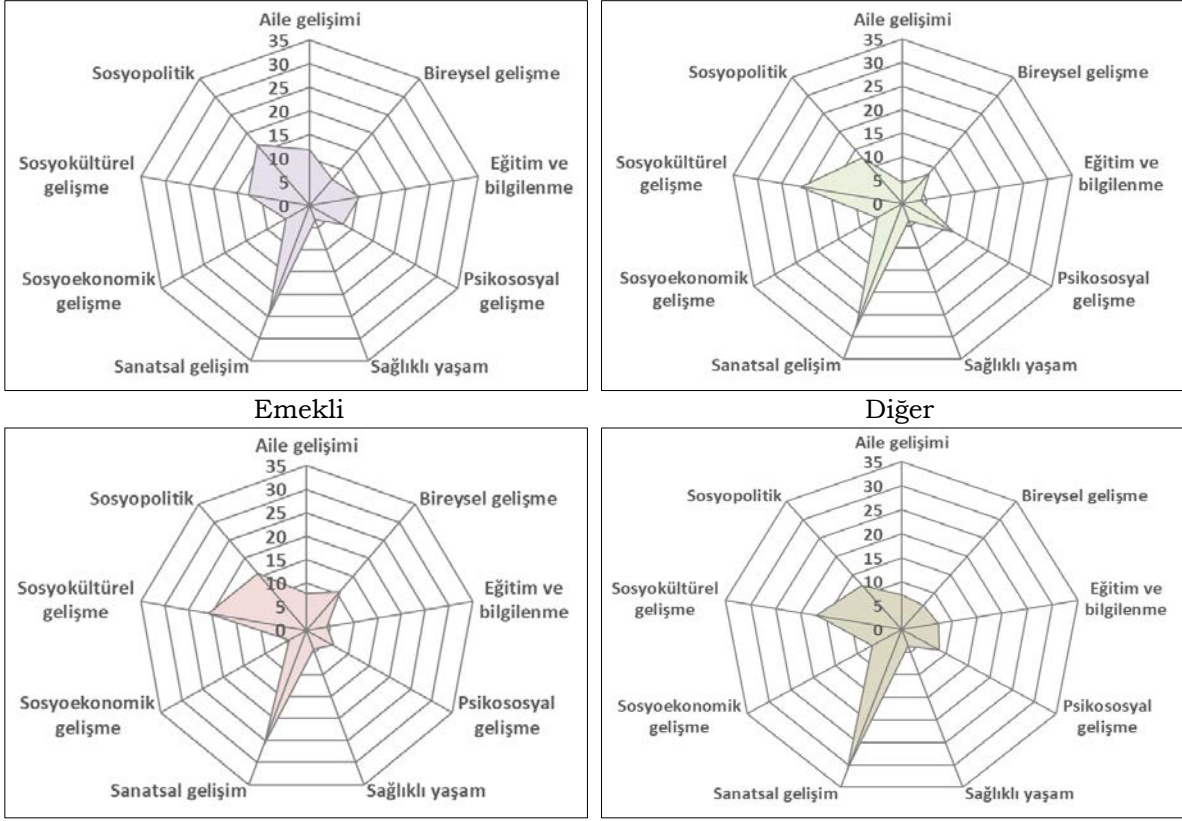
Bireysel gelişme kategorisinde emeklilerin (%10,7) kullandıkları kavramlar en yüksek frekans oranına sahiptir. Diğer meslek gruplarının kavram kullanımı ise daha dengeli bir dağılım gösterdiği belirlenmiştir. *Bilişsel gelişme* (%7,9) ve *Yenilik/yaratıcılık* (1,4) alt kategorilerinde emekliler öne çıkarken, *Disiplinli yaşam* ve *Konfor* alt kategorilerinde ise sırasıyla; öğrenciler (%2,5) ve öğretmenler (%3,0) en yüksek frekans oranına sahip gruplar olmuştur.

Eğitim ve bilgilenme kategorisinde öğrenci grubu en yüksek frekans oranına (14,9) sahip kavramları kullandıkları, öğretmenler ise bu kategoride, en düşük frekans oranıyla (%3,8) temsil edilmektedirler. *Eğitim etkinliği* alt kategorisinde ise memur/çalışan grubu (%8,7) en yüksek frekans oranına sahip kavramlar kullandıkları görülmektedir (Şekil 6).

Psikososyal gelişme kategorisinde, *ev hanımları*, kültür merkezleriyle ilgili kavramların ifade edilmesinde en yüksek frekans oranına (%15) sahip grup olurken, emekliler ise, en düşük frekans oranına (%6,4) sahip grup olmuştur. Ev hanımları *Arkadaşlık* (%6,5) ve *İyi olma hali* (%6,2) alt kategorilerinde öne çıkarken, *Farkındalık* (%1,2) ve *Sosyal gelişme* (%2,5) alt kategorilerinde öğrenciler ve *İletişim* (%3,0) alt kategorisinde ise öğretmenler daha yüksek frekans oranına sahip kavramlar kullandıkları belirlenmiştir (Tablo 6). Örneğin;

(K7, Altındağ, K, 25, Ev hanımı) “Kültür merkezine gelmek psikolojik olarak, bedenen iyi hissetmemi sağladı”.





