

Türkiye'de GENÇ



Olmak

2017-2024 SIA INSIGHT TÜRKİYE GENÇLİK ARAŞTIRMASI
Sivil Toplum Kuruluşları ve Şirketlerin Gençlik Projeleri

FATOŞ KARAHASAN

CEO plus

Dr. Fatoş Karahasan, on dört yıl, uluslararası reklam şirketlerinde tepe yöneticilik yaptıktan sonra, kariyerine yönetim danışmanı olarak devam etmeye karar vererek, danışmanlık alanında yerli ve yabancı kuruluşların iletişim ajans konkurları, ürün lansmanları, ürün stratejileri ve araştırma projelerinde yer almaktadır.

“Reklamcılık” ve “Siyasi Pazarlama” konularında iki kitabı Fransızcadan dilimize kazandırmıştır. Bunun yanı sıra *Vasat Reklamdan Nasıl Kurtulunur?*, *Taşlar Yerinden Oynarken: Dijital Pazarlamanın Kuralları*, *Akla ve Kalbe Giden İletişim Yolları*, *Açılın Gençler Geliyor, Gençlerde Finansal Okuryazarlık*, *Kadın Kadının Kurdudur mu? Kim Demiş!*, *Kırılma Noktası: Pazarlamanın Yeni Eko-Sistemi, Dalgaları Aşmak: Yeni Dünya Düzeni İçin Bakış Açıları ve Çözüm Önerileri* kitaplarının yazarıdır.

Uzun yıllar *Milliyet* ve *Dünya* gazetelerinde, *Tempo* ve *Capital* dergilerinde yazıları yayımlanan Karahasan, düzenli olarak *Ekonomim.com*'da köşe yazarlığı yaparak, gündemi izleyen makaleler kaleme almaktadır.

Pazarlama, inovasyon, iletişim ve yönetim konularında konuşmalar ve eğitimler düzenleyen Karahasan, aynı zamanda önemli konferanslarda moderatörlük ve konferans başkanlığı yapmaktadır.

Galatasaray ve Bilgi Üniversitelerinde pazarlama, dijital pazarlama, iletişim ve yaratıcılık dersleri (on sekiz yıl) vermiştir.

INSEAD'ın “Blue Ocean Strategy Practitioner” sertifikasına sahibi olan Karahasan “Mavi Okyanus Stratejisi” konusunda eğitim ve danışmanlık hizmeti sunmaktadır.

İngilizce, Fransızca, İtalyanca ve Almanca bilen Karahasan, aynı zamanda Habitat Danışma Kurulu üyesidir.

DOĞAN YAYINLARI TARAFINDAN YAYIMLANAN DİĞER KİTAPLARI

Taşlar Yerinden Oynarken
Akla ve Kalbe Giden İletişim Yolları
Açılın Gençler Geliyor
Kırılma Noktası
Yeni Dalgaları Aşmak

TÜRKİYE'DE GENÇ OLMAK

2017-2024 Sia Insight Türkiye Gençlik Araştırması

Yazan: Fatoş Karahasan

Editör: Özgür Batur

Yayın hakları: © 2024 Doğan Yayınları Yayıncılık ve Yapımcılık Ticaret A.Ş.

Bu eserin bütün hakları saklıdır. Yayınevinden yazılı izin alınmadan kısmen veya tamamen alıntı yapılamaz, hiçbir şekilde kopya edilemez, çoğaltılamaz ve yayımlanamaz.

1. baskı / Aralık 2024 / ISBN 978-625-6162-77-8

Sertifika no: 44919

Kapak tasarımı: Concept Ajans Kreatif Direktörü Mustafa Özmal

Sayfa uygulama: Taylan Polat

Baskı: Yıkılmazlar Basın Yayın Prom. ve Kağıt San. Tic. Ltd. Şti.

15 Temmuz Mah. Gülbahar Cad. No: 62/B Güneşli - Bağcılar - İSTANBUL

Tel: (212) 515 49 47

Sertifika no: 45464

Doğan Yayınları Yayıncılık ve Yapımcılık Ticaret A.Ş.

19 Mayıs Cad. Golden Plaza No. 3, Kat 10, 34360 Şişli - İSTANBUL

Tel. (212) 373 77 00 / Faks (212) 355 83 16

www.dogankitap.com.tr / editor@dogankitap.com.tr / satis@dogankitap.com.tr

Türkiye’de Genç Olmak

2017-2024 Sia Insight Türkiye Gençlik Araştırması

Fatoş Karahasan

DOĞAN KİTAP
ÖRNEKTİR

CEO
smid

Bana okuma yazmayı öğreten anneme
Ve ilk kütüphanemi alarak kitapları sevdiren babama...

İçindekiler

Teşekkür	11
Önsöz.....	13
Giriş	17
1. Bölüm.....	23
1 / 2024 Gençlik Araştırması	25
2 / Genel Bir Kabulleniş ve Uyum Sağlama Eğilimi	95
İçgörüler	107
2. Bölüm.....	123
Sivil Toplum Kuruluşları ve Gençler.....	125
3. Bölüm.....	209
Gençlik Projeleri.....	211
Sonsöz	335

Teşekkür

Bu, Doğan Yayınları bünyesinde çıkan altıncı kitabım. 2017 yılında yayımlanan *Taşlar Yerinden Oynarken: Dijital Pazarlamanın Kuralları* adlı kitabımdan bu yana tüm projelerimde bana destek veren Doğan Yayınları yönetimine öncelikle teşekkür etmek isterim.

