

ISSN: 2667-422X



SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

JOURNAL OF SOCIAL, HUMAN AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt	Volume	5
Sayı	Issue	10
Yıl	Year	2022

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2022, Cilt.5, Sayı.10

YAYIN KURULU

BAŞ EDITÖR

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi Gölbaşı Yerleşkesi, Ankara, Türkiye.
editor@sobibder.org
editor.sobibder@gmail.com
Telefon: +90 312 231 73 60/1847

DİL EDITÖRÜ

Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye. nevin.sert@hbv.edu.tr

EDİTÖRLER KURULU

Atatürk İlke ve Cumhuriyet Tarihi: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa EĞİLMEZ, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu, Türkiye. megilmez@kastamonu.edu.tr

Coğrafya: Doç. Dr. Mehmet Fatih DÖKER, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye. fdoker@sakarya.edu.tr

Çalışma Ekonomisi: Doç. Dr. Seda TEKELİ, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye. sakyalcin@anadolu.edu.tr

Çocuk Gelişimi: Prof. Dr. Arzu YÜKSELEN, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. ayukselen@medipol.edu.tr

Dilbilimi ve Edebiyat: Prof. Dr. İhsan KALENDER, Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye. kihsan@gazi.edu.tr

Ekonomi: Dr. Öğr. Üyesi Atilla AYDIN, İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. atilla.aydin@rumeli.edu.tr

Felsefe: Prof. Dr. Hatice Nur ERKİZAN, Muğla Sıktı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye. nerkizan@mu.edu.tr

İletişim Çalışmaları: Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. yusufyurdagul@hotmail.com

İşletme Yönetimi: Dr. Öğr. Üyesi Menekşe ÖZTOPRAK, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye. tarhan@baskent.edu.tr

Maliye: Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye. acelikka@ogu.edu.tr

Muhasebe: Prof. Dr. Seyhan ÇİL, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye. seyhan.cil@hbv.edu.tr

Pazarlama: Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington Üniversitesi, Washington, ABD. ctosun@gwu.edu

Psikoloji ve PDR: Prof. Dr. Sefa BULUT, İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. sefa.bulut@ihu.edu.tr

Siyasi Tarih: Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEN, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye. onursen@mersin.edu.tr

Sosyoloji: Doç. Dr. Suna TEKEL, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye. suna.tekel@inonu.edu.tr

Turizm ve Otel İşletmeciliği: Doç. Dr. Sedat YÜKSEL, Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Maskat, Umman sedatyuksel@gmail.com

Temel İslam Bilimleri: Doç. Dr. Harun ÇAĞLAYAN, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye. caglayanharun@gmail.com

Uluslararası İlişkiler: Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. snaktiyok@atauni.edu.tr

Yakın Çağ Tarihi: Prof. Dr. Ahmet GÜNDÜZ, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye. agunduz@gantep.edu.tr

Yönetim Bilişim Sistemleri: Doç. Dr. Ersin KARAMAN, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. ersinkaraman@atauni.edu.tr

Yönetim ve Strateji: Prof. Dr. Harun DEMİRKAYA, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli, Türkiye. harundemirkaya@kocaeli.edu.tr

HAKEM KURULU

Prof. Dr. Ahmet GÜNDÜZ, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye.

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Arzu KILIÇLAR, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Arzu YÜKSELEN, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

Prof. Dr. Cemalettin AKTEPE, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington Üniversitesi, Washington, ABD.

Prof. Dr. Evren GÜÇER, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, Central Florida Üniversitesi, Orlando, ABD.

Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Hatice Nur ERKİZAN, Muğla Sıktı Koçman Üni., Muğla, Türkiye.

Prof. Dr. İhsan KALENDER, Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.

Prof. Dr. Mehmet BAŞ, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Metehan TOLON, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Mithat ÜNER, Atılım Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Sefa BULUT, İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Prof. Dr. Seyhan ÇİL, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, Nevada Üniversitesi, Las Vegas, ABD.
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, Portsmouth Üniversitesi, Portsmouth, İngiltere.
Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, Türkiye.
Doç. Dr. Ali Turan BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop, Türkiye.
Doç. Dr. Ersin KARAMAN, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye.
Doç. Dr. Gül ERKOL BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop, Türkiye.
Doç. Dr. Harun ÇAĞLAYAN, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye.
Doç. Dr. Kadri Gökhan YILMAZ, AHBV Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Lütfi BUYRUK, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üni., Nevşehir, Türkiye.
Doç. Dr. Mehmet Fatih DÖKER, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.
Doç. Dr. Mustafa SOLMAZ, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.
Doç. Dr. Nuray TOSUNOĞLU, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Doç. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN, Osmangazi Üni., Eskişehir, Türkiye.
Doç. Dr. Seda TEKELİ, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.
Doç. Dr. Sedat YÜKSEL, Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Üni., Maskat, Umman
Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU, Ankara HBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye.
Doç. Dr. Suna TEKEL, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.
Doç. Dr. Yaşar KAYA, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Atilla AYDIN, İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Halit AKIN, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Menekşe ÖZTOPRAK, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa EĞİLMEZ, Kastamonu Üni., Kastamonu, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEN, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Seda ÖZDEMİR AKGÜL, Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Zeki YÜKSEKBİLGİLİ, Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

BU SAYIDA HAKEMLİK YAPANLAR

Prof. Dr. Ersin KARAMAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
Prof. Dr. Fatma AÇIK, Gazi Üniversitesi.
Prof. Dr. Hülya AŞKIN BALCI, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa.
Doç. Dr. Abdulkadir ATİK, Atatürk Üniversitesi.
Doç. Dr. Hakan KOÇ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
Doç. Dr. Hande Akyurt KURNAZ, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
Doç. Dr. Osman BAYRAKTAR, Ticaret Üniversitesi.
Doç. Dr. Sabri ÖZ, İstanbul Ticaret Üniversitesi.

Doç. Dr. Tolga Fahri ÇAKMAK, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Abdurrazak GÜLTEKİN, Bingöl Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ALKAYIŞ, Bingöl Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK, Kastamonu Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Duygu FINDIK COŞKUNÇAY, Atatürk Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Emine KAMBUR, İstanbul Aydın Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Hakkı ÇILGINOĞLU, Kastamonu Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Hazar VURAL JANE, İstanbul Aydın Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Muhsine SEKMEN, Ordu Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Nadire Gülçin YILDIZ, Medipol Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Serap ÖZDEMİR GÜZEL, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa.
Dr. Öğr. Üyesi Yağmur Özge UĞURELLİ, Yozgat Bozok Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Yunus ALTUNDAĞ, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
Dr. Mustafa SUNDU, İstinye Üniversitesi.

ODAK VE KAPSAM

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın odağında;
Sosyal Bilimler alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Sosyal Bilimler alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır.

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın kapsamında;
Arkeoloji, Atatürk İlke ve Cumhuriyet Tarihi, Avrupa Birliği, Bankacılık ve Sigortacılık, Batı Sanatı ve Çağdaş Sanat, Beşeri ve İktisadi Coğrafya, Bilgi ve Belge Yönetimi, Bölgesel Çalışmalar, Çağdaş Dünya Tarihi, Çocuk Gelişimi, Dilbilimi, Ekonometri, Erken Hristiyan ve Bizans Sanatları, Eskiçağ Tarihi, Felsefe, Finans, Fiziki Antropoloji ve Paleoantropoloji, Fiziki Coğrafya, Gazetecilik ve Medya Çalışmaları, Gelişim Psikolojisi, Genel Türk Tarihi, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler, İktisadi Düşünce, İktisat Tarihi, İletişim Çalışmaları, Kamu Yönetimi, Makro İktisat, Maliye, Mikro İktisat, Muhasebe, Nicel Karar Yöntemleri, Organizasyon, Ortaçağ Tarihi, Osmanlı Kurumları ve Medeniyeti, Öğrenme-Bilişsel-Biyo-Deneysel Psikoloji, Pazarlama, Reklamcılık, Sanat Tarihi, Sinema, Siyasi Düşünceler, Siyasal Hayat ve Kurumlar, Siyaset Bilimi, Siyasi Tarih, Sosyal Hizmet, Sosyal Politika, Sosyal Psikoloji, Sosyal ve Kültürel Antropoloji, Sosyoloji, Turizm, Türk İslam Sanatı, Uluslararası İktisat, Uluslararası İlişkiler, Uluslararası Ticaret, Uygulamalı Psikoloji, Üretim ve Operasyon Yönetimi, Yakınçağ Tarihi, Yeniçağ Tarihi, Yerel Yönetimler, Kent ve Çevre Politikaları, Yönetim Bilişim Sistemleri, Yönetim ve Strateji, Yükseköğretim Çalışmaları yer almaktadır.

YAYIN SIKLIĞI

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi elektronik ortamda yayın yapan hakemli bir dergidir. Aylık yayın yapan dergide yılda 12 sayı yayınlanmaktadır.

YAYIN DİLİ

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi Türkçe olarak yayın yapmaktadır. Ancak her bir makalede İngilizce başlık, abstract ve keywords bulunmalıdır.

INDEX

DRJI | Directory of Research Journals Indexing

RI-ROOTINDEXING

ReseachBib – Academic Resource Index

ROAD | ROAD, The Directory of Open Access Scholarly Resources

ISI | International Scientific Indexing

Eurasian Scientific Journal Index

ICI Index Copernicus International

General Impact Factor

CiteFactor

Asos Index

Scientific Indexing Services

EuroPub Database

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2022, Cilt.5, Sayı.10

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Araştırma Makalesi

Resim İş Öğretmen Adaylarının Kendini Gerçekleştirme Algıları

(The Perception of Self Actualization of Art Teacher Students)

Sefa BULUT

ss.1332-1344.

Araştırma Makalesi

TR 81 Bölgesinde Kültürel Miras ve Doğal Güzellikler Eşliğinde Tren Turizmi Rotası

(Train Tourism Route Accompanied by Cultural Heritage and Natural Beauties in TR 81 Region)

Nalan ALBUZ

ss.1345-1370.

Araştırma Makalesi

Covid-19 İyileşme Sürecinin Uluslararası Turizme Etkileri ve Orta Doğu Pazarına Yönelik Bir Alan Çalışması

(The Impacts of the Covid-19 Recovery on the International Tourism and a Field)

Cüneyt MENGÜ

ss.1371-1390.

Araştırma Makalesi

Sınıf Öğretmenlerinin Sınıf Yönetiminde Karşılaştıkları Disiplin Sorunları ve Bu Sorunların Çözümlerine İlişkin Görüşleri

(Classroom Teachers' Opinions on Disciplinary Problems Encountered in Classroom Management and Solutions to These Problems)

Ebubekir TALAYHAN, Cengiz ARI, Emin EZGİN, Mehmet Zaman AKIN, Ömer AFŞİN

ss.1391-1402.

Araştırma Makalesi

Sosyal Medyada Ünlülere Yönelik Nefret Söylemi: Twitter Üzerine Bir İnceleme

(Hate Speech to Famous in Social Media: A Review on Twitter)

Zeynep BİRİCİK

ss.1403-1420.

Araştırma Makalesi

Hizmet Hatası Düzeyi ve Uygulanan Online Telafi Türünün Telafi Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmeleri Üzerine bir Araştırma

(The Effect of Failure Severity and Online Recovery Type on Recovery Satisfaction: A Research on Hospitality Enterprises)

Engin TENGİLİMOĞLU, Yüksel ÖZTÜRK

ss.1421-1436.

Araştırma Makalesi

Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Bağdaşıklık Unsurlarını Kullanma Düzeyleri

(Levels of Pre-service Teachers' Use of Cohesion Elements in their Written Expressions)

Nuray KAYADİBİ

ss.1437-1450.

Araştırma Makalesi

İnsan Kaynakları Yönetiminde Eğitim ve Geliştirmenin İş Tatminine Etkisi

(The Effect of Training and Development in Human Resources Management on Job Satisfaction)

Hatice AKSAN, Hüseyin ARSLAN

ss.1451-1471.

Kavramsal Makale

Kadın Eğitimi ve İstihdamı Açısından Sosyal Belediyecilik Rolü

(In Terms of Women's Education and Employment the Role of Social Municipality)

Pınar BAKIR

ss.1472-1479.

Kavramsal Makale

Gastronomi Turizmi Perspektifinden Kaz Yetiştiriciliği

(Goose Breeding from Perspective of Gastronomy Tourism)

Demet GÜNER

ss.1480-1494.

Kavramsal Makale

Dijital Olgunluk Modellerinin Karşılaştırılması: Üretim Yapan KOBİ'lere Öneriler

(Comparison of Digital Maturity Models: Recommendations for Manufacturing SMEs)

Nurcan ALKIŞ BAYHAN

ss.1495-1506.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Resim İş Öğretmen Adaylarının Kendini Gerçekleştirme Algıları

Prof. Dr. Sefa BULUT, İbn Haldun Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi, İstanbul, e-posta: sefabulut22@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2622-4390>

Öz

Kendini gerçekleştirme kavramı gerek psikoloji literatüründe ve gerekse gündelik dilde çok kullanılan kavramlardan biridir. Bu kavramı ortaya atan hümanistlik psikologlardır. Onlara göre bireylere yetenek ve üretkenliklerini ortaya çıkarabilecek imkan ve ortamlar sağlanırsa her birey kendi içindeki potansiyeli ortaya çıkarma ve üretken olma eğitimindedir. Maslow kendini gerçekleştiren insanın on bir özelliğini belirlemiştir. Bu çalışmada da bu on bir özellik temel alınarak, resim-iş öğretmenliğinde eğitim gören 19 öğrenciye kendilerini gerçekleştirme hedefleri sorulmuş ve bunları yazmaları istenmiştir. Cevaplar içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş ve 18 ana tema, 2 alt tema ve 2 dominant tema belirlenmiştir. Öğrencilerin çalışmaya büyük bir gönüllülükle katıldıkları ve içerik açısından çok zengin cevaplar verdikleri görülmüştür. Özellikle de yaratıcılık başlığı altında çok ilginç cevaplar verdikleri, mesleklerini sevdikleri ve bu alanda özgün ürünler vermek istedikleri görülmüştür. Yine cevaplarda toplumsal gelişmeyi öncelendikleri, topluma sanatı sevdirmek istediklerini ve iyi birer öğretmen olmak istediklerini belirtmişlerdir. Kavramsal olarak bazı öğrencilerin kendini gerçekleştirme hedeflerine ulaştıkları görülürken, diğerlerinde bu sürecin devam ettiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kendini Gerçekleştirme, Resim-iş ve Kendini Gerçekleştirme, Üniversite Öğrencileri ve Kendini Gerçekleştirme.

Makale Gönderme Tarihi: 19.01.2022

Makale Kabul Tarihi: 01.10.2022

Önerilen Atf:

Bulut, S. (2022). Resim İş Öğretmen Adaylarının Kendini Gerçekleştirme Algıları, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1332-1344.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(10): 1332-1344. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1102](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1102)
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

The Perception of Self Actualization of Art Teacher Students

Prof. Dr. Sefa BULUT, Ibn Haldun University, Faculty of Educational Sciences, İstanbul, e-mail:
sefabulut22@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2622-4390>

Abstract

The concept of self-actualization is widely used in psychology literature as well as in daily life. The term was first introduced to humanistic psychologists. According to them, when the appropriate conditions are provided to the individuals, they can utilize their inner potential and become productive individuals. Maslow listed 11 features of self-actualized people. By using these 11 characteristics, 19 art teacher candidates were asked to write about their self-actualization goals. The responses were analyzed by content analysis. The results revealed 18 main theme, 2 sub-theme, and 2 dominant themes. Students voluntarily and willingly participated to the study and provided rich in-depth insights. They loved their professions and wanted to produce unique art works. Additionally, they expressed sincere concern for social, cultural and intellectual development of the society. It appears that while some of the students have already reached their self-actualization goals, some of them were still in the process of search and self-understanding.