Şekil 6: Meslek Değişkenine Göre Ana Kategorilerin Oransal Dağılımları

Sosyokültürel gelişme kategorisinde öğretmen (%21,1) ve emeklilerin (%20,7) kültür merkezlerine ilişkin görüşlerini yansıtan kavramların frekans oranı açısından en yüksek orana sahip olduğu belirlenmiştir. Buna karşın ev hanımları (%7,9) ve memur/çalışanlar (%12,7) ise, en düşük frekans oranına sahip kavramsal ifadeler kullandıkları belirlenmiştir. Ayrıca *Çokkültürlülük* (%3,6) alt kategorisinde emekliler, *Kültürel faaliyetlerde* (%6,6) diğer gruptaki katılımcılar ve *Kültürel gelişim* (%9,9) ile *Sosyal etkinlikte* (%6,8) ise öğrenci grubu daha yüksek frekansa sahip kavramsal ifadeler kullandıkları belirlenmiştir.

(K12, Çankaya, K, 64, Emekli) “Amatör sanatçılara daha çok yer verilmesi gerektiğini düşünüyorum. Dünyaca ünlü ressamların buraya gelmelerini isterim. Gençlere yönelik eğitim programlarının olmasını isterdim.”.

(K26, Mamak, K, Öğretmen) “Sanatsal faaliyetlere, tiyatroya, sinemaya öncelik olsun isterim. Kişisel gelişim, edebi ve toplumsal konularda olmasını isterim”.

Sosyopolitik kategorisinde memur/çalışanlar (%16,7) ile emekliler (%15,7) daha yüksek frekans oranına sahip kavramlar kullandıkları, buna karşın öğrenci (%5,6) ve ev hanımlarının (%8,5) ise, bu kategorideki kavramlara daha düşük frekans oranıyla katılım gösterdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca alt kategoriler itibarıyla dikkat

çeken özellikler şöyle açıklanabilir: *Aidiyet ve kimlik* (%4,0) ile *Politika* (%7,1) alt kategorilerinde memur/çalışanlar, *Dini konularda* (%5,9) ev hanımları, *Tarih* (%4,5) alt kategorinde öğretmenler ve *Toplumsal değerlerde* (%4,3) ise emekliler grubunun öne çıktığı görülmektedir. Örneğin;

(K35, Mamak, E, 74, Emekli) “Toplumsal konular üzerine sosyal hayatla ilgili bilgilendirmeler yapılmasını isterim. Toplumun ışık tutacak kurslar, eğitime önem verilen faaliyetler olmasını isterim”.

Tablo 6: Ana Kategoriler ile Meslek Değişkeni Arasındaki Bağının Ki-kare Analizi

Ana kategori	Emekli (f; %)	Ev hnm. (f; %)	İşsiz (f; %)	Memur (f; %)	Öğrenci (f; %)	Öğret. (f; %)	Özel sek. (f; %)	Sanatçı (f; %)	Toplam (f; %)
Aile gelişimi	11 7,9%	32 9,4%	3 10,3%	15 11,9%	6 3,7%	6 4,5%	3 4,0%	6 9,8%	82 7,7%
Bireysel gelişme	15 10,7%	21 6,2%	1 3,4%	9 7,1%	12 7,5%	11 8,3%	5 6,7%	5 8,2%	79 7,4%
Eğitim-bilgilenme	6 4,3%	30 8,8%	3 10,3%	13 10,3%	24 14,9%	5 3,8%	7 9,3%	2 3,3%	90 8,4%
Psikososyal gelişme	9 6,4%	51 15,0%	2 6,9%	10 7,9%	12 7,5%	16 12,0%	7 9,3%	5 8,2%	112 10,5%
Sağlıklı yaşam	6 4,3%	27 7,9%	1 3,4%	4 3,2%	8 5,0%	5 3,8%	4 5,3%	1 1,6%	56 5,3%
Sanatsal gelişme	36 25,7%	36 10,6%	9 31,0%	31 24,6%	39 24,2%	37 27,8%	22 29,3%	20 32,8%	230 21,6%
Sosyoekonomik gelişme	6 4,3%	88 25,8%	3 10,3%	7 5,6%	19 11,8%	8 6,0%	6 8,0%	2 3,3%	139 13,0%
Sosyokültürel gelişme	29 20,7%	27 7,9%	5 17,2%	16 12,7%	32 19,9%	28 21,1%	14 18,7%	9 14,8%	160 15,0%
Sosyopolitik	22 15,7%	29 8,5%	2 6,9%	21 16,7%	9 5,6%	17 12,8%	7 9,3%	11 18,0%	118 11,1%

Chi-Square (χ^2) = 187,923^a; df/sd= 56; p< ,0001

^a Beklenen frekans değeri 5'ten küçük olan 12 hücre (%16,7) vardır.

Sonuç olarak, ev hanımları *Psikososyal gelişme*, *Sağlıklı yaşam* ve *Sosyoekonomik gelişme*; öğrenciler *Eğitim-bilgilenme*, memur/çalışanlar *Aile gelişimi* ve *Sosyo-politik*; emekliler ise *Bireysel gelişme* alanındaki faaliyetler çerçevesinde kültür merkezlerinden yararlandıklarını beyan etmişlerdir.

Katılımcıların sahip oldukları *meslek* türleri ile kültür merkezlerine yönelik düşüncelerini yansıtan *kategoriler* arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu Ki-kare testi analiz sonuçlarıyla tespit edilmiştir (Tablo 6). Analizler sonucuna göre, kategoriler ve meslek değişkenleri arasındaki çapraz bağıntıda yer alan en yüksek ve en düşük frekans oranları (%), istatistiksel anlamlılığın belirlenmesinde ve yorumlanmasında belirleyici bir öneme sahiptir. Buna göre, kategoriler ve meslek grupları arasındaki istatistiksel farklılıkların en yüksek oranda olduğu bulgular şöyle özetlenebilir: Emekli, Öğrenci, Öğretmen ve Özel Sektörde çalışan katılımcıların daha çok *Sanatsal* ve *Sosyokültürel* faaliyetler için, Ev hanımlarının genellikle

Sosyoekonomik ve Psikososyal gereksinimler için kültür merkezlerini ziyaret ettikleri belirlenmiştir. Memur ve Sanatçı katılımcıların ise genellikle *Sanatsal ve Sosyopolitik* alanla ilgili beklenti ve yönelimlerini geliştirecek çeşitli uygulamalara katılmak amacıyla kültür merkezlerinden yararlandıkları belirlenmiştir.