2017 ve 2024 yıllarında gerçekleştirilen, Türkiye'nin en kapsamlı iki gençlik araştırmasının sağlıklı bir şekilde yapılmasını sağlayan Sia Insight, ekibine minnettarım. Özellikle de Genel Müdür ve Kurucu Ortağı Hüseyin Tapıncı'ya, Kantitatif Araştırma Ekip Yöneticisi Deniz Odabaşı Kurtaran'a, Proje Yöneticisi Meriç Baysal'a ve Operasyon Direktörü Hasan Tolun'a...Gençlerle ilgili tüm projelerimde desteğini esirgemeyen Marjinal Porter Novelli Başkanı Asuman Bayrak'a ve kitapta yer alan dernekler ve vakıflarla ilgili bilginin derlenmesinde büyük emeği olan Marjinal Sosyal Genel Müdürü Aynur Kolbay'a...Araştırmanın hayata geçmesini mümkün kılan; Nippon Paint Betek Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı ve NIPSEA Grup Stratejik Pazarlama Yetenekleri Lideri sevgili Arzu Uludağ'a...

Ve projelere destek veren pazarlama ekibinden Ezgi Şandırılı (Pazar Geliştirme Müdürü), Günnur Bayram Korkmaz (Müşteri Deneyimi Yönetimi Müdürü), Erdem Kaya (Saha ve Usta İlişkileri ve Eğitim Müdürü), Figen Tokyay (Müşteri Deneyimi Yöneticisi), Terken Gürel (Pazar Araştırma Uzmanı), Hanifi Şeker (Usta İlişkileri ve Uygulama Uzmanı), Mehmet Öztürk (Usta Eğitim Sorumlusu), Deniz Takıcı (Dijital Müşteri Deneyimi Yöneticisi), Esra Yurtoğulları'na (Filli Boya Marka Uzmanı) içten teşekkür ederim.

Doğan Yayınları Genel Müdürü Gülgün Çarkođlu'na, Doğan Kitap Yayın Direktörü Cem Erciyes'e,

Doğan Yayınları Kurumsal İletişim Koordinatörü Tuba Seven'e, Doğan Yayınları İş Geliştirme ve Dijital Yayınlar Koordinatörü İrem Akkaya'ya, editörlerim Sema Çubukçu ve Özgür Batur ve kitabın sayfa tasarımını gerçekleştiren Taylan Polat'a...

Kapak tasarımı için Concept Ajans Başkanı Volkan İkiler ve Concept Kreatif Direktörü Mustafa Özmal'a çok teşekkür ederim.

Ayrıca titiz kontrolü ve yorumları için sevgili kardeşim Prof. Dr. Ayşegül Karahasan'a sonsuz minnettarım.

Son olarak, gençlere yatırım yapan ve kaynak ayıran tüm kuruluşlara, derneklere ve vakıflara bir vatandaş olarak gönülden teşekkürlerimi sunuyorum.

DOĞAN KİTAP
ÖRNEKTİR

Önsöz

Bu kitap, 2018 yılında yayımlanan *Açılım Gençler Geliyor* kitabının devamı niteliğinde bir çalışma. 2017 yılı sonlarında yaptığımız Türkiye Gençlik Araştırması'nın sonuçlarından yola çıkarak hazırlanan *Açılım Gençler Geliyor*'un verileri geçtiğimiz dönemde pek çok yazıya ve akademik teze kaynak oldu.

2017 sonunda Sia Insight tarafından yapılan Gençlik Araştırması, Türkiye'de 15 ilde, 2.000 gençle yüz yüze derinlikli yapılan görüşmelerin sonuçlarını ortaya koyuyordu. 15-24 yaş arasındaki 12.983.097 genci temsil eden bu örneklem aracılığıyla gençlerin nelere önem verdiğini, düşüncelerinin nasıl biçimlendiğini, anneler-babalarından hangi açılardan farklı olduklarını, beklentilerini ve önyargılarını anlamaya çalışmıştık.

Bu yıl da aynı yaklaşım, aynı örneklem büyüklüğü ve bire bir benzer coğrafyada ikinci araştırmamızı tamamladık. Saha tarihleri 16 Ocak-8 Mart 2024 olan ikinci dönemde 16 ilde 2.000 gençle yüz yüze anket gerçekleştirildi.¹

2023 yılı nüfus sayım verilerine göre, ülkemizde 15-24 yaş grubunda 12 milyon 872 bin 039 kişi yaşıyor. Bu sonuçlara göre, toplam nüfusumuzun %15,1'ini gençler oluşturuyor.