Keywords: Self-Actualizations, Art Teacher and Self-Actualizations, University Students and Self-Actualizations.

Received: 19.01.2022

Accepted: 01.10.2022

Suggested Citation:

Bulut, S. (2022). The Perception of Self Actualization of Art Teacher Students, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1332-1344.

GİRİŞ

Kendini gerçekleştirme kavramı son yıllarda psikologların, davranış bilimcilerinin ve kişisel gelişim uzmanlarının dikkatini çeken ve üzerinde çokça konuşulan konularda bir tanesidir. Aslında bu kavramın ortaya çıkışı insanoğlunun bilimsel, teknolojik ve sanayide elde ettiği başarı ve gelişmelerin bir sonucudur. Birinci dünya savaşı olmuş, büyük insan kitleleri bundan zarar görmüş yıkıcı sonuçlarını deneyimlemiş, arkasından kısa bir süre sonra tekrardan bir dünya savaşı olmuş, gene büyük yıkım ve kayıplar yaşanmış. Daha sonra müthiş bir sanayileşme, kentleşme ve korkunç bir kapitalizm doğmuş insanlar belli bir süre bu yeni kapitalizmin getirileri ile çok mutlu ve doyumlu bir hayat sürmüşler daha sonra bu tüketim koşuşturmasından da yorulmuşlar ve kendi iç dünyalarına yönelmişler.

Özellikle Amerikan toplumunda Vietnam savaşının etkisi, 1960'lı yıllarda ortaya çıkan hippie "çiçek çocuklar", insan hakları, sivil hak ve hürriyetler ve kadın hareketlerinin de etkisi olmuştur. Tüm bu sosyal hareketlerin temelinde de insana verilen değer ve önem yatmaktadır. İnsan, tüm tarihi boyunca ilk defa ilgisini dış dünyadan, kendi iç dünyasına çevirmiş ve kendini dinlemeye, anlamaya ve tanımaya başlamıştır. İşte tam da bu sırada Abraham Maslow "İnsanın İhtiyaçları Hiyerarşisi" teorisini ortaya çıkarmıştır. Bu teorinin gelişmesi ve yaygınlaşmasında Carl Rogers'ın "Danışan merkezli danışma" yaklaşımı da etkili olmuştur. Bu iki isim, insancıl psikolojinin en temel taşlarını oluşturacak teori ve kavramları geliştirmiş ve oldukça kabul görmüşlerdir. Daha sonraları onların psikolojide öncülük ettiği bu yaklaşım eğitim alanını da etkilemiş ve insancıl eğitim anlayışı ortaya çıkmıştır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Kendini Gerçekleştirme (Self-Actualization) 60'lı,70'li yıllardan sonra insancıl psikologlardan Abraham Maslow'un ortaya attığı bir kavramdır. Maslow'a göre 6 basamaktan oluşan piramidin ilk 4 basamağında temel ihtiyaçlar son 2 basamağında da daha üst düzey entelektüel ihtiyaçlar vardır. Maslow'a göre ihtiyaçlar; 1) Fizyolojik ihtiyaçlar, 2) Güvenlik-Güven duyma ihtiyacı, 3) Bir gruba ait olma ve sevme-sevilme yakınlık ihtiyacı, 4) Statü kazanma-kendine saygı duyma ihtiyacı 5) Merakını giderme ve bilme-tanuma-anlama ihtiyacı ve 6) Estetik ve entelektüel ihtiyaçlar vardır. Bu teoriye göre, insanlar önce fiziksel ihtiyaçlarını karşılar, sonra sosyal ihtiyaçları gelir ve en sonda bireysel entelektüel ihtiyaçları karşılanır. Böylece alt seviyedeki ihtiyaçlar karşılandıktan sonra erişilen en üst basamak ise "kendini gerçekleştirme" dir.

Kendini gerçekleştirme bireyin kendi yeteneklerini kullanarak, hayallerini gerçekleştirmesi ve istediği hedeflere ulaşabilme sürecidir. Uygun çevresel şartlar sağlandığında, demokratik, izin verici, anlayışlı ve kabul edici bir ortamda birey yeteneklerini test eder ve en iyi yapabildiklerine yönelir. Yaptığını daha iyi ve daha mükemmel yapmak ister ve bunu kendi yeteneklerini zorlayarak en üst düzeye gelinceye kadar sürdürür. Bu arayış ancak birey kendi gerçek doğasını bulduğunda son bulur.

Bu kendini arama sürecinde, Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisinde sıranın önemli olduğuna inanır. Ancak birey alt düzeydeki ihtiyaçlarını karşılamışsa, daha üst basamaklara yönelebilir. Maslow ihtiyaçların aşamalı olarak basamaklar halinde olduğunu ve bireylerin tam olarak orta yaşlarda kendilerini gerçekleştireceğini belirtmektedir.

Yine Maslow'a göre insan davranışlarına yön veren en temel güdü kendini gerçekleştirme güdüsüdür (Maslow, 1954). O nedenle bireylerin hayatlarına yön veren temel güdülerini anlamak önemlidir. Bunu anlayabilirsek eğitim ortamlarında da bunu kullanabiliriz ve eğitimin kalitesini arttırabiliriz.

Hümanistik kuramcılardan Carl Rogers (1970)'ın "tam kapasite olarak çalışabilen insan" (fully functioning person) ile kendini gerçekleştirme kavramı benzerlik göstermektedir. Rogers (1961) kendini gerçekleştiren kimseye "kapasitesini tam olarak kullanan" (kişi demektir. Yine Rogers' a göre kendini gerçekleştiren insanların 4 özelliği vardır. 1) Yeni yaşantılara açık olma (duyguları tam olarak anlama ve yaşama) 2) Varoluşsal bir hayat sürme (katı olmama, esnek olma, hayatın her anını yaşama) 3) Bireyin kendine güvenmesi (iç tepkileri, iç uyarıcıları dikkate alma) 4) Değişime istekli olabilme (yeni uyarıcılara açık olması, merak etme, araştırma gibi). Tam kapasite olarak çalışan insanlar ve kapasitesini iyi kullanabilen insanlar esnektir, şimdiki zaman odaklıdır ve zamanlarını iyi kullanırlar.

Maslow (1970) tarihteki etkili ve güçlü insanlara ve güncel seçkin insanlara odaklanmış ve bunlar üzerine klinik vaka incelemesi yöntemiyle derinlemesine incelemelerde bulunmuş ve kendini gerçekleştiren insanların 11 özelliğini belirlemiştir. Bunlar;1) Gerçeği olduğu gibi algılayabilme, 2) İçten geldiği gibi davranma, 3) Bir probleme dönük olma, 4) Kendi kendine yeterli olma, 5) Çevreden bağımsız olma, 6) Takdir edebilme, 7) İnsanlıkla özdeşleşme, 8) Demokratik olabilme, 9) Nüktedanlık, 10) Yaratıcılık ve 11) Sosyal kalıplaşmaya karşı direniş olmak üzere 11 özellik belirlemiştir.

Amaç

Bu çalışmanın amacı da resim öğretmenliği bölümü son sınıfta öğrenim gören öğretmen adaylarının 1) kendini gerçekleştirme düzeylerini ve 2) kendini gerçekleştirme algılarını onların bakış açısından nitel araştırma yöntemiyle incelemektir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın kuramsal temelini Abraham Maslow'un ihtiyaçlar teorisi oluşturmaktadır. Maslow'un teorisinde öne sürdüğü 6 basamaktan oluşan, ihtiyaçlar hiyerarşisine ve kendini gerçekleştiren insanın 11 özelliğine dikkat edilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi kullanılmıştır (Karasar, 2000). Önce bu teoriden bağımsız olarak ortaya çıkan ana temalar ve alt temalar belirlenmiş ve daha sonra bu temaların Maslow'un belirlediği kendini gerçekleştiren insanda bulunan 11 özellik ile karşılaştırılarak uygunluklarına bakılmıştır. Uygun olan yeni temalar, bahsedilen özelliklerle eşleştirilmiştir. Bunlar arasında bir benzerlik ve örtüşme olup olmadığı ve bulunan kavramların Maslow'un teorisinde ileri sürdüğü 11 özelliği karşılayıp karşılamadığına bakılmıştır.

Bu çalışma nitel araştırma olarak planlanmıştır. Üniversite son sınıf öğrencisi olan resim-iş öğretmenliği öğrencilerine "rehberlik" dersi müfredatı içerisinde kendini gerçekleştirme kavramı kapsamlı bir şekilde anlatılmış ve tartışılmıştır. Daha sonra kendilerine, "kendilerini gerçekleştirme hedeflerinin ne olduğu" açık uçlu bir soru ile sorulmuş ve bunu ders kapsamında ve bir ders saatinde yaklaşık olarak 40 dakika içerisinde yazmaları istenmiştir. Öğrenciler çalışmaya gönüllü olarak katılmış ve katılmayan öğrenciler herhangi bir olumsuzluk, ceza ya da not kırıklığı gibi bir işlemlerle karşılaşmamışlardır. Pek çok öğrenci bunu 15 dakika gibi kısa bir süre içerisinde, hiçbir zorluk çekmeden gayet kolay ve eğlenceli bir süreçle yazmıştır.

Katılımcılar

Çalışmaya katılma gönüllülük esası ile yapılmış ve yalnızca katılmak isteyen 19 gönüllü öğrenci katılmıştır. Katılımcılardan 8 tanesi erkek, 11 tanesi de kız öğrenciden oluşmakta ve yaşları 19 ile 24 arasında değişmektedir. Öğrenciler resim iş öğretmenliği bölümüne özel yetenek sınavı ile

girmişlerdir. Öğrencilere kimliklerini belirtecek hiçbir şey yazmamaları söylenmiş, anonimite ve gizlilik konusunda garanti verilmiştir. Daha sonra katılımcılara birer A4 kâğıdı sağlanmış ve bir ders saati içerisinde “kendilerini gerçekleştirme” hedeflerini yazmaları istenmiştir.

Yazılan bu materyaller nitel olarak değerlendirilmiş ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Yazılanların ortak özelliklerine bakılarak ana temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Çalışma 2016-2017 eğitim öğretim yılı güz döneminde Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesinde yapılmıştır.

Bulunan temalar frekanslarına göre sıralanmış ve örnek alıntılar yapılmıştır.

Bu yazıda, temalar kolay okuma ve takip edilebilmesi açısından Abraham Maslow’un önerdiği kendini gerçekleştiren insanın özellikleri 1 den 11’e kadar numaralandırılarak büyük harflerle başlık halinde verilmiş ardından da bu çalışmanın sonucunda ortaya çıkan ana temalar ve alt temalar italik olarak yazılmış ve yanına kaç kişinin bu yönde cevap verdiği belirtilmiştir. Tema cümlelerini en iyi tarif ve temsil eden öğrenci cümlelerinin başına bunların hangi katılımcıya ait olduğunu gösteren numaralar verilmiştir. Toplam olarak 18 bağımsız tema ve bunların da üstünde, 2 dominant kapsayıcı tema belirlenmiştir. Daha sonra da her temanın altına o tema ile ilgili yorumlar yazılmıştır.

BULGULAR

1. Gerçeği Olduğu Gibi Algılama: Bu kategoriye girebilecek, “tam olarak ne istediğini anlamak”, “eğitimine devam etme”, ve “kendini geliştirme olarak” üç ana tema belirlenmiştir. Bu temalarında birbiriyle çok yakın ilişkili olduğu görülmektedir. Bunların ortak özelliği ise, öğrencilerin tam olarak ne istediklerini anlamaları ve bunları nasıl elde edeceklerini bilmeleri ve kendilerini geliştirme yönünde duydukları yoğun istekleridir.

Tam Olarak Ne İsteddiğini Anlamak: 6 kişi

5 “Üniversite öğrencilerine hem okul hem iş hem de yaşama dair yeni şeyler öğretmek istiyorum. Gözlerimi kapatıp kendimi bu yerde hayal ettiğimde mutlu oluyorum” 6 “Mesleğe ilk başladığımda kendimi gerçekleştirebileceğimi ve ifade edebileceğimi düşünüyorum” 15 “Öğretmenliğin bana göre olmadığını anladığım için grafik tasarım üzerine yoğunlaşmak. Reklam uzmanı olmak ve isim yaptıktan sonra işimi evimden halledebilecek düzeye çıkmak” 18 “Milli Eğitimde öğretmenlik yapıp, her ay maaş alıp yatan bir öğretmen olmak istiyorum.

Eğitimine Devam Etme (Kurs, Eğitim, Yüksek Lisans): 8 kişi

7 “...yüksek lisans yapmayı... akademisyen olmakla önümün daha açılacağını düşünüyorum” 15 “...daha kapsamlı kurslar almak ve kendimi geliştirmek” 16 “... okul bittikten sonra yüksek lisans kazanabilmek ve bunu devam ettirip akademisyenlikte en üst noktaya çıkmak”. 18 “ Milli Eğitim’de değil de daha üst kademelere adım adım ilerleyerek...”

Kendini Geliştirme: 7kişi

4 “Öğrencilerime örnek bir öğretmen olmak isterim ve bunun için kendimi geliştirip daha dinamik bir öğretmen olmayı hedefliyorum” 6 “Empati kurabildiğimde, öğrencilerimi anlayabildiğimde KG düşünüyorum” 9 “...yöntem ve teknik olarak kendimi geliştirmek ve doyurmak” 12 “Gerektiğinde taktir edilmeyi hak edenlere kendimce taktir ettiğimi iletme” 13 “Okulu bitirdikten sonra kendi yeteneğim doğrultusunda kendimi geliştirip...” 15 “Gerekliyse dil geliştirmek.” 19 “Şu anda aldığım resim eğitiminin üzerine biraz daha eğitim alıp...”

Bu başlık altında birbirine benzer 3 tema ortaya çıkmıştır. Bunlar “eğitime devam etme”, “kendini geliştirme” ve “tam olarak ne istediğini anlama” temalarıdır. Öğrenciler üniversite yaşantılarını bitirdikten sonra da çeşitli kurslar ve seminerler yoluyla kendileri daha fazla geliştirmek için formal ya da informal yollarla yeni eğitim olanakları aramaktadırlar.

2. İçten Geldiği Gibi Davranma: Bu özellikle ilgili olarak bir kişiden yorum gelmiştir. Bu özelliğe karşılık gelebilecek tek bir tema belirlenmiş ve spontan olma diye adlandırılmıştır. Bu tema için tek bir öğrenci yorum yapılmıştır.

“Spontan olma”, içinden geldiği gibi olma ve davranma.

14 “Kendimi gerçekleştirmek için kimsenin yönlendirmesi olmadan, yeteneğim kısıtlanmadan, ilgilerim sorgulanmadan, içimden geldiği gibi ya da boyayı şöyle kullan, böyle kullan denilmeden öyle bir ortamda kendimi gerçekleştireceğime inanıyorum”

Kendini gerçekleştirme hayat boyunca devam eden bir durumdur. Bireyler hayatlarının belli dönemlerinde kendini gerçekleştirme açısından farklı düzeylerde olabilir ve kendini gerçekleştirme açısından bireysel farklılıklar olabilir (Kuzgun, 1972). Aynı zamanda kendini gerçekleştirme açısından kolaylaştırıcı ya da engelleyici çevre koşulları da olabilir.