Sonuçta, 50 yaş ve üzeri kültür merkezi kullanıcıları ile emekliler başta olmak üzere, İşsizlerin, Memurların, Öğrencilerin, Öğretmenlerin, Özel sektör çalışanları ve sanatçıların daha çok *Sanatsal faaliyetler* kategorisiyle ilgili çeşitli pratiklerde bulunmak ve kazanımlar elde etmek için kültür merkezlerinden yararlandıkları belirlenmiştir. Emekliler daha çok resim, heykel ve fotoğraf sergilerine, öğrenciler ve öğretmenler müzik, dans ve sahne sanatları etkinliklerine katılırken, İşsizler ise, belirli alanlarla ilgili sanatsal tasarım ve teknik uygulamalara katılarak, yaşamlarına katkı sunacak bir mesleki kazanım pratiğine yönelmektedirler. Ev hanımlarının *Sosyoekonomik* yönelimleri dışında, neredeyse tüm meslek gruplarındaki katılımcıların en yüksek orana sahip yönelimleri *Sanatsal faaliyetler* kategorisi olarak dikkat çekmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Kültür merkezleri, siyasal yönetimler açısından kültürün yeniden üretildiği ve buna ilişkin bağımlı bilincin inşa edildiği ideolojik temelli mekânlardır. Katılımcılar açısından ise, gündelik yaşama dair belirlenen amaçlara ulaşmak için farklı talep ve ihtiyaçların karşılandığı çok amaçlı mekânlardır. Bu merkezlerde yürütülen faaliyetler siyasal erkler tarafından dizayn edilerek hayata geçirildiği için, esasında bu alanlar siyasal temsil mekânları olarak iktidarlar için birer ideolojik aparat işlevi görürler. Bu merkezlerde, iktidar(lar)a rağmen farklı program ya da etkinliklerin yürütülememesi bu söylemin yanı sıra, ayrıca araştırma sonucunda elde edilen bulgular da ilgili yapısal bağlamı destekler niteliktedir.

Bu çerçevede elde edilen bulgular cinsiyet değişkenine göre yorumlandığında, kültür merkezlerinin birçok ilçede kadınların toplumsal hayata katılma alanları ve olanakları şeklinde işlev gördüğü anlaşılmaktadır. Kültür merkezlerinin, kadınlar, özellikle de ev hanımları için bir buluşma noktası ve sosyalleşme mekânı olarak çeşitli imkânlar sunduğu, hem araştırma sürecindeki gözlemler, hem de çalışma alanıyla ilgili verilerin analizinde de teyit edilmiştir. Kadınlar ekonomik kazanç sağlayabilecekleri ve kendilerini geliştirebildikleri aktivitelerin yanı sıra sosyal ve kültürel faaliyetlerin artırılmasını da talep etmektedir. Bu bağlamda cinsiyet değişkenine göre katılımcıların kültür merkezlerinden yararlanma durumlarının istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar göstermesi de önemli bir ayrıntıdır. Buna göre

erkek katılımcıların genellikle *Sosyokültürel* ve *Sanatsal*; kadın katılımcıların ise daha çok *Sosyoekonomik* ve *Psikososyal* konulara ilişkin ilgi ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere kültür merkezlerinden yararlandıkları tespit edilmiştir. Özellikle *ekonomi* ve *psikolojik durum* ile ilgili anlamlı farklılıklar gösteren istatistiksel sonuçlar bize kadın-erkek eşitsizliğinin kültür merkezlerine ilişkin pratiklere de yansıdığını göstermektedir. Dolayısıyla kadın katılımcıların ihtiyaç duydukları ve bu ihtiyaçlarını giderecek psikososyal ve sosyoekonomik konularda kültür merkezlerine yönelmeleri ve bu konularla ilgili ihtiyaç ve taleplerini kazanıma dönüştürmeleri, kadın kimliğinin toplumsal ölçekteki konumu ve temsili açısından önemli bir ayrıntıyı da afişe etmektedir. Özetle, toplumsal norm ve sosyopolitik sistemde erkek katılımcılara oranla kadınların, hem *ekonomik* hem de *sosyal* ve *psikolojik* olarak kendilerini daha iyi hissetmelerine imkân sağladığı için kültür merkezlerinden yararlandıkları görülmektedir. Örneğin *'Arkadaşlık'* ve *'İyi olma hali'* gibi alt kategorilerde yer alan kavramların kadın katılımcıların erkeklerden on- on üç (10-13) kat daha yüksek oranda beyan etmiş olmaları, konuya ilişkin analizleri özetler niteliktedir. İfade edilen bu kavramlar, aynı zamanda kadın kimliğine yönelik olarak, toplumsal yapı veya normların ürettiği bir mekânsal kısıtlılık ya da *psikososyal* baskının varlığını da afişe etmektedir. Kadınların dinlenmek, sosyalleşmek ve ruhsal anlamda daha iyi hissetmek adına kültür merkezlerindeki çeşitli etkinliklere katılım sağlamaları ve elde ettikleri bu kazanımlar üzerinden yaşamın farklı alanlarıyla hemhal olmaları, aslında iktidarın inşa ettiği ve yönlendirdiği bir yaşam pratiğinden başka bir şey değildir. Böylelikle iktidarlar, kültür merkezleri vasıtasıyla, kadın katılımcılar örneğinde olduğu gibi, toplumsal yaşama dair pratikleri belirli mekânsal örüntülerle hem üretip denetim altında tutmakta, hem de siyasal tasavvuruna göre ürettiği ideolojik aygıtlar olarak *'aile'* ve *'kültür'* kavramları üzerinden bir *'hizmet'* manzarası sunmaktadır. Dolayısıyla, kadın katılımcılar için kültür merkezleri, *sosyoekonomik* ve *psikososyal* açıdan birer fırsat mekânları olarak görülmekle birlikte, esasen katılımcıların, iktidarlar tarafından yürütülen çeşitli ideolojik uygulamalara katılması ve uyumlu bir eylem üretme pratiğidir. Diğer bir ifadeyle kültür merkezleri esasen iktidarın kendi [eril] territoryasını yeniden ürettiği birer temsil mekânlarıdır. Böylelikle kadınların yaşadıkları çeşitli sorunlarla baş edebilmek için kültür merkezlerinden yararlanması da esasen kadınlar tarafından üretilen bir mekanizma değil, tam aksine eril iktidarların ürettiği durumu “idare etme ve geçiştirme pratiğidir”.