Belçika, Çekya, Yunanistan, Portekiz, Macaristan, Belarus, Avusturya, İsviçre, Sırbistan, Danimarka, Bulgaristan, Finlandiya, Norveç, İrlanda gibi 38 Avrupa ülkesinin nüfuslarının bu rakam-

1. Sia Insight Notu: "İstatistik kurallara göre örneklem seçildiği sürece 2.000 kişiyle tüm gençleri, hatta tüm ülkeyi temsil etmek mümkün. Minimum anlamlı örneklem 384 kişi, ama onun hata payı yüksektir. Biz burada 2.000 gençle görüşerek genç nüfusu hemen tüm demografik değişkenler bazında temsil ettik."

dan çok daha küçük olduğunu düşünürsek, genç nüfusumuzun önemini daha iyi anlamamız mümkün olacaktır.

İki araştırma sonuçları kıyaslandığında 2017-2024 yılları arasında yaşanan küresel sağlık krizi, savaşlar, işsizlik, ekonomik ve sosyal sorunların gençlerin kendilerini ve dünyayı algılama biçimlerinde kayda değer değişikliklere neden olduğu görülüyor.

Cevaplar incelendiğinde, Türkiye’de gençler genelinde öncelikle milliyetçilik ve muhafazakârlığın yükseldiği ortaya çıkıyor. Gençler siyasete ilgilerinin azaldığını, çeşitliliğe pek sıcak bakmadıklarını ve hayatlarını dijital dünya üzerinden yönettiklerini dile getiriyor. Öte yandan dijital mecra aracılığıyla gündemi yakından takip etmeyi de ihmal etmiyorlar.

2024 Türkiye Gençlik Araştırması, dış dünyadan uzaklaşan gençlerin ailelerine yakınlaşmaları sonucunda dünyaya daha dar bir açıdan ve içeriden bakmayı seçtiklerini açıkça ortaya koyuyor.

Gençlerin Talepleri

Gençler ideallerini tanımlarken öncelikle ailelerinden, partnerlerinden ve işyerlerindeki yöneticilerden kendilerine kulak vermelerini istiyor. Anlaşılmak ve takdir edilmek istediklerini dile getiriyorlar. Kamudan ve şirketlerden daha fazla destek talep ediyorlar.

Üç Bölümlük Bütünsel Bir Tablo

Türkiye’nin Gençlik Halleri kitabı gençlerin sesi olmayı hedefleyen bir çalışma.

İlk bölümde 2024 Gençlik Araştırması ışığında Türkiye’deki gençlerin durumu, değer yargıları, bugüne ve yarına bakışları ve başta aile ve evlilik olmak üzere, eğitim, iş hayatı, din ve medya gibi toplumsal kurumlarla kurdukları ilişkiler ele alınıyor.

Araştırmanın verileri ayrıntılı bir biçimde paylaşılıyor. Sonuçlar grafiklerle sunuluyor.

Elde edilen sonuçlar bir önceki çalışmayla kıyaslanarak, 2017 yılından itibaren değişen ekonomik ve sosyal yaşam koşullarının

gençler üzerinde yarattığı davranış ve tutum değişikliklerine dikkat çekiliyor.

İkinci bölümde, gençlik çalışmaları için rol modeller sunmak ve bir arşiv çalışması oluşturmak amacıyla, gençlere yönelik çalışmalar yapan sivil toplum kuruluşlarının projeleri yer alıyor.

Üçüncü bölümde ise gençlere umut vermek ve yetişkinlere ilham kaynağı olmak için özel sektör kuruluşlarının gençler için geliştirdiği sosyal sorumluluk projeleri anlatılıyor.

DOĞAN KİTAP
ÖRNEKTİR

2018 yılında yayımlanan *Açılın Gençler Geliyor: Y ve Z Nesilleri Nasıl Bir Dünya Kuracak?* kitabının devamı niteliğinde olan bu çalışma, 2024 yılı Sia Insight Türkiye Gençlik Araştırması'nın sonuçlarını temel alıyor.

Üç bölümden oluşan kitapta gençlerin toplumsal değerleri, bugüne ve geleceğe bakışları, başta aile ve evlilik olmak üzere, eğitim, iş hayatı, din ve medyayla ilişkileri analiz edilirken, 2017'den bu yana ekonomik ve sosyal koşulların gençler üzerindeki etkilerine de dikkat çekiliyor.

Kitapta ayrıca gençlik çalışmaları için rol modeller sunmak ve bir arşiv oluşturmak amacıyla, gençlere yönelik çalışmalar yapan sivil toplum kuruluşlarına da yer veriliyor. Bunun yanı sıra gençlere umut vermek ve yetişkinlere ilham kaynağı olmak için özel sektör kuruluşlarının gençler için geliştirdiği sosyal sorumluluk projeleri de paylaşılıyor.

Türkiye'de Genç Olmak, gençlerin dünyasını anlamayı ve onlar için daha iyi bir gelecek inşa etmeyi amaçlayan olağanüstü bir çalışma.

QR kodu okutunuz		Dijital fiyat etiketi	tavsiye edilen KDV'siz satış fiyatı
			₺ 320

Sertifika no: 44919	ISBN 978-625-6162-77-8		CEO plus
	9 786256 162778		