3. Bir Probleme Dönük Olma: Bir probleme odaklanma açısından öğrenciler “öğretmen olmayı” ve “başarılı olmayı” ifade etmişlerdir.

Öğretmen Olmak (İdealist Öğretmen): Çalışmaya katılan 7 öğrenci, öğretmen olmakla ilgili olumlu ifadeler kullanmıştır. Bunlar şu şekilde ifade edilmiştir.

2 “Öncelikle hedefim idealist bir öğretmen olmak” 4 “Öğrencilerime örnek bir öğretmen olmak isterim” 3 “Hayatta hedefim insanlara karşı anlayışlı, empati algısı yüksek, affetmeyi bilen, küçük olayları çok fazla büyütmeyen, iyi bir insan olmak ve hatırlanmak.” 5 “Üniversite öğrencilerine hem okul, hem iş, hem de yaşama dair yeni şeyler öğretmek istiyorum” 13 “...İlk hedef, resim öğretmeni olmak, bir okulda çalışmaya başlamak... Sadece ilk ve orta öğretim öğrencilerinin geldiği, çocukların hayallerini özgürce yada sözle ifade edemediklerini resme döktüklerini görmek. Çocukların resim ve kendi psikolojileri arasında ifade etmede farklılık olduğunu anlamak ve anlatabilmek istiyorum. 14 “...öğrencilere faydalı olabilecek seviyeye gelirim...” “...böylelikle öğrencilerimi ve kendime daha faydalı bir birey olacağıma inanıyorum.” 9 “...birikimlerimi öğrencilerime aktarabilmek”

Öte yandan, çalışmaya katılan 3 öğrenci de öğretmen olmakla ilgili olumsuz fikir beyan etmiştir. Öğrencilerin söyledikleri kısaca aşağıdaki gibidir.

7 “Öğretmenlik yapmanın beni kısırlaştıracağını düşünüyorum.” 15 “...öğretmenliğin bana göre olmadığını anladığım için...” 18 “Milli Eğitim’de değil de...”

Başarı: 4 kişi

6 “Sanat dalında iyi şeyler başarabildiğimde...” 15 “Okulu güzel bir ortalama ile bitirmek”. 16 “...yaptığım sergilerde başarılı olmak”. 18 “Başarmayı seven bir insan olarak...”.

Öğretmen olma konusunda hedeflerinin netleştiği anlaşılmaktadır. Bunu belirten öğrencilerin idealist düzeyde öğretmen olmak istedikleri tespit edilmiş ve bu ana tema idealist öğretmen diye adlandırılmıştır. Öğretmen olmanın yanında başarı teması da vurgulanmaktadır öyle ki, katılımcılar başarılı bir öğretmen olmak istemektedirler. Burada gözlemlenen sadece öğretmen olmak değil, idealist düzeyde ve insancıl düzeyde iyi bir insan, örnek bir insan ve başkalarını düşünen bireysel düzeyde de başkalarının gelişimine katkıda bulunan iyi bir insan ve öğretmen

olmak istemektedirler. Öğretmen olma ile beraber, iyi bir insan olmakta önemli hedefler arasındadır. Bununla beraber, üç öğrencide öğretmen olma konusunda tam karar verememiş ve bu konuda nötr olarak yorum yapmıştır.

4. Kendi Kendine Yeterli Olma: “Kendi kendine yeterli olma” kavramının “çevreden bağımsız olma” kavramı ile çok iç içe geçtiği ve birbirini tamamladığı ve birbiriyle ilişkili olduğu görülmektedir. Fakat yine de ayırıcı özellikleri olması açısından bu iki özellikte ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Bu kategorideki ifadelerde kendini yönetmek ana teması olarak isimlendirilmiştir. Bu tür ifadeler veren 5 öğrenci tespit edilmiştir.

Kendini Yönetebilme Kapasitesi, 5 kişi bu yönde cevaplar vermiştir.

6 “Kendi ayaklarım üstünde durabildiğimde ve bağımsız olduğumda KG düşünüyorum, 7 “Kendi başıma kararlar vermeye başladığımda, KG düşünüyorum” 9 “Benim öncelikli olarak hedefim sosyal ve ekonomik olarak sadece kendime ihtiyaç duyacağım bir seviyeye gelmektir”. 12 “Kendime belli hedefler koymak o hedeflerimi çevremdeki insanlar ne diyor diye düşünmeden o hedeflerimi gerçekleştirebilmek” 17 “Başkasının yönlendirmesine bağlı kalmadan kararlar almak önemli benim için. Kendi başıma bir şeyler yapabiliyor olmak, yalnız kalabilmek önemli. Kitabımı alıp bir kafeye yalnız başıma kahve içmeye gidebilmek”

5. Çevreden Bağımsız Olma: Bu da “bağımsızlık” ana temasına karşılık gelmektedir. Bu temada “duygusal” ve “ekonomik bağımsızlık” diye iki alt temaya ayrılmıştır.

Bağımsızlık (Duygusal ve Ekonomik Bağımsızlık) temasından 4 kişi bahsetmiştir. Sanatçılar için bağımsız olabilmek, spontan olabilmek ve kendileri olabilmek önemli niteliklerdendir. Bu özellikleri buradaki alıntılardan da görebilmekteyiz.

1 “Ben bir resim öğretmeni öğrencisi olarak küçüklükten etkilendiğim biri vardı. Benim kendi resim öğretmenim onu kendime idol olarak görürdüm. Görmemin nedeni ise kendini gerçekleştirmiş olmasıydı. Tek başına para kazanırdı. Tek başında gezer kendi kararlarını kendi verirdi. Ve bu benim küçüklüğümde beni yapmak istediğim şeydi.”

1 “Ben şu an kararlarımı tek başıma veren biriyim...”

Bu tema altında 2 öğrencinin de tam olarak netleşmeyen, daha doğrusu ailesine bağlı kalmak ve bağımsız olmak konusunda tam olarak anlamlandıramadıkları bağımsızlık algıları vardır.

16 “İlk öncelikle ailemden maddi ve manevi yani kararlarımı onlara bağlı olarak değil, kendi isteklerim doğrultusunda vermem gerekiyor”. 3 “...aileme bağlı biriyim. O şekilde devam edeceğim gibi hissediyorum. İçimde hissettiğim sorumluluklardan belki”

Diğer yandan bir öğrencide eğitim sisteminin onların kendilerini gerçekleştirmelerine engel olduğu ve sınırlandırma hissettiğini aşağıdaki gibi belirtmiştir.

14 “ ...okul hayatında KG’ze pek müsaade edilmiyor, ana sanat dalımızda ilerlemek kendi alanımızı kendi yeteneğimize göre geliştirmemize pek olanak verilmiyor...” KG için kimsenin yönlendirmesi olmadan, yeteneğim kısıtlanmadan, ilgilerim sorgulanmadan, içimden geldiği gibi ya da boyayı şöyle kullan, böyle kullan denilmeden öyle bir ortamda KG inanıyorum”

Bu çalışmaya katılan öğrencilerde, öğrenimlerine devam ettikleri için daha ekonomik bağımsızlıklarını kazanamamışlardır ama bu onlar için önemlidir. Bununla beraber duygusal olarak ta ayrı ve farklı bir birey olmak ve kendilerini öyle görmek istemektedirler. Ancak belki de bizim toplumumuzdan kaynaklanan kültürel sebeplerden dolayı bazı öğrenciler de ailesel

değerlere önem vermekte ve karar verirken onlarla olan duygusal bağlarından etkilenmektedirler.

Rogers'a (1970) göre kendini geliştiren ve gerçekleştiren bireyler bağımsızlıklarına düşkündür, kendi kararlarını alabilecek ve kendi yaşamlarına yön verebilecek yetenek ve kapasiteye sahiptir. Burada da öğrenciler hem duygusal hem de ekonomik olarak kendi kararlarını kendileri vermek istemektedir.

6. Taktir Edebilme: Bu özelliğe direk karşılık gelebilecek bir yorum olmamıştır. Fakat sanatı kendisi zaten güzel ve estetik olanı beğenme ve taktir etme yetisidir. Öğrencilerde güzeli beğenme, orijinal ve kaliteli ürünler yapma isteği vardır ancak bunu sözel olarak dile getirmemişlerdir.

7. İnsanlıkla Özdeşleşme: Burada da 2 tema ortaya çıkmıştır. Topluma faydalı olma ve ürün bırakma.

Topluma Faydalı Olma: 7 kişi

6 "Topluma faydam olmaya başladığımda KG düşünüyorum" 2 "... Gelecek nesillerin kendini seven, insanı seven, doğayı tüm canlıları seven bireyler, saygı duyan bireyler yetiştirmeyi de kendime bir görev, borç biliyorum. Toplumsal olarak ülkeme katkı sağlayabilmeyi amaçlıyorum." 7 "...ülkemi kalkındırmak ve iyi işler yapmak ..." 18 "... ortaya bir ürün koyabilen yada farkındalık sahibi olan bireyler yetiştirmek".

Ürün Bırakma: 5 kişi

7 "...daha sonra kitap çıkarabilirim". 8 "Hayatta kendime felsefe olarak benimsediğim, yarına ne bırakacağım gayesi ile yürüyorum." 11 "...ne yapmalıyım da geleceğe bir katkı bulunsun". 18 "... ortaya bir ürün koyabilen ya da farkındalık sahibi olan bireyler yetiştirmek. Ne statü ne maddiyat. Sadece iç huzur ve dünyaya kalıcı bir şeyler bırakmak."

Öğrenciler çok üst düzeyde bir aşkınlık göstererek toplum yararını düşünmekte ve geriye iz bırakmak istemektedirler. Toplumun ve ülkenin kalkınması için neler yapılabilir diye düşünmektedirler.

Rogers (1970) bireyleri sosyal olarak motive olmuş, gerçekçi, yaratıcı ve güvenilir olarak tanımlar. Resim iş öğretmen adayları da toplumsal gelişimi incelemişler ve mutlaka toplumsal olarak bir ürün çıkarma ve sosyal kültürel gelişmeye katkıda bulunmak istemişlerdir.

8. Demokratik Olabilme: Demokratik olma diye direk bir tema ortaya çıkmamıştır ancak demokratik karakter özelliği diğer pek çok tema ile ilgilidir. Örneğin, öğrenciler iyi anlayışlı ve empatik bir öğretmen olmak istediklerini belirtmişlerdir. Toplumsal katkı sağlamayı ve toplumda sanat sevgisinin gelişmesini istemişlerdir. Ayrıca sanat için toplumsal ve ailevi değerlerle çatışarak kendilerine yol açmışlardır.

9. Nüktedanlık: Nüktedanlık ince şakalar yapabilen, bazen hayatla ve kendisi ile şakalar yapabilme yetisi olan, humor ve espri yapabilmeyi tanımlayan bir özelliktir. Bu özelliğe karşılık gelebilecek bir tema ortaya çıkmamıştır. Bunun nedeni de kültürel özelliklerimizden olabileceği düşünülmektedir. Öğrenciler bu araştırmayı ciddiye almış olabilirler ve şaka ya da espri türü yorumların saygısızlık olabileceği düşüncesi ile yazmamış olabilirler.

10. Yaratıcılık: Bir şeyler yapma ve üretme arzusu, kendini gerçekleştiren insanların en büyük özelliklerindedir. Bu başlık altında da farklılık arayışı, atölye açma, sergi açma, mükemmellik, kaliteli ve özgün yapıtlar bırakma gibi 6 özgün tema ortaya çıkmıştır.

Farklılık Arayışı: 5 kişi

7 “Yurtdışına çıkıp çalışmalarımı ve düşüncelerimi uluslararası alanda da kanıtlamak istiyorum”
11 “ilk önce büyük bir şehre gidip en alttan başlayarak bir matbaa yada reklam ajansında çalışarak CV mi geliştirmek istiyorum...” 15 “ Türkiye veya işimi daha iyi bir ülkede yapabileceğimi düşündüğüm bir ülkede yapmak.” 19 “ ...aynı eğitimi farklı kültürden ve farklı dilden de aldıktan sonra bana yakın ve asıl benim benimsediğim toplumda sanat yaptığım zaman hedeflerime tam anlamıyla ulaşmış olurum. Ben tamamım dediğim zaman o zamandır.”

Atölye Açma: 3 kişi

7 “yüksek lisans yaparken atölye açmayı ve bunu da devam ettirebilirim” 10 “sadece resim öğretmenliği yapmayı düşünmüyorum, bunun yanında kendime bir resim atölyesi de açmayı düşünüyorum”. 13 “...öğretmen olarak atanmak ve kendi atölyemi açıp...”

Sergi Açma: 3 kişi

7 “... alan da iyi şeyler yapmış, sergiler açmış bu nokta da doyum noktasına ulaşmış...” 13 “...daha sonra sergi açmayı hedefliyorum”. 16 “Akademisyen olduktan sonra sergiler yapabilmek ve bu yaptığım sergilerde başarılı olmak”

Mükemmellik: 3 kişi

15 “İyi bir firmada meslek sahibi olmak ve orada gelebileceğim en iyi seviyede olmak. En iyisi olana kadar yalnızca buna (kendini geliştirmeye) odaklanmalıyım. 18 “Başarmayı seven bir insan olarak yaptığım mesleği en üst seviyede de gerçekleştirmek”

Kalite: 1 kişi

17 “İşimde kaliteye önem vererek piyasa işi ürünler (eserler) yaratmaktır.

Özgünlük: 1 kişi

17 “Ressam ve resim öğretmenliği alanında ilk olarak KG için düşündüğü kriterler de öncelik olarak özgünlük gelir. Özgün olmayan bir ressam, ressam değildir. Kendini bulmak kendi tarzını oluşturmak ortaya bir sanat eseri çıkartmam benim için daha çok önemlidir”.

En karmaşık olan tema gurubu yaratıcılık adı altında ortaya çıkmıştır. Yaratıcılıkla ilgili olan farklılık arayış, sergi açma, atölye açma, özgün, kaliteli ve mükemmel ürünler yapma ve bırakma isteği hepsi yaratıcılık özelliği ile ilgili olur birbiriyle çok yakından ilgili olan ve birbirini tamamlayan kavramlardır.

Hümanistlik psikologlar her bireyin tek, biricik ve özgün olduğuna inanmaktadırlar. Kendi yaşantılarında ve ürünlerinde de özgünlük aramaktadırlar. Kendini gerçekleştirme güdüsüne sahip olan bireyler, kendini ve çevresini gerçekçi olarak değerlendiren, zamanı iyi kullanan, verimli, üretken ve yaratıcı bireylerdir. Anı yaşamaya, yeni deneyimlere ve zihinsel uyarılara açık bireylerdir. Burada ortaya çıkan temalardan da resim öğretmeni adayların aslında üretmeye, kaliteli ve orijinal ve özgün ürünler vermeyi istedikleri görülmektedir. Bu öğrencilerde üretkenlikle beraber bir farklılık arayışı da gözlemlenmiştir.

11. Sosyal Kalıplaşmaya Karşı Direniş: Kişinin içinde büyüdüğü ve ilişki içinde bulunduğu sosyal kurumların da bireyin potansiyellerini açığa çıkarmada büyük etkisi vardır. Bununla ilgili olarak ta “tabuları ve önyargıları yıkma” ve “ailesinden tepki alma ve tepki verme” diye iki ana tema çıkmıştır. Her bir tema için 3 öğrenci yorum yapmıştır.