Farklı yaş grupları bağlamında değerlendirildiğinde ise kültür merkezlerini üniversite ve meslek sınavlarına hazırlanan gençlerin *ders çalışma mekânı* olarak kullandığı anlaşılmaktadır. Bu gençler kültür merkezlerinde *kütüphane* bulunmasını

ve ayrıca *ders çalışma alanlarının* daha konforlu hale getirilmesini talep etmektedir. Orta yaşlılar ise *kendini gerçekleştirme, meslek edinme ve sosyalleşme* mekânları olarak kültür merkezlerini tercih etmektedir. Daha yaşlı katılımcıların ve emeklilerin ise *boş vakitlerini değerlendirme, yeni insanlarla tanışma ve sosyokültürel etkinliklere katılmak* amacıyla kültür merkezlerini ziyaret ettikleri belirlenmiştir. Benzer şekilde ileri yaş gruplarında ise, özellikle *Sanatsal* ve *Sosyoekonomik* kategorilerle ilgili faaliyetlerin katılımcılar tarafından tercih edildiği görülmektedir. Burada sanatsal faaliyetler kategorisinin özellikle dinlenmeye yönelik çeşitli meşguliyetlerin yanı sıra, yaşamlarını idame ettirecek bir mesleki deneyim pratiğinin kazanılması (resim, müzik, dans, tiyatro, ahşap, takı, cam, seramik, çini, ebru, tezhip, hat sanatı vs.) olarak da anlaşılması gerekir (Bkz. EK). Bu bağlamda, mesleki deneyimlerin kazanılmasına yönelik pratikler de dâhil olmak üzere, kültür merkezlerinde yürütülen tüm faaliyetlerde iktidarın bir ideolojik tasarımı vardır ve her yaş grubu için de farklı şekilde tasarlanmıştır. Dolayısıyla her yaş grubundan katılımcıların yararlandıkları kültür merkezlerindeki etkinlikler, katılımcılar için birer dinlenme ya da beceri kazanma mekânları şeklinde algılansa da, aslında siyasal iktidarların yürüttükleri ideolojik tasarımlardır ve iktidarlar için de bir yeniden üretim pratiğidir.

Eğitim düzeyi değişkeninde de çeşitli veriler elde edilmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça kültür merkezlerine yönelik beklenti ve pratikleri daha çok *sosyokültürel ve sanatsal* faaliyetlere yoğunlaştığı, buna karşın eğitim düzeyinin azalmasıyla birlikte katılımcıların bu merkezlerde yürütülen daha çok *Ekonomik, Eğitim-bilgilenme ve Psikososyal* içerikli destek faaliyetlerine yöneldikleri ve bu tür uygulamalarla kültür merkezlerinden yararlandıkları görülmektedir. Bu bağlamda eğitim düzeyi değişkeni aynı zamanda önemli yaşamsal kriter olduğu kadar, siyasal ideolojiler için de güçlü bir aygıt işlevi görmektedir. Kültür merkezlerinden yararlanan katılımcıların konuya ilişkin görüşleri ve yürütülen etkinliklerin içeriği de bu düşüncüyü teyit etmektedir. Örneğin *Sosyokültürel, Sanatsal gelişim ve Bireysel gelişim* kategorilerinde, eğitim düzeyi değişkeniyle paralellik gösteren bir artış dikkat çekmektedir. Buna karşın *Psikososyal* ve *Sosyoekonomik* kategorilerde ise, eğitim düzeyi ile ters orantılı bir bağıntı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle eğitim düzeyi arttıkça katılımcıların kültür merkezlerine yönelik ilgi duydukları başlıca tematik alanlar; *Sosyokültürel, Sanatsal ve Bireysel* gelişim dikkat çekmektedir. Tam tersine, *Psikososyal* ve *Sosyoekonomik* içerikli alanlara yönelik ilgileri ise azalmaktadır. Bu alanlara yönelik tasarım ve pratikler iktidarların birer üretimidir.