Tabuları-Önyargıları Yıkma: 3 kişi

4 “Resim öğretmenliği ve sanat konusundaki kalıplaşmış tabuları yıkmak adına elimden geleni yaparım “Resim dersi boş ders” gibi algıları bir okulda bile olsa ortadan kaldırdığım zaman mesleğim hakkındaki benliğime ulaşırım”. 10 “...resmin boş işler olmadığını, insanı ne kadar rahatlattığını ve ufkumuzu genişleteceğini açıklarsam... İnsanların sanata karşı “bu boş işler” diyerek söyledikleri ön yargıları kıracağıma inanıyorum”

Ailesinden Tepki Alma ve Tepki Verme: 3 kişi

1 “...bu mesleği seçerken ailemden ilk başlarda tepki aldım. Ama zamanla kendimi onlara kabul ettirdim.” 8 “...en başta ailem olmak üzere çevremdeki olumsuz düşüncelerden sıyrılarak inat ve hırsla buraya gelmeyi başardım”

Rogers’a (1970) göre, birey yaşam enerjisini ve motivasyonunu içten almaktadır. Toplumsal kurallara körü körüne uyan “conformist” değildir.

Merakını Giderme, Bilme, Tanıma ve Anlama: Bu aşama Maslow’un ihtiyaçlar (motivasyon) hiyerarşisindeki 5.aşamadır. Bu aşamada bireylerde okuma, anlama ve öğrenmeye yoğun bir çaba ve ilgi vardır. Bireyler öğrenme sevgisiyle hareket etmektedirler. Bilgi açlığını doyurma peşindedirler. Elde edilen alıntılardan bu aşama içinde bilgi-sanat sevgisi diye bir ana tema oluşturulmuştur. Bu yönde cevap veren öğrenci sayısı 6 kişidir.

Bilgi-Sanat Sevgisi: 6 kişi

2 “Resim dersinin amacı, çocukları ressam yapmak değil, hayal güçlerini geliştirmek, zihinsel olarak gelişmelerini, problem çözebilme kabiliyetlerinin artmasını ve kültürel anlamda gelişmesini sağlamaktır.” 4 “Sanatın insanları nasıl aydınlatacağı hakkında bilgiler verip sanat düşmanı olmayan bireyler yetiştireceğim” 5 “İleride akademisyen olduğumda dersine girdiğim öğrencilerin severek okula geldiği, benimle sorunlarını konuşabilecekleri, saygı çerçevesi içerisinde süren bir iletişime sahip olduğumda kendimi gerçekleştirmiş göreceğim. 10 “resim alanında daha çok uğraşmak istiyorum, sadece öğrencilere o dersi vermek değil bunu isteyen, seven herkese gösterip uygulamak istiyorum...” 12 “...olumsuz olarak karşıma çıkabilecek sorunların bana bir şeyler öğrettiğinin farkında olurum.”. 18 “Milli Eğitim’de değil de daha üst kademelere adım adım ilerleyerek öğrenmeyi sevmeyi, bir şeyleri başarmayı aşılama. Benim gibi birçok öğretmen resim yapmayı öğretebilir; fakat mesleğini seven, severek icra eden, ortaya bir ürün koyabilmek ya da farkındalık sahibi olan bireyler yetiştirmek”.

Öğrencilerde üst düzeyde bir araştırma tanıma anlama ve kendini gerçekleştirme isteği tespit edilmiştir. Hümanistlik yaklaşımı ve Maslow (1954)’ a göre insanın doğası iyidir, insan güvenilir ve değerli bir varlıktır. İnsanın içinde gizil güçleri (potansiyelleri) ve kendi problemlerini çözebilecek kabiliyetler vardır. Uygun ortamlar ve destekleyici çevre şartları oluştuğunda birey bu gizil güçlerini ortaya çıkarabilecektir.

Kendini Gerçekleştirme: Maslow’un hiyerarşi listesinde en üst seviyede, 6. aşamada “kendini gerçekleştirme” vardır. Bu basamakta daha çok felsefi, sanatsal ve entelektüel ilgiler vardır. İnsanlar daha çok bu alanlardaki soyut konulara ve ihtiyaçlarına odaklanmaktadır. Buradaki ihtiyaçların karşılanması ise bireylerde engin bir coşku, mutluluk ve doyumluk oluşturur. Bu çalışmaya katılan 4 öğrencide en üst düzeyde mutluluk ve memnunluk belirtmiştir. Bu temada Son Nokta-Nirvana diye isimlendirilmiştir. Bu en üst düzeyin özelliği ise insanların tam olarak hedeflerine ulaşması, gerçekten yapmak istediklerini yapması ve amaçlarına ulaşmasıdır. Bunu gerçekleştirdiğine inanan 4 öğrenci, bu konuda yorum yapmıştır.

Son Nokta (Nirvana): *(Tam Olarak İstediyini Yapmış Olmak, Yapmak): 4 kişi*

1 “Bence ben de kısmen de olsa kendimi gerçekleştirdiğimi biliyorum. Ben şu an kararlarımı tek başına veren biriyim... Bu mesleği seçerken ailemden ilk başlarda tepki aldım. Ama zamanla kendimi onlara kabul ettirdim. Bence şu ana kadar yaptığım en iyi kendini gerçekleştirme buydu.” 6 “Yapabileceğim en iyi mesleğin öğretmenlik olduğunu düşünerek ve sanat dalında çocukluğumdan beri ilgimden dolayı resim öğretmenliği konusunda yeterli olabileceğimi düşünüyorum.” 8 “Benim ilkokuldan beri hedefim resim öğretmeni olmaktı... Üniversitenin kedi başında bir evren olduğunu ve bu evrende mesleğimin gerektirdiği şeylere uygun olarak kendimi buldum”. 11 “Resim yapmayı çok seven birisi olarak hem resim yapıp hem de ileride para kazanabilmek için bu bölümü seçtim... Ana sanat olarak grafik tasarım bölümünü seçtim. Bu bölümü seçmemin sebebi ileride bu bölümle ilgili düşüncelerimin olmasıydı...”

Maslow’a göre kişilik gelişimini, bireyin kendi yaşam amacına bir karar vermesi ve neleri başarması gerektiğini netleştirmesiyle tamamlanır. Bu içsel süreçleri tamamlayan birey kendini gerçekleştirmiş sayılır (1943). Yukarıdaki alıntıda da görüldüğü gibi bazı öğrenciler gerçekten de mesleklerinde ne aradıklarını bulmuşlar ve bunun mutluluğunu yaşamaktadırlar. Kendilerini dinlemekte ve iç dünyalarıyla iletişime geçebilmektedirler. Bu anlamda kendini gerçekleştirme seviyesine yani 6. Aşamaya ulaşmışlardır.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Maslow önceleri kendini gerçekleştirmenin 60 yaşlarında olabileceğini söylerken daha sonra bunun daha genç yaşlarda da olabileceğini belirtmiştir. Günümüzde yapılan araştırmalar bunun daha erken yaşlarda da olabileceğini hatta daha erken ya da genç yetişkinlikte de olabileceğini belirtmektedir. Yapılan bu çalışmada bu görüşü destekler niteliktedir. Öğrencilerden bazıları hayat amaçlarından bazılarını ulaştıklarını belirtmişlerdir. Özellikle mesleki olgunluk ve mesleki kimlik açısından belli seviyelere ulaştıklarını belirtmişlerdir.

Kendini gerçekleştirme sürecinin belli bir yaş ile sınırlandırılması doğru değildir (Fuller, 1994). Bu çalışmada da resim-iş öğretmenliği alanında eğitim alan gençlerden bazıları hedeflerine ulaştıklarını yapmak istedikleri şeyleri yaptıklarını belirtmişlerdir. Bir anlamda kendilerini gerçekleştirme hedeflerine ulaşmışlardır.

Diğer yandan, kendini gerçekleştirme bitmiş, tamamlanmış bir durum değildir, bireyin tüm yaşamı boyunca kendini farklı boyutlarda geliştirdiği bir süreçtir (Ayten, 2005). Bu çalışmada kendi hedeflerine ulaştığını belirten gençlerin daha sonra farklı hedefler belirlemeleri ve kendilerine yeni amaçlar belirlemeleri ve farklı arayışlara girmeleri de beklenmektedir.

İnsanların deneyimledikleri kendini gerçekleştirme süreçleri farklı olduğu için, kendini gerçekleştirme de bireysel farklılıklar olmaktadır. Bazı öğrencilerin tam anlamıyla ne istediklerini bildikleri ve bunun için çalıştıkları gözlemlenirken, bazı öğrencilerde de bu sürecin netleşmediği ve halen bir arayış içinde oldukları gözlenmiştir. Örneğin, farklılık arayışı, eğitime devam etme, geleceği planlama, iyi bir öğretmen olmak isteme gibi temalar kendini gerçekleştirme süreçlerinin devam ettiğini göstermektedir. Benzer şekilde Maslow’da zaten kendini gerçekleştirmenin bir sonu olmadığını, bunun bir süreç olduğunu ve bireylerin her zaman böyle bir çaba içerisinde olduklarını bildirmiştir.

Özellikle modern dünyada ve gelişmiş toplumlarda bireyler temel ihtiyaçlarını karşıladıkları halde, üst düzeydeki ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanmaktadır. Bu nedenle yalnızlık, yabancılaşma, depresyon, intihar ve boşanmalarda artış olmaktadır. Çünkü bu ihtiyaçlar ancak

başkaları ile iletişim ve etkileşim halinde doyurulabilir. Oysaki modern dünyada gelişen teknoloji, endüstrileşme, sosyal medya ve kentleşme insanları doğal ve sessiz bir şekilde birbirinden ve kendi özünden uzaklaştırmaktadır.

Bireylerin içinde yaşadıkları aile ortamı, sosyo-ekonomik düzeyi ve kültürel değerleri bir anlamda da onların ihtiyaçlarını belirler. Bu nedenle de mikro düzeyde ailenin kültürel özellikleri, bireyin kendini gerçekleştirme hedeflerine de etki eder. Kendini gerçekleştirme daha yaşamın ilk günlerinde başlar, anne-baba tutumları ve içinde yaşanılan kültürel ortama bireyin kendini gerçekleştirme için bir başlangıç noktasıdır.

Bireyin ihtiyaçlarının doyurulamaması, bireyin kendini gerçekleştirme engellemekte ve ruh sağlığını ve mutluluğunu olumsuz etkilemektedir (Maslow, 1954). Kendini gerçekleştirme aynı zamanda ruh sağlığı ile de ilişkili olduğu görülmektedir. Bireylere kendini gerçekleştirme fırsatları tanındığında birey hem üretken hem verimli hemde daha mutlu ve huzurlu olmaktadır. O nedenle bu kavramın iyi anlaşılması ve okullarda ya da iş yerlerinde bireylere kendilerini ortaya koyabilecekleri, kendi yetenek, potansiyel ve yaratıcılıklarını ortaya çıkarabilecek, ortamlar hazırlanmalı ve fırsatlar verilmelidir.

Kuzgun'a (1972) göre sevgi ve anlayışın olduğu, çocuğa seçme şansı tanıyan demokratik anne-baba tutumuna sahip aileler, çocuğa kendini gerçekleştirmeleri için ideal ortamı sunarlar. Bunun tersine katı, anlayışsız, esneklikten yoksun, otoriter anne-baba tutumları ise çocukların kendini gerçekleştirmelerini engellemektedir. Otoriter anne-babalar çocuktan mutlak itaat isterler ve cezaya başvururlar, çocuğun ihtiyaçlarına eğilmezler. Bu çocuklarda büyüdüklerinde; güven eksikliği, kendi kendine karar verememe, başkalarının etkisinde kalma ve sosyalleşme sorunları yaşarlar. Bu çalışma da bazı öğrencilerin toplumsal tabulara ve anne babalarının ya da çevrelerinin istek ve yönlendirmelerine karşı çıkmışlardır. Bunun da yaratıcı özelliğe sahip kişiliklerde bulunan özelliklerden biri olduğu görülmektedir.

O nedenle Maslow, çocuk yetiştirmede orta yol bir özgürlük sağlanmasına inanmaktadır. Çocuğa yaşına ve ihtiyaçlarına uygun bir özgürlük tanınmalı ama bu sınırsız ve amaçsız olmamalıdır. Bu bağlamda erken yaşlardan itibaren çocukların meslekleri tanıması özendirilmeli ve çocuğun kendi yeteneklerini test edebileceği sanatsal fırsatlar sunulmalıdır. Hem sanat eğitiminde hem de diğer eğitim kademelerimizde çocuklara ve gençlere merak duygularını giderebilecek ve teşvik edecek ortamlar hazırlamalıyız. Kendilerini bulmaları ve tanımaları, aynı zamanda ilgi ve yeteneklerini keşfedebilecekleri fırsatları sunmalıyız. Geleneksel ve otoriter öğelere sahip olan eğitim ve kültürel sistemimizin biraz daha dikkatli bir şekilde kendi varsayımlarını gözden geçirmesi gerekir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, A. (1989). Ergenlerin kendini gerçekleştirme düzeylerini etkileyen bazı faktörler. (Yayınlanmamış doktora tezi). Ankara, Hacettepe Üniversitesi.
- Ayten, A. (2005). Kendini gerçekleştirme ve dindarlık: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 29(2), 185-204.
- Dağlı, G. ve Beyazsaçlı, M. (2010). Ana-baba tutumu ve kendini gerçekleştirme düzeyleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Mediterranean Journal of Educational Research*, 7, 1-16.
- Fuller, A. R. (1994). *Psychology and Religion: Eight Points of View*, 3rd ed., Lanham (Littlefield Adams Quality Paperbacks).

- Karasar, N. (2000). Bilimsel Araştırma Yöntemi. (10. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kuzgun, Y. (1972). Kendini gerçekleştirme. *Araştırma Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi*, 10, 162-172.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation, *Psychological Review*, 50, 370-396.
- Maslow, A. (1954-1970). Motivation and Personality. New York: Harper and Row Publisher.
- Rogers, C. R. (1970). Carl Rogers on encounter groups by Carl Rogers. New York: Harper and Row Pub.
- Rogers, R. C. (1959). A theory of therapy, Personality and interpersonal relationships as developed in a client-centered frameworks. New York: McGraw-Hill.
- Özkan, S. ve Yılmaz, E. (2008). Hastanede çalışan hemşirelerin sağlıklı yaşam biçim davranışları. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 3(7), 89-105.
- Özdoğan, Ö. (1995). Dindarlıkla ilgili bazı faktörlerin kendini gerçekleştirme düzeyine etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünsar, S., Akgün-Kostak, M, Kurt, S. ve Erol, Ö. (2011). Hemşirelerin kendinin gerçekleştirme düzeyleri ve etkileyen etmenler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi*, 4(1), 2-6.
- Yalçınkaya, M., Özer, F. G. ve Karamanoğlu, A. Y. (2007). Sağlık çalışanlarında sağlıklı yaşam biçimi davranışlarının değerlendirilmesi. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6 (6),409-420.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

TR 81 Bölgesinde Kültürel Miras ve Doğal Güzellikler Eşliğinde Tren Turizmi Rotası*

Dr. Öğr. Üyesi Nalan ALBUZ, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Kdz. Ereğli Turizm Fakültesi, Zonguldak, e-posta: nalanalbuz@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2111-0842>

Öz

Zonguldak, Karabük ve Bartın illerini kapsayan TR81 bölgesi turistik değerler açısından zengin bir destinasyondur. Dolayısıyla kömür madeni ve demir çelik sanayisi ile tanınan bölge turizm değerleriyle de ön plana çıkabilecek bir potansiyele sahiptir. Son yıllarda sosyal medyanın da etkisiyle popüler olan tren turizmi noktasında değerlendirilebilecek Karaelmas Ekspresi de Karabük ve Zonguldak illerinden geçmektedir. Bu nedenle çalışmada bölgenin turizm değerlerinin tren turizmi eşliğinde sunulabileceği farklı gün ve alternatiflere sahip tur programları hazırlamak amaçlanmıştır. Tur programları hazırlanmadan önce doküman analizi ile bölgenin turizm değerleri belirli başlıklar altında toplanmış ve harita üzerinde işaretlenmiştir. Tur programlarında yer alan noktalara yönelik ziyaretler gerçekleştirilmiştir. Tur programlarında yer alacak noktalara yönelik gerçekleştirilen ziyaretler sonrasında farklı alternatiflere sahip tur programları hazırlanmıştır. Hazırlanan tur programları alan çalışması esnasında bizzat araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Farklı alternatifleri içeren tur programlarının hazır olması seyahat acentalarını destinasyona yönelik tur organize etme noktasında motive edici bir unsur olabilmektedir. Çalışma kapsamında hazırlanan günübirlik tur programlarından iki tanesi ve konaklamalı tur programlarından bir tanesi farklı seyahat acentaları tarafından sorunsuz bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

* Bu çalışma Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi (BAP) tarafından desteklenen 2020-93439475-02 numaralı projeden üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tren Turizmi, Karaelmas Ekspresi, Tur Programları, TR81 Bölgesi, Batı Karadeniz.

Makale Gönderme Tarihi: 06.08.2022

Makale Kabul Tarihi: 07.10.2022

Önerilen Atıf:

Albuz, N. (2022). TR 81 Bölgesinde Kültürel Miras ve Doğal Güzellikler Eşliğinde Tren Turizmi Rotası, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1345-1370.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2022, 5(10): 1345-1370. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1103](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1103)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

**Train Tourism Route Accompanied by Cultural Heritage and Natural Beauties in TR
81 Region**

Assistant Prof. Dr. Nalan ALBUZ, Zonguldak Bülent Ecevit University, Kdz. Ereğli Tourism Faculty, Zonguldak, e-mail: nalanalbuz@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2111-0842>

Abstract

The TR 81 region, which includes the provinces of Zonguldak, Karabük and Bartın, is a destination rich in touristic values. Therefore, the region, which is known for its coal mine and iron and steel industry, has a potential to come to the fore with its tourism values. With the influence of social media in recent years, the Karaelmas Express, which can be considered as a popular train tourism point, also passes through the provinces of Karabük and Zonguldak. For this reason, it is aimed to prepare tour programs with different days and alternatives in which the tourism values of the region can be presented with train tourism. Before the tour programs were prepared, the tourism values of the region were gathered under certain headings with document analysis and marked on the map. Visits were made to the points to be included in the tour programs. After the visits to the points to be included in the tour programs, tour programs with different alternatives have been prepared. The prepared tour programs were applied by the researcher during the field study. The availability of tour programs with different alternatives can be a motivating factor for travel agencies in organizing tours for the destination. Two of the daily tour programs and one of the overnight tour programs prepared within the scope of the study were carried out by different travel agencies without any problems.

Keywords: Train Tourism, Karaelmas Express, Tour Programs, TR 81 Region, Western Black Sea Region.

Received: 06.08.2022

Accepted: 07.10.2022

Suggested Citation:

Albuz, N. (2022). Train Tourism Route Accompanied by Cultural Heritage and Natural Beauties in TR 81 Region, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1345-1370.

GİRİŞ

Şehirlerin sahip oldukları turizm değerlerinin korunması, geliştirilmesi, sürdürülebilirliğinin sağlanması, tanıtımlarının gerçekleştirilmesi ve turistlerin ziyaretine sunulması, o şehirde turizm sektörünün gelişmesi noktasında önem taşımaktadır. Şehrin turizm destinasyonu olarak gelişmesinde tüm yerel paydaşların rolü olduğu gibi o destinasyona yönelik gününbirlik veya paket turlar düzenleyen, turistlerin destinasyonu ziyaret etmesini ve destinasyonun sahip olduğu değerleri tanımalarını sağlayan seyahat acentalarının ve tur operatörlerinin de payı yüksektir. Seyahat acentaları ve tur operatörleri farklı süreleri içeren programlar uygulayabilmektedir. Ancak turizm destinasyonu olarak yeni ön plana çıkan veya kendilerine göre yeni olan bir destinasyona yönelik düzenledikleri gününbirlik turlarda ve paket turlarda destinasyonu tam olarak bilmemelerinden kaynaklanan birtakım sıkıntılar ortaya çıkabilmektedir. Bunlar zamanlamadan kaynaklı sıkıntılar olabildiği gibi rotadan kaynaklı sıkıntılar da olabilmektedir. Destinasyonda belirli rotaların olması ve bu rotaların isimleriyle ön plana çıkması destinasyon için başlı başına bir çekim unsuru olabildiği gibi yaşanabilecek sıkıntıların ortadan kalkmasına da yardımcı olmaktadır.

Maden şehri olarak bilinen Zonguldak ilinde taş kömürü madeninin çıkarılması, Karabük ilinde kurulan demir çelik fabrikasına demiryolu vasıtasıyla enerji kaynağı olan kömürün taşınması nedeniyle demiryolu taşımacılığı bu bölgede önem arz etmektedir. Demiryolu sadece kömür taşımacılığında değil yolcu taşımacılığında da kullanılmaktadır. Bu nedenle TR 81 olarak geçen ve Zonguldak, Bartın ve Karabük illerini kapsayan bölgede demiryolu taşımacılığının turizmle entegre edilmesi, bölge turizmini canlandırma ve ivme kazandırma noktasında önemli bir avantajdır. Son yıllarda Doğu Ekspresi ile Ankara-Kars arasında gerçekleştirilen turlara yoğun ilgi gösterildiği dikkate alındığında, insanların farklı bir deneyim ve nostalji arayışı içinde oldukları anlaşılmaktadır. Turistlerin yoğun ilgisi sonucu birçok seyahat acentası ve tur operatörü paket tur portföyleri içerisinde doğu ekspresi turlarına yer vermektedir. Bu turların kontenjanlarının çok çabuk tükenmesi nedeniyle turistler, uzun zaman öncesinden rezervasyon yapmakta ve yerlerini garantilemektedir. Bu durum tren turizminin, bir bölgenin turizm destinasyonu olarak tercih edilebilirliğini arttırmasına katkıda bulunduğunu göstermektedir.

Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı'nın 2014-2023 dönemi için hazırladığı Batı Karadeniz Bölge Planı'nda belirlenen iki temel gelişme eksenini; "sürdürülebilir sosyal kalkınma" ve "yenilikçilik ve girişimcilikle desteklenen sektörel çeşitlilik"tir. "Turizmin çeşitlendirilerek geliştirilmesi" ise bu eksenlere bağlı oluşturulan öncelikler arasında yer almaktadır. Sanayisi ağırlıklı olarak taşkömürüne ve demir-çeliğe dayalı olan TR 81 bölgesinde, taşkömürü madeninde yaşanan sıkıntılar beraberinde istihdam oranlarında ciddi düşüşler meydana getirmiştir. İstihdam oranının düşmesi ve beraberinde işsizlik oranının artması nedeniyle bölgesel kalkınmaya destek olabilecek sektör olarak "turizm sektörü" belirlenmiştir (BAKKA, 2013:16-17).

TR 81 Bölgesi, sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerle turizm sektöründeki farklı deneyim ve nostalji arayışını karşılayabilecek potansiyele sahiptir. Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen 'Kömüre Giden Demiryolu' projesinin de ilerleyen yıllarda aktif olarak uygulanabileceği öngörüldüğünde "Tren Turizmi"nin bölgede önemli bir turizm çeşidi olarak yerini alması mümkündür.

Bu çalışmanın amacı, TR 81 bölgesinin doğal güzelliklerini, kültürel zenginliklerini ve endüstriyel miras unsurlarını içeren turizm değerlerinin tren turizmi eşliğinde ziyaretçilere sunulmasını kolaylaştıracak farklı alternatiflere sahip tur programlarının hazırlanmasıdır. Bu kapsamda çalışmada öncelikle dünyada, Türkiye'de ve TR 81 bölgesinde demiryollarının gelişimi ele alınmakta, dünyadan ve Türkiye'den tren turizmi örnekleri incelenmektedir. Sonrasında bölgenin sahip olduğu turizm değerleri; tarihi yol izleri, arkeolojik izler, kırsal doku,

tarihi kentler, somut olmayan kültür mirası, doğal değerler, endemik değerler, korunan doğal alanlar, müzeler ve endüstriyel miras başlıkları altında toplanmakta ve bu değerler hazırlanan harita üzerinde gösterilmektedir. Son olarak da bu değerler, tren turizmini de içerecek şekilde seyahat acentaları ve bireysel turistler tarafından kolaylıkla uygulanabilecek, farklı gün ve alternatiflere sahip tur programları kapsamında sunulmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünyada Demiryollarının Gelişimi

Tekerleğin icadından uzay araçlarına kadar uzanan süreçte insanlar, ulaşımı daha kolay, hızlı, konforlu ve güvenilir hale getirmek için çeşitli yöntemler kullanırken aynı zamanda yeni araçlar ve teknikler de geliştirmişlerdir. Özellikle 19. yüzyılda ulaşım teknolojileri noktasında önemli gelişmeler yaşanmış ve önceden teorik alt yapısı oluşturulan teknolojik adımlar, bu yüzyılın başından itibaren uygulamaya geçirilmiştir. Karayolu ve denizyolu ulaşımında yaşanan yeniliklere demiryolu ulaşımının da eklenmesiyle önemli bir taşıma kapasitesine ve hıza ulaşılmıştır (Akagündüz, 2016:454-455).

19. yüzyılın demiryolu ulaşımına getirdiği en önemli yenilik buharlı lokomotifler olmuştur. İlk buharlı lokomotif, İngiliz makine mühendisi George Stephenson tarafından tasarlanmış ve ilk denemesi Stockton-Darlington demiryolu hattında gerçekleştirilmiştir. Ancak bu denemede yeteri kadar rağbet görmemiştir. 1829'da Liverpool-Manchester demiryolu hattı tamamlanmak üzereyken lokomotifler için düzenlenen yarışmayı; George Stephenson'ın oğlu Robert ile geliştirdiği, saatte 58 km hıza sahip "Rocket" adını verdikleri lokomotif kazanmıştır. 15 Eylül 1830'da açılan ve sekiz adet lokomotifin kullanıldığı Liverpool-Manchester hattı ile demir yollarında ticari anlamda yolcu ve yük taşımacılığına başlanmıştır (Rota, 2012:54; www.britannica.com). Bu gelişmenin ardından farklı ülkelerde de demiryollarında gelişmeler yaşanmıştır. Amerika'da ilk demiryolu hattı 1830 yılında Baltimore-Ohio arasında; Fransa'da ilk demiryolu hattı 1832 yılında St. Etienne-Lyon arasında; Almanya'da 1835 yılında Numberg-Furth arasında; Belçika'da 1835 yılında Bruksel-Malines arasında inşa edilmiştir. Ülkeler arası ilk demiryolu hattı ise 1843 yılında Belçika'nın Liege ile Almanya'nın Köln şehirleri arasında hizmet vermeye başlamıştır (Tamçelik, 2000:485).

Demiryolu ulaşımında yaşanan gelişmeler 1850 yılından itibaren tüm ülkelerde büyük bir hız kazanmıştır. Ortalama bir asır boyunca devam eden bu gelişme sonucu dünya genelinde demiryollarının şebeke uzunluğu 1.200.000 km'ye ulaşmıştır (Karabulut, 1997:165).

Türkiye'de Demiryollarının Gelişimi

Türkiye sınırları içerisindeki ilk demiryolu hattı 1856 yılında inşasına başlanan 130 kilometrelik İzmir – Aydın hattıdır. 23 km'lik kısmı 1860 yılında açılan hattın tamamı 1866 yılında işletmeye açılmıştır. İzmir – Aydın hattı, 1879 ve 1880 yıllarında yapılan yeni anlaşmalarla Dinar ve Eğirdir'e kadar uzatılır. 1863 yılında Edward Price isimli İngiliz'e İzmir-Kasaba hattı için imtiyaz verilir. 93 km'lik kısmı üç yıl da tamamlanan bu hat da 1872 ve 1887 yıllarında imzalanan anlaşmalarla Alaşehir ve Magosa'ya kadar uzatılır. Alaşehir-Afyonkarahisar hattı için 1913 yılında Fransızlara 99 yıllığına imtiyaz verilir (Borak, 1969:84; Akagündüz, 2016:464).

Demiryollarının döşenmesine başlanıldığı tarihten 1866 yılına kadar Anadolu'daki toplam demiryolu uzunluğu 454 km'ye ulaşmıştır (Borak, 1969:84). Demiryolları tarihindeki gelişimin ilk dönemi olarak kabul edilen 1856-1923 yılları arasında Osmanlı sınırları içinde toplam 8619 km uzunluğa ulaşan demiryolu hattının (Pektaş, 2017:18), 4136 kilometrelik kısmı Türkiye

Cumhuriyeti'nin kuruluşuyla belirlenen milli sınırlar içinde kalmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları Taşımacılık, 2020:32).

Cumhuriyet öncesi dönemde yabancılara verilen imtiyazlarla ve yabancı ülkelerin ekonomik çıkarları doğrultusunda döşenen demiryolu hatları, Cumhuriyetin ilanından sonra milli çıkarlar doğrultusunda ve ülke kaynaklarını harekete geçirebilecek şekilde döşenmiştir (Rota, 2012:56).

Demiryolları tarihindeki gelişimin ikinci dönemi olarak kabul edilen 1923-1950 yılları arasında demiryollarının millileştirilmesine 1924 yılında kabul edilen 506 sayılı kanunla başlanmıştır. 1927 yılında kabul edilen 1042 sayılı kanunla "Devlet Demiryolları ve Limanları İdare-i Umumiyesi" kurularak demiryollarının yapımının ve işletmesinin tek merkezden yürütülmesi sağlanmıştır. 1939 tarihinde kurulan Ulaştırma Bakanlığı'na (Münakalat Vekaletine) bağlanan Devlet Demiryolları ve Limanları İdare-i Umumiyesi, 1953 yılında kabul edilen 6186 sayılı kanunla "Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları İşletmesi (TCDD)" adı altında kamu iktisadi devlet teşekkülü olmuş; 1983 yılında kabul edilen 2929 sayılı kanunla "Kamu İktisadi Kuruluşu"na dönüştürülmüştür (Tamçelik, 2000:503; Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları Taşımacılık, 2020:32).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan sonra ekonomik kalkınmayı destekleyecek, siyasi birliği sağlayacak ve savunmayı güçlendirecek bir demiryolu politikası benimsenmiştir. Bu doğrultuda ülkenin milli çıkarları gözetilerek bir taraftan yeni demiryolu hatları yapılmış bir taraftan mevcut demiryolu hatları uzatılmış, diğer taraftan da Osmanlı Dönemi'nde verilen imtiyazları devralarak millileştirme yolu izlenmiştir. 1928 yılında başlayan millileştirme işlemi peyderpey gerçekleştirilerek 1948 yılında tamamlanırken aynı dönemde 3802 km uzunluğunda yeni demiryolu hattı da döşenmiştir (Karabulut, 1997:168).