Katılımcıların sahip oldukları *meslek* türleri ile kültür merkezlerinden yararlanma pratikleri de istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar vermektedir. Buna göre, ev hanımları daha çok *Sosyoekonomik* ve *Psikososyal* taleplerle, diğer meslek alt gruplarının ise genellikle *Sanatsal* faaliyetler için kültür merkezlerine yöneldikleri görülmektedir. Ev hanımı/kadın katılımcıların toplumsal sorumluluk ve dezavantajlılık durumları bu boyutta da dikkat çekmektedir. Meslek türlerine göre katılımcıların kültür merkezlerine yönelimini belirleyen temel unsurlardan biri de ekonomik durumdur. Belirli bir ekonomik gelire sahip olan katılımcılar, sanatsal faaliyetler ile ilgili kurslara katılarak kendini geliştirirken, maddi olanakları gelişkin olmayan katılımcıların önceliği ise genellikle belirli bir istihdama katılabilmek adına beceri ve mesleki deneyimi kazanmak için gerekli olan sertifika programlarından yararlanmaktadırlar. Bu değişkende de katılımcıların kazandıkları teknik ya da bilişsel becerilerde de bireyden ziyade iktidarın organize ettiği bir kültürel tasarım olduğu için, en nihayetinde kazananı da iktidarlar olduğu muhakkaktır. İktidara rağmen bu merkezlerde farklı içeriğe sahip bir etkinlik ya da sertifika programı çoğunlukla gerçekleştirilememektedir.

Sonuç olarak kültür merkezleri, bireysel veya toplumsal ölçekte katılımcıların farklı ihtiyaçlarının karşılanmasına hizmet ettiği gibi, siyasal ideolojilerin tasarladığı ve yürüttüğü faaliyetlerle toplumsal dönüşüme ve dolayısıyla siyasal ideolojinin territoryasına da alan açmakta ve bu bağlamda, belirli bir dünya görüşünün veya yaşam biçiminin yaygınlaşmasına da katkı sağlar. Dolayısıyla kültür merkezlerinin faaliyetlerinden yararlanan katılımcıların edindikleri bilgi ve beceriler, sadece kendi kişisel gelişim ve kazanımları için değil, aynı zamanda siyasal yapı tarafından yürütülen tüm etkinlikler aracılığıyla, yapının güçlenmesi ve etki alanının genişlemesi anlamına da gelmektedir. Diğer bir ifadeyle herhangi bir faaliyet ya da edinimle ilgili olarak, katılımcıların kültür merkezinden yararlanması, aynı zamanda iktidarın belirlenen politikalarına uygun bilişsel, duyuşsal ve kinetiksel yaşam pratiklerinin de yaygınlaşması ve dolayısıyla iktidar territoryasının genişlemesi/yaygınlaşması anlamına gelmektedir. Böylelikle kültür merkezleri, sadece vatandaşlara yönelik çeşitli kültürel hizmetlerin verildiği bir mekândan ziyade, siyasal iktidarlar için belirli bir ideolojinin hayata geçirildiği temsili mekânlar ve siyasal ideolojinin üretildiği birer aparat olarak işlev görmektedirler.

KAYNAKÇA

- Alaeddinoğlu, Faruk ve Ramazan Okudum. 'Boş Zaman Etkinlikleri ve Tüketim Mekânları'. *Sosyal Coğrafya*. Ed. Nurettin Özgen. Ankara: Pegem Akademi, 2018. 323-348.
- Alptekin, M. Yavuz. "Zarfa ve Mazrufa Dair: Mekân ve İnsan." *Şehir ve Toplum* 5.1 (2016): 37-56.
- Althusser, Louis. *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. Çev. Alp Tümertekin. İstanbul: İthaki, 2014.
- Arayıcı, Osman. *Mekân ve Tasarım Üzerine Tanımlar*. İzmir: Ege Basım, 2015.
- Bauman, Zygmunt. *Kimlik*. Çev. Mesut Hazır. Ankara: Heretik, 2017.
- Best, Steven ve Douglas Kellner. *Postmodern Teori*. Çev. Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı, 1998.
- Cevizci, Ahmet. *Paradigma Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma, 1999.
- Demir, Ömer ve Mustafa Acar. *Sosyal Bilimler Sözlüğü*. İstanbul: Ağaç, 1992.
- Demir, Gökhan ve A. Yalçın Göymen. "Antonio Gramsci'nin Organik Bütünlük Anlayışı Çerçevesinde Devrimi Yeniden Düşünmek." *Praxis* 27 (2011): 85-106. Web. 10 Eylül 2020.
- Eagleton, Terry. *İdeoloji*. Çev. Muttalip Özcan. İstanbul: Ayrıntı, 2015.
- Edgü, Erincik. "Evin Direği, Sokağın Bekçisi". *Kadın ve Mekân-Tutsaklık mı? Sultanlık mı?*. Ed. Ayşen Akpınar, Gönül Bakay ve Handan Dedehayır, İstanbul: Turkuvaz Kitap ve Yayıncılık, 2010. 72-79.
- Ertürk, Mustafa. *Mekânın Diyalojisi: Kent-Mekânı-Kent Öznesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, 2013. Web. 10 Aralık 2020.
- Foucault, Michel. *Toplumunu Savunmak Gerekir*. Çev. Şehsuvar Aktaş. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2011.
- Ghulyan, Husik. "Lefebvre'nin Mekân Kuramının Yapısal ve Kavramsal Çerçevesine Dair Bir Okuma." *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi* 26.3 (2017):1-29. Web. 19 Kasım 2020.
- Gustafson, Per. "Roots and routes exploring the relationship between place attachment and mobility." *Environment and Behavior* 33.5 (2001): 667-686. Web. 23 Ekim 2020.