Demiryolları tarihindeki gelişimin üçüncü dönemi olarak kabul edilen 1950-2000 yılları arası durgunluk dönemi olarak ifade edilebilir. Devlet, ulaşım konusunda farklı bir politika izlemiş ve Marshall yardımıyla ulaşım konusundaki yatırımları karayollarına yönlendirmiştir. Karayolu ve demiryolu arasında başlayan rekabet, karayolu ulaşımının daha hızlı ve ucuz olması nedeniyle demiryollarının yolcu ve yük taşımadaki payının azalmasına neden olmuştur (Rota, 2012:58). Demiryollarının yük taşımadaki payı 1950'de %76 iken 1960'ta %56'ya gerilemiş, aynı yıllar içinde karayollarının yük taşımadaki payı %24'ten %44'e çıkmıştır. Demiryollarının yolcu taşımadaki payı 1950'de %52 iken 1960'ta %25'e gerilemiş, aynı yıllar içinde karayollarının yolcu taşımadaki payı %49'dan %75'e çıkmıştır (Karabulut, 1997:168).

1950 ve 2000 yılları arasında ihmal edilen demiryolları, 2000 yılından sonra yeniden gündeme gelmiş, teknolojik gelişmelerin ve sürdürülebilirlik yaklaşımlarının etkisiyle yeni yatırımlar gerçekleştirilmiştir. 2009 yılında hizmete açılan Ankara-Eskişehir, 2011 yılında hizmete açılan Ankara-Konya; 2013 yılında hizmete açılan Eskişehir-Konya, 2014 yılında hizmete açılan Konya-İstanbul yüksek hızlı tren işletmeciliği, demiryolu ulaşımında 2000 yılından sonra gerçekleştirilen yatırımlara örnek verilebilir.

TCDD Taşımacılık tarafından hazırlanan 2020 yılı faaliyet raporuna göre Türkiye, 1.213 km'si yüksek hızlı tren demiryolu hattı olmak üzere toplam 12.803 km'lik demiryolu hattında sahiptir (Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları Taşımacılık, 2021:25).

TR 81 Bölgesinde Demiryollarının Gelişimi ve Karaelmas Ekspresi

TR 81 Bölgesi içerisinde yer alan Karabük ve Zonguldak illerine ulaşacak demiryolu hattının ilk adımı, 13 Aralık 1925 tarihinde "Ankara-Kdz. Ereğli Demiryolu Hattı" ile ilgili 1314 sayılı kanunun Türkiye Büyük Millet Meclisi'nce kabul edilmesi ile atılmış olur. "Kömüre Giden

Demiryolu" olarak adlandırılan projede Ankara-Sivas demiryolu hattı üzerinde yer alan Irmak İstasyonu'ndan ayrılacak bir hat ile Zonguldak ve Ereğli'ye ulaşılması planlanmıştır. Irmak-Filyos ve Filyos-Ereğli olmak üzere iki kısımdan oluşan bu proje için 1927 yılında inşa çalışmalarına başlanmıştır. Irmak-Çankırı arasındaki 102 km'lik demiryolu hattının açılışı 1931 yılı Nisan ayında gerçekleştirilmiştir. Filyos tarafından başlayan demiryolu hattı 1930 yılında Balıksık'a, 1934 yılında Eskipazar'a ulaşır. Çankırı ve Çerkeş arasında inşa edilen 3444 metre uzunluğundaki Batıbel Tüneli'nin açılmasının ardından Irmak-Filyos demiryolu hattı 1935 yılında tamamlanır. 391 km uzunluğundaki Irmak-Filyos hattı, 27 istasyon, 8800 m uzunluğunda 37 tünel, 1368 menfez ve köprü yapımı ile 14 Kasım 1935 tarihinde hizmete açılır (Zaman, 2006:15; Karacakaya vd., 2013:27; <https://op.uab.gov.tr>).

Filyos-Ereğli demiryolu hattı, Filyos-Çatalağzı ve Çatalağzı-Zonguldak olmak üzere iki kısımdan oluşur. 14 km uzunluğundaki Filyos-Çatalağzı demiryolu hattı 1936'da 10 km uzunluğundaki Çatalağzı-Zonguldak demiryolu hattı 1937'de hizmete girmiştir (Zaman, 2006:17). Böylece 1927 yılında başlayan Ankara'dan Zonguldak'a uzanacak demiryolu hayali 1937'de gerçeğe dönüşür.



Resim 1: Karaelmas Ekspresi, Filyos-Çatalağzı arası Güzergahtan Kareler

Kaynak: Yazarın Kişisel Fotoğraf Arşivi

415 kilometrelik Irmak-Karabük-Zonguldak Demiryolu Hattında, Türkiye Cumhuriyeti ve Avrupa Birliği iş birliğiyle gerçekleştirilen ve yaklaşık 228 milyon avro bütçeyle desteklenen Rehabilitasyon ve Sinyalizasyon Projesi 2016 yılında tamamlandı. Proje kapsamında; hat boyunca özel raylar döşendi, mevcut makaslar yenileriyle değiştirildi, hemzemin geçitler güvenli hale getirildi, tünel girişleri yenilendi, istasyonların yolcu peronları ve duraklar engelli vatandaşların erişimine uygun hale getirildi. Projenin tamamlanmasıyla birlikte Irmak-Karabük-Zonguldak hattında demiryolu seyahati daha hızlı, konforlu ve güvenli hale geldi (<https://op.uab.gov.tr>).

Zonguldak ve Karabük hattında aktif olarak yolcu ve yük taşımacılığı yapan Karaelmas Ekspresi'nin turizm amaçlı hizmet vermesi ve hattın Zonguldak – Ankara arasında seferlere başlaması konusunda çalışmalar devam etmektedir. Öncelikle hattın Ankara – Karabük arası yolcu taşımacılığında yeniden işler hale getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu konuda çeşitli haber kaynaklarında Karaelmas Ekspresi'nin öncelikle Ankara-Karabük arasında aktif hale geleceği sonrasında Zonguldak'ın da dahil edileceği belirtilmiş, seferlerin yapılacağı gün ve saatler ilan

edilmiş ancak bilinmeyen bir tarihe ertelenmiştir (<https://rayhaber.com>; www.olay18.com; www.cankiripostasi.com; www.pusulagazetesi.com.tr).

2022 yılı Ocak ayı tarifesine göre Zonguldak – Karabük - Zonguldak ve Zonguldak – Gökçebey - Zonguldak hattında karşılıklı seferler düzenlenmektedir. Zonguldak'tan Karabük'e her gün 07.30 – 11.30 – 13.30 – 18.30 saatlerinde, Karabük'ten Zonguldak'a her gün 07.10 – 13.05 – 16.05 – 18.10 saatlerinde olmak üzere karşılıklı dört sefer düzenlenmektedir. Zonguldak'tan Gökçebey'e her gün 09.30 - 16.30 - 17.35 - 20.30 saatlerinde, Gökçebey'den Zonguldak'a 05.40 – 06.30 – 12.25 – 18.30 saatlerinde olmak üzere karşılıklı dört sefer düzenlenmektedir (<https://ebilet.tcddtasimacilik.gov.tr>).

Tren Turizmi

Ulaşım ve turizm yakın ilişki içinde olan ekonomik faaliyetlerdir. Ulaşım altyapısını geliştirme konusunda gerçekleştirilen tüm adımlar doğrudan turizm sektörünün gelişimine de katkıda bulunmaktadır (Albalate ve Fageda, 2016:174; Yang ve Li, 2020:1975). Bu noktada, demiryolu ulaştırmasında meydana gelen gelişim ve değişimlerin tarihsel süreci incelendiğinde turist hareketliliğinin artmasına ve turizm sektörünün gelişmesine büyük bir katkıda bulunduğu da anlaşılmaktadır.

Turizm hareketliliğine katılım sebebi ne olursa olsun ulaşımda demiryollarını kullanan, turizm ve eğlence temelli gerçekleştirilen turistik seyahatler, tren (demiryolu) turizmi olarak adlandırılmaktadır (Blancheton ve Marchi, 2013:31). Turizm amaçlı gerçekleştirilen kitle seyahatlerinde kullanılan ilk ulaştırma aracı trenlerdir. 19. yüzyıl ortalarında Thomas Cook tarafından gerçekleştirilen ilk kitle seyahatlerin de ulaştırma aracı olarak tren kullanılmıştır (Hacıoğlu, 2006:7).

Gelişmiş ülkelerdeki demiryolu turizminin tarihsel sürecine bakıldığında; ilk biçiminin gezginlerin güzel dağlık veya kıyı manzaralarını aramasıyla 1870'lerde ortaya çıktığı; 1950'lerden itibaren tarihi ve kültürel miras ile nostalji arayışına dayalı ikinci bir demiryolu turizminin geliştiği; 1980'lerden itibaren ise yerel demiryolları ve lüks trenler gibi tarihi ve kültürel miras ile keşif arayışını birleştiren hibrit demiryolu turizm biçimi ortaya çıktığı görülmektedir. Böylece demiryolu turizminin, tarihi, kültürel, doğal keşif ve konforlu seyahat zevklerinden nostaljiye kadar artan bir deneyim yelpazesi ile giderek zenginleştiği anlaşılmaktadır (Blancheton ve Marchi, 2013:31).

II. Dünya Savaşı'ndan sonra havayolu ulaşımının daha çok tercih edilmesi ve karayollarına yapılan yatırımların artması nedeniyle geri planda kalan demiryolu ulaşımı, yüksek hızlı tren teknolojisiyle birlikte yeniden tercih edilmeye başlanmıştır. Tatil amaçlı seyahatlerde ana ulaşım aracı olarak tercih edilme oranı havayolu ve karayoluna kıyasla düşük olsa da özel konseptlere sahip trenlerle dünyanın farklı ülkelerinde, farklı rotalarda düzenlenen tren seyahatlerine yönelik ilgi devam etmektedir. Genel olarak gerek ulaştırma gerek turizm amaçlı tren seyahatlerinin tercih edilme nedenlerini şu şekilde sıralayabiliriz (Arıkan ve Ahıpaşaoğlu, 2005:55; Rota, 2012:62; Fletcher vd., 2018:423):

- Seyahat esnasında vagon içinde ve vagonlar arasında rahat hareket edebilme imkanı,
- Trenin farklı ihtiyaç ve beklentileri karşılayacak Vagonlara (yemek vagonu, oyun vagonu, kütüphane vagonu ve yataklı vagon vb.) sahip olması,
- Tren içerisinde ihtiyaçlarını rahat karşılayabilme ve yataklı vagonlarda uyuyarak seyahat edebilme imkanı sayesinde varış noktasına dinlenmiş olarak ulaşma,
- Çevre dostu bir ulaşım aracı olması,

- Farklı hava koşullarında ve arazi yapılarında rahat ve kesintisiz ulaşım hizmeti sağlaması,
- Trafik probleminin yaşanmaması,
- Garların veya istasyonların şehir merkezlerinde bulunması,
- Güvenli ve konforlu yolculuk imkanı,
- Geçtiği yerlerdeki farklı güzellikleri görme ve çevreyi izleyebilme olanağı,
- Uluslararası bağlantılar sayesinde ülke sınırlarını aşarak ülkeler ve kıtalar arası ulaşım sağlaması.

Demiryolunun ulaşımdan ziyade temel bir turizm çeşidi olarak tercih edilmesine verilebilecek eski ve en önemli örneklerden biri “Orient Express” veya bilinen diğer adıyla “Şark Ekspresi”dir. 1883 ve 1977 yılları arasında Paris-İstanbul arasında hizmet vermiş yataklı ve yemekli vagonlara sahip lüks bir trendir. Her vagona, vagondaki tüm yolculardan sorumlu ve özel kıyafetli bir kondüktör bulunurdu. Yataklı vagonlarda yer alan kompartımanların kadife kumaştan yapılmış perdeleri ve kanepeleri, özel lavabo ve vestiyeri bulunmaktaydı (Rota, 2012:64).

Günümüzde birçok ülkede temel ulaşım aracı olarak demiryolu kullanımının yanı sıra tren turizmi kapsamında değerlendirilebilecek farklı konseptlere ve rotalara sahip tren seferleri de hizmet vermektedir. Farklı bir deneyim yaşamak, manzara izlemek, dinlenerek seyahat etmek isteyenlerin tercih ettiği bu tren seferleri son yıllarda sosyal medyanın da etkisiyle daha çok talep edilmektedir.

Güney Afrika’da Cape Town ve Johannesburg arasında hizmet veren, lüks restoranı, altın renkli pencereleri ve romantikliğiyle ünlü olan Mavi Tren, Çin’in Xining şehrinde Tibet Platosu’nu ve Tangula Geçidi’ni geçip Lhasa şehrine ulaşan üç lokomotifli Gökyüzü Treni, Meksika’daki Copper Canyon, Hindistan’daki Palace on Wheels ve Avustralya’daki Hint-Pasifik Treni dünyadaki özel trenlere verilebilecek örneklerdir. Bu uzak mesafeli ve manzaralı trenlerin yanı sıra turistik amaçlı kullanılan tarihi trenler (Tavyan-Alishan Forest Demiryolu, Kanada-Kettle Valley Steam Demiryolu, Arjantin-La Trochita, Galler-Talylyn Demiryolu) de bulunmaktadır. Turistik demiryolları veya dünya mirası demir yolları olarak adlandırılan bu eski moda trenler nostalji seyahatleri kapsamında her yıl çok sayıda turist taşımaktadır (Cook vd., 2016:145).

Dünya’dan Tren Turizmi Örnekleri

Glacier Express / İsviçre

Zermatt’dan Saint-Moritz’e kadar uzanan, yüzlerce köprüden ve tünelden geçen bu tren, İsviçre’nin büyüleyici manzaralarını ve karlı Alp dağlarını görmek isteyenler için hazırlanan 8 saatlik yüksek konforlu bir tren yolculuğu sunarak, yolcuları İsviçre doğasına hayran bırakmakta ve 2044 metre yükseklikte bulunan Oberalp geçidini ve İsviçre Grand Kanyonu da gözler önüne sermektedir. 1930’dan beri hizmet veren bu tren, 36 km/s hızıyla dünyanın en yavaş treni olarak da bilinmektedir. Toplam seyahat uzunluğu 291 km’dir. Glacier Express, kış dönemi ve yaz dönemi olmak üzere yılın 10 ayı hizmet vermektedir. Kış dönemi 19 Aralık’ta başlayıp 7 Mayıs’ta, yaz dönemi ise 8 Mayıs’ta başlayıp 24 Ekim’de sona ermektedir. Bu tarihler dışında hizmet vermemektedir. Glacier Express’te toplam 4 tane ana durak vardır. Tren, 4400 metre yüksekliği olan Matterhorn Dağı’nın eteklerinde bulunan Zermatt’dan sabah saat 8.52’de hareket etmekte saat 11.46’da 2. durağı olan ve kış sporları ile tanınan Andermatt Bölgesi’ne varmaktadır. 14.35’te 5000 yıllık tarihi ve Alplerdeki konumu ile ünlü olan Chur şehrinin garına ulaşmaktadır. Bu duraktan sonra tren, Glacier Express’in sembolü haline 65 metre yüksekliğindeki Landwasser Viyadüğü’nden geçmektedir. Saat 16.58’de lüks otelleri, gastronomisi ve şık mağazaları ile

dünyaca ünlü bir şehir olan Saint-Moritze gelmektedir. 2022 yılı için bilet ücretleri 153-269 Avro (153 CHF – 268 CHF) arasında değişmektedir (www.routard.com; www.glacierexpress.ch).

El Transcantábrico/ İspanya

İspanya'nın kuzeyinde, Atlantik Okyanusu'nun kıyısında bulunan Bask ve Galice Bölgelerini birbirine bağlayan El Transcatabrico Treni, tarih, kültür, doğa ve uzun yolculuk sevenlerin tercih edebilecekleri bir trendir. İspanya'nın dağlarını ve Atlantik Okyanusu'nun harika manzaralarını yolculara sunan ve 7 gece 8 gün süren tren seyahati, San Sebastian'dan başlayıp Santiago de Compostela'da sona ermektedir. Seyahat boyunca tren, Bilbao, Santander, Gijon, Oviedo ve Ferrol gibi büyük şehirlerde durmaktadır. Böylece yolcular bu şehirlerin sembolleri haline gelen tarihi, kültürel ve doğal alanları (Bilbao'daki Guggenheim Müzesi, Altamira'daki Taş Devri Sanat Müzesi ve Katedraller Plajı gibi) ziyaret edebilmektedirler. 20. yüzyıl konseptine uygun olarak dekore edilmiş tren, lüks ve tarihi bir tren olması nedeniyle ilgi görmektedir. Yolculuk boyunca, gastronomik yemeklerin ve içeceklerin sunulduğu trende, akşam yemeğinden sonra sinema, dans ve oyunlar gibi aktivitelerden de faydalanılabilmektedir.

El Transcatabrico Treni, nisan ayından ekim ayına kadar toplam 12 sefer hizmeti sunmaktadır. 2022 yılı için bilet ücretleri 5770 Avro'dan başlamaktadır (www.traindeluxe.com).

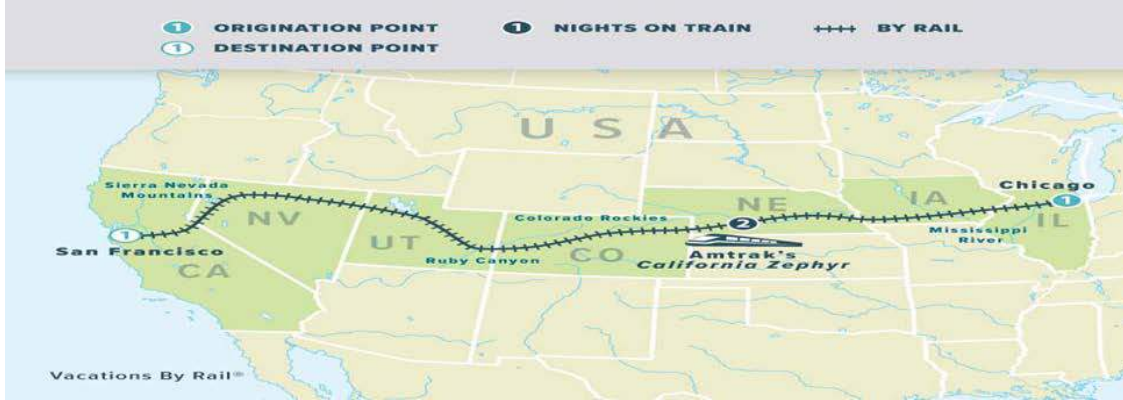


Resim 2: El Transcatabrico Tren Rotası

Kaynak: <https://www.luxurytrainclub.com/fr/trains/el-transcantabrico-gran-lujo>

California Zephyr/ABD

California Zephyr Treni, Chicago ile San Francisco şehirlerini birbirine bağlamaktadır. Toplam 51 saat 20 dakika süren bu tren seyahatinde yolcular, Omaha, Denver, Salt Lake ve Sacramento gibi şehirlerin eşsiz doğa güzelliklerini, Rocky Dağları'nı, Sierra Nevada Dağları'nı, Colorado Irmağı'nı ve Nebraska Ovaları'nı görebilmektedir. 1983 yılından beri hizmet veren bu tren, yolculara farklı oda seçenekleri sunmaktadır. 3924 kilometre boyunca toplam 33 durakta duran tren, yılın her günü hizmet vermektedir. Fiyatlar koltuk veya oda seçeneklerine göre farklılık göstermektedir (<https://francais.amtrak.com>).



Resim 3: California Zephyr Tren Rotası

Kaynak: <https://www.vacationsbyrail.com/tours/amtrak-california-zephyr-experience-chicago-san-francisco/>

Shongololo Express/ Afrika

Shongololo Express, Namibya, Güney Afrika, Swaziland (Esvatini), Mozambik ve Zimbabve'den geçerek Güney Afrika'nın tropikal ve savana manzaralarını bir arada barındıran bir tren turudur. Shongololo Express 3 farklı tur rotasından oluşmaktadır. "Dune Adventure" rotası, Walvis Bay ve Pretoria başlangıç ve bitiş iki seçenek sunuyor. 12 gün süren bu tren yolculuğu süresince yolcular farklı turistik, kültürel ve doğal alanları görme, ziyaret etme, farklı etkinliklere katılma şansına sahip olurlar. Bu turda ziyaret edilen bazı yerler şunlardır; Etosha Ulusal Parkı, Balık Nehri Kanyonu, Au-grabies Şelalesi, Upington şehri, Keetmanshoop şehri, Dune 45 ve Sesriem Kanyonları, Lüderitz ve Kolmanskop kasabaları, Elmas Müzesi (<https://shongololo.com>).



Resim 4: Shongololo Express - Dune Adventure Tren Rotası

Kaynak: <https://shongololo.com/route/dune-express/>

Shongololo Express tarafından sunulan ikinci tren rotası "Good hoop" dur. Pretoria'dan başlayan ve Cape Town da sona eren bu 15 günlük turun özelliği ise Güney Afrika'daki turistik şehirlerde durmasıdır. Bu tren turunda yolcuların göreceği Kruger Parkı, Hluhluwe-Umfolozi Parkı ve Mozambik parkları, Elmas Müzesi, botanik bahçeleri, şehir turları gibi çok sayıda destinasyon bulunmakta ve farklı etkinlikler yer almaktadır (<https://shongololo.com>).

Shongololo Express tarafından sunulan üçüncü tren rotası ise "Southern Cross" tur. Zimbabve, Victoria Falls'dan başlan bu tur, Mozambik Tabiat Parklarından ve Swaziland'dan (Esvatini) geçip, Pretoria'da sona ermektedir. 12 gün süren bu seyahatte, yolcular eşsiz Güney Afrika manzaralarını görmekte ve farklı aktivitelere katılmaktadırlar (<https://shongololo.com>).



Resim 5: Shongololo Express – Good Hoop Tren Rotası

Kaynak: <https://shongololo.com/route/good-hope/>



Resim 6: Shongololo Express – Southern Cross Tren Rotası

Kaynak: <https://shongololo.com/route/southern-cross/>

Registan Treni / Özbekistan, Kazakistan ve Türkmenistan

Registan Treni, ipek yolu üzerinde seyahat etmek, Özbekistan, Kazakistan ve Türkmenistan'ın misafirperverliğini, turistik alanlarını ve doğa harikalarını görmek isteyenler için cazip bir seçenektir. Registan Treni, 3200 km boyunca, yolculara Özbekistan'ın eşsiz mimarisini, camilerini, medreselerini, Özbekistan'ın başkenti Taşkent'i, Özbekistan'ın Khiva, Buhara ve Şehri-Sebz şehirlerini, Kazakistan'ın Almaty şehrini, Türkmenistan'ın başkenti Aşkabat'ı, Merv şehrini, Nisa Antik Kenti'ni ve Büyük İskender'in "Semerkant ile ilgili duyduğum her şey doğruymuş, tek fark hayal ettiğimden daha güzel olması" şeklinde övgüyle bahsettiği Semerkant şehrini görme imkanı sunmaktadır. Yolcuların, seyahat boyunca müzelere, nekropollere, saraylara, kalelere, türbelere ve Orta Asya'nın doğa manzaralarına doydıkları bu seyahat için farklı rotalar bulunmaktadır. Ortalama seyahat süresinin 13 gün olduğu bu tren seferlerinin düzenlendiği dönemler Nisan, Eylül ve Ekim ayları olup ortalama fiyatlar 5000 Avro civarındadır (www.train-registan.fr; www.routard.com).



Resim 7: Registan Tren Rotası

Kaynak: <http://luxurytrainstravel.com/registan-great-silk-road-2020-2021.php>

Türkiye’den Tren Turizmi Örnekleri

Doğu Ekspresi Hattı olarak bilinen Ankara – Kars demiryolunun inşası kademeli olarak gerçekleştirilmiştir. Ankara- Kayseri hattı 1927 yılında (Ceylan vd., 2018:137), Kayseri-Sivas hattı 1930 yılında (Küçükuşurlu ve Saylan, 2008:313), Sivas-Erzincan hattı 1938 yılında, Erzincan-Erzurum Hattı 1939 yılında hizmete açılmıştır (Karadeniz ve Akpınar, 2014:24). Ruslar tarafından, 60 km’lik Kars-Sarıkamış hattı 1913 yılında normal hat olarak, 170 km’lik Sarıkamış – Erzurum hattı 1918 yılında dar hat (dekovil hat) olarak inşa edilmiştir. Sarıkamış-Erzurum hattının 1957 yılında normal hatta dönüştürülmesiyle Ankara- Kars demiryolu hattı tamamlanmıştır (Yavuz ve Tavukçu, 2012:295).

Turistik Doğu Ekspresi, Ankara ve Kars arasında çarşamba ve cuma günleri Ankara kalkışlı, cuma ve pazar günleri Kars kalkışlı olmak üzere karşılıklı düzenlenen (sefer günleri 2021 Aralık ayında başlayan tren seferleri için geçerlidir) bir tren seyahatidir. Turistik Doğu Ekspresi, yemekli ve 2 kişilik yataklı vagonlardan oluşmaktadır. Yemekli vagonunda kesintisiz kahvaltı, çorba, sıcak yiyecekler, soğuk sandviçler ve sıcak/soğuk içecek hizmeti verilmektedir. Ankara ve Kars arasındaki 1310 km mesafeyi 32 saatte alan Turistik Doğu Ekspresi, Ankara – Kars yönünde İliç, Erzincan ve Erzurum’da, Kars-Ankara yönünde Divriği ve Bostankaya’da insanların çevre gezileri yapabilmeleri ve yöresel lezzetleri tadabilmeleri için uzun molalar vermektedir (www.tcddtasimacilik.gov.tr; https://tr.railturkey.org).

Turistik Doğu Ekspresi, yolculuğu deneyimlemek, Kars ilini, bölgedeki doğal güzellikleri ve tarihi yapıları görmek (Ceylan vd., 2018:134), karayoluna göre daha konforlu bir seyahat yaşamak, bunları uygun fiyatlarla ve nostaljik bir havada gerçekleştirmek gibi nedenlerle yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistlerce de rağbet görmektedir (Buluk ve Eşitti, 2019:164). Türkiye’nin Doğu Anadolu Bölgesi’nde hüküm süren ağır kış şartlarına ve eksi otuz dereceye ulaşan soğuğa rağmen demiryolu ulaşımı bu kış koşullarından etkilenmeden hizmet vermektedir. Bu sayede ağır kış koşullarında dahi güvenli seyahat imkanı bulan insanlar gezilerine devam edebilmektedir. Seyahat acentalarının hazırladığı, gidiş-dönüş tren seyahatini veya tek yön tren, tek yön havayolu gibi ulaştırma alternatiflerini, konaklama, gezi ve rehberlik hizmetlerini içeren Turistik Doğu Ekspresi paket turları bulunmaktadır. Turları tercih etmek istemeyenler, münferit olarak da bilet alıp seyahat edebilmektedir (Çakmak ve Altaş, 2018:394).

Ankara, Kırıkkale, Kayseri, Sivas, Erzincan, Erzurum ve Kars hattında gerçekleştirilen demiryolu ulaşımı, “Turistik Doğu Ekspresi” ve “Doğu Ekspresi” olarak 2 farklı şekilde hizmet vermektedir. Turistik Doğu Ekspresi, haftanın belirli günlerinde gerçekleştirilen seferini bazı duraklarda uzun molalar vererek ve daha az sayıda durakta durarak 32 saatte tamamlarken, Doğu Ekspresi haftanın her günü karşılıklı düzenlenen seferlerle çok sayıda durakta kısa sürelerle durarak 25 saatte tamamlamaktadır.



Resim 8: Turistik Doğu Ekspresi Rotası

Kaynak: <https://tr.railturkey.org/seyahat/trenler/anahat/doguturistik/>

Son yıllarda sosyal medyanın da etkisiyle oldukça ön plana çıkan Doğu Ekspresinin yanı sıra turistik olarak değerlendirilebilecek başka bir demiryolu hattı da Kurtalan Ekspresi'dir. Ankara'dan başlayıp Kırıkkale, Kayseri, Sivas, Malatya, Elazığ, Diyarbakır, Batman illerini geçen ve 70'den fazla durağı olan Kurtalan Ekspresi, Siirt ili Kurtalan ilçesinde son bulmaktadır. 29 Ekim 1944'te ilk seferine başlayan ve Türkiye'nin en eski hatlarından olan Kurtalan Ekspresi, 1212 kilometrelik bu yolculuğu 23 saat 47 dakikada tamamlamaktadır. Ankara ve Kurtalan arasında haftanın 5 günü karşılıklı seferleri olan Kurtalan Ekspresi'nde pulman, örtülü kuşetli, yataklı ve yemekli vagonlar bulunmaktadır (www.tcddtasimacilik.gov.tr; www.kurtalan.gov.tr).

Kurtalan Ekspresi'nin turistik olarak değerlendirilmesi ve bu hat üzerinde ziyaret edilebilecek turistik destinasyonlar kapsamında Alkan (2018)'in "Alternatif Bir Turizm Rotası: Kurtalan Ekspresi" isimli çalışması önemli fikirler vermektedir. Alkan (2018) bu çalışmasında, Kurtalan Ekspresi güzergahında yer alan turizm destinasyonlarını, bu destinasyonlarda ziyaret edilebilecek noktaları ve yapılabilecek turizm aktivitelerini ele alarak Kurtalan Ekspresi'nin turistik bir tren yolculuğu olarak değerlendirilebilmesi noktasında birtakım öneriler sunmuştur.

Turizm Rotaları

Turizm rotaları, kitle turizminin neden olduğu kalabalıktan uzaklaşarak daha az turist yoğunluğunun olduğu yerlerde doğal, tarihi ve kültürel varlıkları keşfetmek, farklı ve yerel deneyimler yaşamak isteyen turistlerin isteklerine ve yönelimlerine cevap verebilecek şekilde; turizmde sürdürülebilirliği sağlamak, farklı şehirleri ve bölgeleri ekonomik açıdan desteklemek amacıyla farklı kurum, kuruluş ve dernekler tarafından yerel, bölgesel, ulusal veya uluslararası kapsamda oluşturulmuş çeşitli güzergahlar ve temalar ekseninde gerçekleştirilen seyahatlerdir.

Turizm rotaları, geçmişte belirli bir dönem kullanılmış veya günümüzde turistik amaçlarla oluşturulmuş, somut ve soyut kültürel miras zenginliklerini ve doğal güzellikleri barındıran, turizmin ülke çapına yayılması ve kırsal kalkınmanın da desteklenmesi amacıyla geliştirilen ulaşım koridorları olarak tanımlanabilmektedir (Karataş, 2015:12). Turizm rotaları, seçilen güzergah üzerinde belirli yerlerde gecelemlerin yapıldığı, gezme-görme-keşfetme amaçlı etkinliklerin gerçekleştirildiği seyahatler şeklinde de ifade edilebilmektedir. Likya Yolu, Akdeniz Zeytin Rotası, Hitit Yolu, St. Paul Yolu gibi belirli rotalar, turizm rotalarına örnek verilebilir. Bu rotalar zamanla gelenekselleşip kalıplaşarak turizm koridoru haline gelirler. Turizm destinasyonlarına doğru, turistlerin akışını sağlayan turizm koridorlarının planlanması, geliştirilmesi, tanıtımı ve pazarlaması turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması noktasında önem arz etmektedir (Baykal, 2015:60). Nitekim, Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te "Turizm Gelişim Koridorları'nın oluşturulması hedeflenmiş ve Zeytin Koridoru, Kış koridoru, İnanç Turizmi Koridoru, İpek Yolu Turizmi Koridoru, Batı Karadeniz Koridoru, Yayla Koridoru, Trakya Kültür Koridoru olmak üzere 7 tane tematik turizm gelişim koridoru önerilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007:31).