- Gutek, L. Gerald. *Eğitime Felsefi ve İdeolojik Yaklaşımlar*. Ankara: Ütopya, 2001.
- Gülbetekin, Murat. *Mekânın Hafızası: Yer Adları*. Ankara: Hitabevi, 2017
- Güleç Solak, Sevcen. “Mekân-kimlik etkileşimi: kavramsal ve kuramsal bir bakış.” *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi* 6.1 (2017):13-37. Web. 11 Ağustos 2020.
- Günay Aktaş, Semra ve Önder Yayla. “Mekân ve Yaşamsal Örüntüleri.” *Sosyal Coğrafya*. Ed. Nurettin Özgen. Ankara: Pegem Akademi, 2018. 227-250.
- Hubbard, Philip ve Rob Kitchin. *Mekân ve Yer Üzerine Büyük Düşünürler*. İstanbul: Litera, 2018.
- İnceoğlu, Metin. *Tutum, Algı ve İletişim*. İstanbul: Beykent Üniversitesi, 2010.
- Köşker, Nilüfer. “Mekân ve Yer.” *Sosyal Coğrafya*. Ed. Nurettin Özgen. Ankara: Pegem Akademi, 2018. 77-108.
- Lapierre, Jean-William. “İdeoloji Nedir?.” *İlimler ve İdeolojiler*. Ed. Jean Onimus. Çev. Fahrettin Arslan. Ankara: Umran, 1981.
- Lefebvre, Henri. *Mekânın Üretimi*. İstanbul: Sel Yayıncılık, 2016.
- Logan, R. John. “Making a place for space: spatial thinking in social science.” *Annual Review of Sociology* 38 (2012): 507-524. Web. 9 Mayıs 2020.
- Manzo, Lynne C. “Beyond House And Haven: Toward a Revisioning of Emotional Relationships With Places.” *Journal of Environmental Psychology* 23.1 (2003): 47-61. Web. 17 Haziran 2020.
- Marx, Karl ve Friedrich Engels. *Alman İdeolojisi*. Çev. Emir Aktan. Ankara: Alter Yayıncılık, 2011.
- “Mekân.” *Güncel Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu, 2011. Web. 18 Ağustos 2020.
- Özgen, Nurettin. “Davranışsal Coğrafyada Temel Kavramlar.” *Davranışsal Coğrafya*. Ed. Nurettin Özgen ve Seyit Coşkun. Ankara: Pegem Akademi, 2020. 1-51.
- . “Kimlik-Toplumsal Eşitsizlik ve Ayrımcılık.” *Sosyal Coğrafya*. Ed. Nurettin Özgen. Ankara: Pegem Akademi, 2018. 109-172.
- Özgen, Nurettin ve Volkan İdris Sarı. “Siyasal İdeolojiler Bağlamında Mekân İsimlendirmeleri: Ankara’daki Kültür Merkezleri Örneği.” *Ankara Araştırmaları Dergisi* 9.1 (2021).

- Özgen, Nurettin ve Volkan İdris Sarı. “Kentsel Mekânda Kültürel Kimliğin Yeniden Üretimi: Ankara’daki Kültür Merkezleri Örneği.” *Coğrafi Bilimler Dergisi* 19.1 (2021).
- Özgüç, Nazmiye ve Erol Tümertekin. *Coğrafya: Geçmiş, Kavramlar ve Coğrafyacılar*. İstanbul: Çantay Kitabevi, 2017.
- Rapoport, Amos. *Human Aspects of Urban Form*. New York: Pergamon, 1977.
- . *The Meaning of the Built Environment: A Nonverbal Communication Approach*. Tucson: The University of Arizona Pres, 1990.
- Russell, Bertrand. *İktidar*. Çev. Mete Ergin. İzmir: Cem, 2014.
- Soja, W. Edward. *Postmodern Coğrafyalar: Eleştirel Toplumsal Teoride Mekânın Yeniden İleri Sürülmesi*. İstanbul: Sel, 2017.
- Taşçı, Hasan. *Bir Hayat Tarzı Olarak Şehir, Mekân, Meydan*. İstanbul: Kaknüs, 2014.
- Tekeli, İlhan. “Sunuş.” *Cumhuriyetin Ankarası Özcan Altaban’a Armağan*. Ed. Tansı Şenyapılı, Ankara: ODTÜ, 2006. xiii-xviii.
- . “Modernizm, Modernite ve Türkiye’nin Kent Planlama Tarihi.” Ankara: Tarih Vakfı Yurt, 2009.
- Yakar, Mustafa. “Yaşlanma ve Yaşlılığa Coğrafi Bir Yaklaşım.” *Sosyal Coğrafya*. Ed. Nurettin Özgen. Ankara: Pegem Akademi, 2018. 349-382.

EK: Frekans Analizi Sonuçları

Kategori	Alt kategori	T	Cinsiyet			Yaş				Eğitim				Meslek						İlçe						Statü							
			F	K	<18	19-30	31-40	41-50	>50	İÖ	OO	İ	ÖL	İ	Yİ	Em.	Ev H.	İşs.	Mem.	Öğr.	Öğr.	Öz.S.	San.	Alt.	Çan.	Eti.	K.ören	Mam.	Pur.	Y. Mah.	MD	Ön.	
		n	67	13	54	4	22	16	10	15	10	6	20	7	20	4	8	22	2	9	11	8	4	3	10	11	9	12	12	5	8		
Aile gelişimi (f)	Aile	18	5	13	0	4	8	4	2	1	3	4	5	4	1	0	5	1	4	2	1	2	3	7	0	5	1	4	1	0	4	14	
	Çocuk	51	8	43	0	15	16	13	7	8	8	16	11	7	1	6	24	1	8	4	4	1	3	19	0	9	5	10	5	3	13	38	
	Genç	13	5	8	0	1	0	6	6	3	1	4	3	2	0	5	3	1	3	0	1	0	0	4	1	4	0	1	2	1	2	11	
Bireysel gelişim (f)	Bilişsel gelişim	48	12	36	1	12	10	12	13	5	6	15	5	14	3	11	14	1	8	4	6	2	2	9	6	4	11	13	1	4	33	15	
	Disiplinli yaşam	9	1	8	3	3	0	1	2	1	0	5	0	2	1	2	1	0	0	4	1	1	0	2	1	0	4	1	0	1	9	0	
	Konfor	17	1	16	0	7	7	1	2	1	0	5	2	9	0	0	5	0	1	4	4	0	3	2	0	1	1	7	1	5	13	4	
	Yenilik/yaratıcılık	5	2	3	0	3	0	0	2	0	0	0	1	2	2	2	1	0	0	0	2	0	0	4	0	0	1	0	0	5	0	0	
Eğitim-Bilgilendirme (f)	Eğitim etkinliği	39	10	29	1	14	11	8	5	2	3	18	4	8	4	3	10	0	11	8	2	4	1	8	4	5	8	6	3	5	11	28	
	Öğrenme	39	4	35	8	11	7	6	7	9	3	15	3	9	0	2	15	3	2	13	1	2	1	7	6	7	10	2	5	2	31	8	
	Okuma-yazma becerisi	12	1	11	1	4	4	0	3	4	1	3	1	3	0	1	5	0	0	3	2	1	0	2	2	2	0	3	3	0	6	6	
Psiko-Sosyal Gelişim (f)	Arkadaşlık	40	3	37	1	5	21	7	6	9	1	16	7	7	0	1	22	0	3	3	6	2	3	7	0	7	12	5	4	5	38	2	
	Farkındalık	6	1	5	0	3	3	0	0	0	1	1	1	3	0	0	1	0	1	2	0	1	1	1	0	1	0	2	1	1	6	0	
	İletişim	12	1	11	0	2	3	3	4	2	1	4	0	2	3	0	3	0	3	1	4	1	0	6	0	0	2	0	2	2	9	3	
	İyi olma hali	43	4	39	1	13	6	12	11	11	8	13	3	8	0	7	21	2	3	2	4	3	1	10	4	9	4	9	4	3	33	10	
	Sosyal gelişim	11	0	11	0	7	2	0	2	1	1	3	3	3	0	1	4	0	0	4	2	0	0	0	1	4	1	4	1	0	11	0	
Sağlık yaşamı (f)	Sağlık ve Beslenme	27	3	24	1	6	4	9	7	8	5	7	1	4	2	4	13	0	2	3	3	1	1	13	1	2	5	4	1	1	2	25	
	Spor	29	4	25	0	9	9	7	4	4	4	10	1	9	1	2	14	1	2	5	2	3	0	6	2	5	8	5	2	1	16	13	
Sanatsal Gelişim (f)	El sanatları	4	1	3	0	1	2	0	1	0	2	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	3	0	0	0	1	0	0	2	2	
	İslami sanatlar	14	0	14	0	4	4	1	5	4	1	2	0	7	0	0	7	3	0	0	4	0	0	3	0	7	4	0	0	0	3	11	
	Müzik ve Dans	61	19	42	5	25	13	9	9	4	3	16	7	23	8	8	8	2	13	13	5	6	6	1	13	11	9	12	4	11	26	35	
	Resim, Heykel, Fotoğraf	24	3	21	0	7	5	1	11	0	3	6	0	13	2	8	4	0	2	4	6	0	0	1	13	4	3	1	1	1	13	11	
	Sahne sanatları	82	19	63	2	34	26	5	15	3	11	23	7	33	5	9	11	4	13	15	14	6	10	12	13	12	5	18	4	18	34	48	
	Sanatsal aktiviteler	34	10	24	0	21	3	2	8	0	1	6	2	17	8	7	1	0	3	6	5	9	3	0	21	1	0	8	1	3	17	17	
	Seramik ve Cam	11	0	11	0	1	2	1	7	1	2	1	0	7	0	4	4	0	0	1	2	0	0	0	4	3	2	2	0	0	5	6	
Sosyo-Ekonomik Gelişim (f)	Dil	31	4	27	0	17	10	3	1	3	1	10	6	8	3	0	15	3	3	6	2	1	1	1	1	10	4	8	5	2	14	17	
	Ekonomik kazanım	13	1	12	0	2	2	3	6	7	2	3	1	0	0	2	10	0	0	0	1	0	5	0	1	2	4	1	0	10	3		
	İstihdam	29	4	25	0	12	10	3	4	6	6	9	2	5	1	1	14	0	1	8	2	3	0	3	0	4	5	12	5	0	11	18	
	Meslek edinme	66	2	64	0	19	16	17	14	20	10	19	9	7	1	3	49	0	3	5	4	1	1	21	2	7	13	18	4	1	48	18	
Sosyo-Kültürel Gelişim (f)	Çokkültürlülük	19	9	10	0	5	7	0	7	1	5	4	1	5	3	5	3	1	3	0	3	0	4	0	1	2	1	12	2	1	18	1	
	Kültürel faaliyetler	36	14	22	0	19	3	4	10	1	2	3	3	19	8	8	3	2	4	5	6	8	0	2	17	5	1	5	1	5	26	10	
	Kültürel gelişim	59	13	46	7	18	12	6	16	2	5	23	5	22	2	10	10	2	4	16	11	5	1	4	10	11	14	10	3	7	23	36	
	Sosyal etkinlik	46	6	40	1	20	9	4	12	6	4	14	4	17	1	6	11	0	5	11	8	1	4	7	5	6	3	13	3	9	25	21	
Sosyo-Politik (f)	Aidiyet ve kimlik	8	5	3	0	1	1	5	1	0	0	2	5	1	0	1	0	0	5	0	1	0	1	0	1	0	6	0	1	0	4	4	
	Dini konular	27	0	27	0	9	6	5	7	9	2	10	2	1	3	1	20	1	0	1	4	0	0	7	0	1	6	9	4	0	2	25	
	Kadın	10	0	10	0	3	3	3	1	3	0	6	0	1	0	1	4	0	1	1	0	0	3	1	0	1	0	6	0	2	1	9	
	Politika	27	9	18	0	6	5	5	11	0	2	7	4	12	2	8	0	0	9	1	4	2	3	3	9	6	0	3	0	6	5	22	
	Tarih	26	7	19	3	11	3	2	7	1	0	7	5	9	4	5	3	0	4	4	6	3	1	2	7	7	3	4	0	3	4	22	
	Toplumsal Değerler	20	6	14	0	8	5	1	6	0	4	4	4	8	0	6	2	1	2	2	2	2	2	3	4	3	4	1	5	0	3	6	14
	Genel Toplam (f)	1066	197	869	35	362	258	169	242	140	112	314	118	312	70	140	341	29	126	161	133	75	61	183	152	174	148	229	74	106	539	527	

Summary

Physical space is not an empty space devoid of symbolic meanings. In urban areas, space is produced with many tangible and intangible factors. One of the determinants of this production process is ideology. Because the power interferes with the production processes of the space with various tools. Social belonging and identity building processes are actively used to produce or transform public spaces with policies that are compatible with the ideological structure. In this study, the activities in the cultural centers that are actively used in the construction process are discussed within the framework of Althusser's ideological apparatus of the state.

The aim of this study is to analyze the cultural centers, which open up space for the ideological reproduction of political powers, according to various variables. The perception of the visitors was analyzed on activities carried out by the municipal administrations in the cultural centers of the central district municipalities of Ankara which represents different political approaches. In addition, the correlation between features of cultural centers and political ideologies have been analyzed.

Althusser says that in addition to the official (repressive) state apparatus such as government, administration, army, police, court, prison, there are also ideological apparatuses of the state (family, religious, educational, legal, political, communicational and cultural) that prevail in the private sphere. Through these devices the dominant ideology tends to reproduce itself. In addition, how local governments feed the reproduction of their own political ideologies through cultural centers has been investigated.

In this framework, answers to three interrelated main questions were sought in this study. First, what is the functionality of cultural centers as an ideological space? Second, what kind of cognitive and emotional orientations do the activities carried out in these centers open up space for the participants? Third, the relationship between the perceptions and attitudes of the participants regarding the activities carried out in cultural centers and the variables of gender, age, education level, occupation and whether this relationship is statistically significant was analyzed.

The mixed method was used in this research. First of all, the names, locations and characteristics of the cultural centers within the scope of the study were determined by using administrative records and map information. In the second stage, the structured interview technique was applied to obtain subjective evaluations

of the visitors benefiting from the cultural centers. Besides, on-site observations were made during the visits to the cultural centers and supplementary materials were collected. In the third stage, Chi-square analysis technique was used to analyze the qualitative data in depth and to evaluate the results obtained, and thus qualitative data were evaluated and interpreted with quantitative analysis techniques. Besides, the statistical significance of the results was tested in terms of gender, age, profession, education level and current status/ suggestion categories.

Nine metropolitan districts in the city of Ankara were determined as study areas. The research population of the study included 68 cultural centers located in these districts and managed by the district municipalities that can be associated with a particular political party. Interviews were held with participants of two cultural centers from each central district as sample selection. However, since the necessary permissions could not be obtained from the Sincan and Gölbaşı district municipalities, the research was conducted on the 12 active cultural centers affiliated to the remaining seven metropolitan district municipalities. In the second stage, a total of 12 cultural centers, one from Yenimahalle and Pursaklar districts and two from Altındağ, Çankaya, Etimesgut, Mamak, Keçiören districts were selected.

Nine main categories have been defined based on findings of the study. The participants have a lower rate of interest and needs under *family development, personal improvement, education and information, and healthy life*. On the other hand, it is seen that more concepts are used in the categories of *artistic development, socio-political development, socio-cultural development, socio-economic development and psycho-social development*, in other words, the vital interests and needs of the participants including these categories are higher.

Cultural centers are ideologically based places where culture is reproduced and a dependent consciousness is built in terms of local political powers. For the participants, cultural centers are multi-purpose spaces where different demands and needs are met in order to achieve the goals determined for their daily life. Since the activities carried out in these centers are designed and implemented by the political powers, these areas actually function as ideological apparatus of political representation.

As a result, cultural centers not only serve to meet the different needs of the participants on an individual or social scale, but also open up space for social transformation and therefore the territory of the political ideology with the activities designed and carried out by political ideologies, and in this context also contribute to

the spread of a particular worldview or way of life. Therefore, the knowledge and skills acquired by the participants who benefit from the activities of the cultural centers, not only for their personal development and achievements, but also mean the strengthening of the structure and the expansion of its sphere of influence through all the activities carried out by the political structure. In other words, benefiting from the cultural center for any activity or acquisition means that the cognitive, affective and kinetic life practices in accordance with the determined policies of the power become widespread and thus the territory of power becomes widespread. In this way, cultural centers function not only as a place where various cultural services are provided for citizens, but as representative spaces where a certain ideology is realized for political powers and an apparatus where the political ideology is produced. As a result, cultural centers not only serve to meet the different needs of the participants on an individual or social scale, but also host social transformation with the activities designed and carried out by political ideologies. For this reason, these centers also open up space for the territory of political ideology and, in this context, contribute to the spread of a particular worldview or way of life.

In other words, benefiting from the cultural center in relation to any activity or acquisition means that the cognitive, affective and kinetic life practices in accordance with the determined policies of the power also become widespread. In this way, cultural centers function not only as a place where various cultural services are provided for citizens, but as representative spaces where a certain ideology is realized for political powers and an apparatus where the political ideology is produced.