Turizm rotaları konusunda ilk çalışmalar 1987 yılında Avrupa Konseyi'nin, farklı ülkelerin ve kültürlerin mirasının, ortak kültürel mirasa katkılarını, mekan ve zamanda gerçekleştirilen seyahatler yoluyla göstermek amacıyla 'Avrupa Kültürel Rotalar Programı'nı hayata geçirmesiyle başlamıştır (COE, 2021a). Avrupa Kültürel Rotalar Programı ile ilk olarak 1987 yılında İspanya'da bulunan "Santiago de Compostela Hac Yolu" ilk Avrupa Kültür Rotası olarak ilan edilmiş, 1993 yılında da UNESCO Dünya Miras Komitesi tarafından "dünya mirası" listesine alınmıştır. 1997'de düzenlenen Dünya Miras Komitesi toplantısında "kültür rotası" kavramı gündeme alınmış, 1997 yılında Avrupa Konseyi'nin kültürel rotalar programını hayata geçirmek amacıyla Avrupa Kültürel Rotalar Enstitüsü, 1998 yılında ICOMOS üyelerinin çabalarıyla "ICOMOS Kültür Rotaları Uluslararası Komitesi" kurulmuştur. Turizm rotalarının dünya

çapında öneminin artması ve bu konuda yapılan çalışmaların hız kazanması ise 2005 yılında kültür rotalarının, UNESCO tarafından Dünya Mirası Konvansiyonu kapsamında 4 ana miras kategorisinden biri olarak ilan edilmesiyle başlamıştır (Karataş, 2015:14-15).

2021 yılı itibariyle Avrupa Konseyi'nin, Avrupa çeşitliliğine katkıda bulunan ve Avrupa'nın hafızası, tarihi ve mirasının çeşitli temalarını kapsayan, farklı ülke ve şehirlerden geçen 45 Sertifikalı Kültür Rotası bulunmaktadır. Bu rotalardan 7 tanesi Avrupa Yahudi Mirası Güzergahı (2004), Zeytin Ağacı Rotası (2005), Avrupa Tarihi Termal Kentleri Rotası (2010), Avrupa Seramik Rotası (2012), Avrupa Endüstriyel Miras Rotası (2019), Demir Perde İzi (2019), Aeneas Rotası (2021) Türkiye'den geçmektedir. Türkiye'nin 2018'de imzaladığı Avrupa Konseyi Kültür Yolları Genişletilmiş Kısmi Anlaşması'nın üye ülke sayısı Mart 2021 itibariyle 35'e ulaşmıştır (COE, 2021b).

Turizm rotalarının oluşturulması, rota üzerinde yer alan diğer kültürel varlıkların (anıtlar, şehirler, kültürel peyzajlar, endüstriyel miras vb.) potansiyelini azaltmaz. Aksine bu kültürel varlıkları, daha önemli bir konuma getirecek ortak bir sisteme dahil eder (ICOMOS, 2008). Turizm rotalarının oluşturulmasının temel amacı; turistlerin ziyaret etmesi, vakit geçirmesi ve harcama yapması için tek başına yeterli çekiciliğe sahip olmayan turistik ürün ve aktiviteleri birbirine bağlayıp sinerjik bir güç yaratmak ve bu turizm noktalarını kolektif bir turizm destinasyonu olarak konumlandırabilmektir (Kervankıran ve Çuhadar, 2014:578).

Turizm rotalarının gelişmesi ve yaygınlaşması; çeşitli aktiviteleri ve turistik çekicilikleri belirli temalar altında bir araya getirerek rota üzerinde yardımcı ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi yoluyla girişimcilik fırsatları ve istihdam alanları yaratma; değerli kültürel kaynaklara sahip, az keşfedilmiş alanların gelişmesine olanak sağlayarak yerel kalkınmayı destekleme; ziyaretçileri bir yerden diğerine seyahat etmeye motive ederek yerel turizmi geliştirmek için bir dizi turistik çekicilikleri birbirine bağlama ve böylece destinasyonlar arasındaki iş birliğini ve ortaklığı teşvik etme; daha uzun süre konaklayan ve daha fazla harcama yapan özel ilgi alanlarına sahip turistlere hitap etme gibi çeşitli faydalar sağlamaktadır (Briedenhann ve Wickens, 2004; Lourens, 2007:475).

Turizm rotaları, ürüne ve temayı dayalı olmak üzere iki farklı şekilde ele alınmaktadır (Rogerson, 2007:53). Ürüne dayalı rotalar, belirli bir ürünün pazarını geliştirmek ve satışını arttırmak amacıyla oluşturulan rotalardır. Güney Afrika şarap rotaları (Bruwer, 2003), Bavyera Almanya Bira Rotası, İskoçya Malt Viski Rotası (Flognfeldt, 2005:37), ürüne dayalı rotalara örnek verilebilir. Temaya dayalı rotalar ise doğa, tarih, kültür, sanat, din, endüstriyel miras, gastronomi vb. temaları yansıtabilecek şekilde oluşturulan rotalardır. Örneğin Belçika Tekstil Rotası, Almanya Romantik Yol (Flognfeldt, 2005:37), Pireneler Demir Rotası, Avrupa Mozart Rotası, Avrupa Endüstriyel Miras Rotası, Avrupa Mezarlıklar Rotası, temaya dayalı rotalardır.

Türkiye'de turizm rotalarıyla ilgili gerçekleştirilen çalışmaların son yıllarda gerek akademik alanda gerek dernekler aracılığıyla gerekse kamu ve özel sektör desteğiyle hız kazandığı görülmektedir. Turizm rotalarının oluşturulmasına (Çakır vd., 2017; Alkan, 2018; Durlu Özkaya vd. 2018; Arslan, 2019; Gül ve Yılmaz, 2020; Çakmak, 2021), geliştirilmesine (Kervankıran ve Çuhadar, 2014; Erşen vd. 2016; Selim ve Sönmez, 2017; Büyük ve Can, 2020) ve tanıtılmasına (Halaç ve Benzer, 2019) yönelik hazırlanan makaleler, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda çalışmalar yürüten Kalkınma Ajanslarının desteklediği projelerle gerçekleştirilen turizm rotalarına yönelik çalışmalar özellikle son yıllarda artış göstermektedir. 2012 yılında kurulan Kültür Rotaları Derneği, Türkiye'de yeni kültür rotalarının oluşturulması, mevcut kültür rotalarını korunması, geliştirilmesi ve rotaların tanıtımının yapılması konularında çalışmalarını sürdürmektedir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın desteğini de alan Kültür Rotaları Derneği, çalışmalarını Avrupa Kültür Rotaları Enstitüsü (EICR) ve Dünya Yürüyüş

Yolları Ağı (World Trails Network) gibi uluslararası oluşumlarla iş birliği içerisinde yürütmektedir. 2021 Aralık ayı itibarıyla Kültür Rotaları Derneği'ne bağlı 21 tematik kültürel rotanın isimleri şu şekildedir: Likya Yolu, Aziz Paul Yolu, Evliya Çelebi Yolu, Karia Yolu, Kaçkarlar, Frig Yolu, Sultanlar Yolu, Hz. İbrahim Yolu, Via Egnatia, Hitit Yolu, Gastronomi Yolu, Ağrı Dağı, Küre Dağları, İstiklal Yolu, İdyra Yolu, Sarıkamış Parkurları, Fethiye Yürüyüş Parkurları, Yenice Orman Yolları, İki Deniz Arası, Ephesus-Mimas Yolu ve Hoşgörü Yolu (CRS, 2021).

Turizm rotalarının oluşturulması, geliştirilmesi, tanıtılması ve turistleri bu rotalarda seyahat etmeye yönlendirecek motivatörlerin devreye girmesi sektör açısından; turizmin tüm yıla yayılması, destinasyonların taşıma kapasitelerinin aşılması, kırsal alanlarda kalkınmanın desteklenmesi, yöresel ürünlerin tanıtılması ve pazarlanması, unutulmaya yüz tutmuş el sanatlarının canlandırılması ve destinasyonlarda istihdam alanlarının oluşması faydalarını sunarken turistler açısından da kalabalıktan uzaklaşma, farklı yolculuklarla kendini keşfetme, otantik ortamları keşfetme, farklı kültürleri görme ve deneyimleme gibi faydalar sunmaktadır. Bu nedenle dünyanın farklı ülkelerinde, turizm rotalarıyla ilgili çalışmalara ağırlık verilmektedir. Bu rotalar üzerindeki seyahatler, rotanın özelliğine göre yürüyerek, atla, bisikletle, motorlu araçla, demiryoluyla veya bunlardan birkaç tanesini kombine ederek de gerçekleştirilebilmektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

TR 81 bölgesinde kültürel miras ve doğal güzellikler eşliğinde tren turizmine yönelik tur programlarının hazırlanmasının amaçlandığı bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi hem basılı hem elektronik materyallerin incelenmesi veya değerlendirilmesini kapsayan sistemli bir süreçtir (Yıldırım ve Şimşek, 2016:191). Tüm nitel çalışmalarda olduğu gibi doküman analizinde de verilerin anlamlandırılması için incelenmesi ve yorumlanması önemlidir (Corbin ve Strauss, 2008:87). Doküman analizinde incelenen dokümanlar verinin kaynağını oluşturmaktadır. Dokümanlar nitel araştırmada kullanılması gereken önemli bilgi kaynaklarıdır. Araştırmacı, ihtiyacı olan veriyi gözlem ve görüşme yapmaya gerek kalmadan elde edebilir. Doküman incelemesinin genel tarama ve içerik çözümlemesi şeklinde iki ayrı amaçlı türü vardır. İçerik çözümlemesi belli bir kitap veya metnin belli bir takım özellik ve öğeleri içerip içermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılır (Karasar, 2017:184). Böylelikle bu çalışmada kullanılan yöntemin doküman incelemesi içerisinde içerik çözümleme türüne daha yakın olduğunu söylemek mümkündür.

Güvenirlilik ve Geçerlik

Nitel araştırmalarda inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlık ve teyit edilebilirlik kavramları araştırmanın geçerliği ve güvenilirliğinin sağlanması için önemli ölçütler arasında görülmektedir. Nicel araştırmalardan farklı olarak nitel bir araştırmada geçerliğin sağlanmasında, toplanan verilerin ayrıntılı bir şekilde rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması önemli ölçütlerden biridir (Yıldırım ve Şimşek, 2016:270). Bu sebeple araştırmada elde edilen bulgular, ayrıntılı bir şekilde rapor edilmiş ve daha sonra tartışılmıştır. Konu ile ilgili alan yazın incelemesi yapılarak kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş ve bu kavramsal çerçeve doğrultusunda veriler elde edilerek araştırmanın güvenilirliği artırılmaya çalışılmıştır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Verilerin toplanması aşamasında öncelikle konuyla ilgili alanyazın taraması yapılmıştır. Konuyla ilgili kitaplar, tezler, bilimsel makaleler, proje çalışmaları, istatistikler vs. incelenmiştir. Veriler doküman analizi tekniğine uygun olarak toplanmıştır. Bu işlem sırasında (Yıldırım ve Şimşek, 2016:194) edilen beş aşamalı (dokümanlara ulaşma, özgünlüğü kontrol edilmesi, dokümanları anlama, veriyi analiz etme, veriyi kullanma) bir sıra izlenerek veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle yorumlanmıştır. Bu kapsamda çalışmada öncelikle dünyada, Türkiye’de ve TR 81 bölgesinde demiryollarının gelişimi ile yurt içinde ve dışında yürütülen tren turizmi örnekleri incelenmiştir. Bölgenin sahip olduğu turizm değerleri; tarihi yol izleri, arkeolojik izler, kırsal doku, tarihi kentler, somut olmayan kültür mirası, doğal değerler, endemik değerler, korunan doğal alanlar, müzeler ve endüstriyel miras başlıkları altında temalaştırılmış ve bu değerler harita üzerinde gösterilmiştir. Elde edilen verilerden hareketle, tren turizmini de içerecek şekilde seyahat acentaları ve bireysel turistler tarafından kolaylıkla uygulanabilecek, farklı gün ve alternatiflere sahip tur programları hazırlanmıştır.

BULGULAR

Karaelmas Ekspresi’nin Tr81 Bölgesindeki Güzergahında ve Yakın Çevresinde Yer Alan Turizm Destinasyonları

Ankara- Sivas demiryolu hattı üzerinde yer alan Irmak istasyonundan Çankırı’ya oradan da Çerkeş üzeri Karabük’e ve Zonguldak’a uzanan Karaelmas Ekspresi 1937 yılında faaliyete geçmiştir (Resim 12). TR 81 bölgesinde yer alan Bartın, Karabük ve Zonguldak illerinden iki tanesi bu demiryolu hattında yer alsa da turistik amaçla gerçekleştirilecek bir tren seyahatinde Bartın ilinin turizm değerleri de karayolu bağlantısının entegre edilmesiyle tur programlarına dahil edilebilir. Dolayısıyla Karabük, Bartın ve Zonguldak destinasyonları ve bu destinasyonların sahip olduğu turizm ürünleri birlikte ele alınmalıdır.

Karaelmas Ekspresi veya daha nostaljik adıyla “Kömüre Giden Demiryolu”, yolcu taşımacılığının yanı sıra Türkiye’nin önemli enerji kaynağı olan kömürün taşınması amacıyla da kullanılmaktadır. Turistik Doğu Ekspresi’nde olduğu gibi Karaelmas Ekspresi’nin de turizm amaçlı kullanılması turistlerin bu bölgenin doğal, tarihi ve kültürel değerleriyle tanışmalarının önünü açacak ve TR 81 Bölgesinin gelişmesine önemli derecede katkıda bulunacaktır.

Tarihi Kentler Birliği tarafından 2015 yılında yayınlanan Kültür Rotaları Planlama Rehberi’nde turizm rotasının ana temasına, işlevine ve kapsamına göre değişiklik gösterse de rotalar üzerinde yer alan temel bileşenlerin belirlenmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu noktada rota kapsamına alınacak bölgenin değerleri; tarihsel ve kültürel bağlam (Tarihsel rol, konum, komşular, üretim deseni, kültürel ve ekonomik ilişkiler), tarihi yol izleri (Döşeme izleri, mil taşları, köprüler), Arkeolojik izler (Antik kentler ve/veya tekil yapı kalıntıları), Kırsal doku (Kırsal mimari, geleneksel yaşam, tarım ve hayvancılık), Tarihi kentler (Sivil mimari, anıtsal yapılar, çarşılar, meydanlar vb.), Somut olmayan kültür mirası (El sanatları, yemek kültürü, göç ritüelleri, üretim ritüelleri, hikâyeler vb.), Sembolik değerler (önemli kişiler, olaylar veya mekânlar), Doğal değerler (göl, nehir, dere, şelale, mağara, vadi, kanyon gibi görülmeye değer oluşumlar), Endemik değerler (Yöreye özgü bitki ve yaban hayatı), Korunan doğal alanlar (Milli parklar, tabiat parkları, sulak alanlar, anıt ağaçlar) başlıkları altında toplanmıştır (Karataş, 2015:47). Bu çalışmada da TR 81 Bölgesinin turizm değerleri aşağıda belirtilen başlıklar altında il ayrımına gidilmeden verilmektedir (Tablo 1).

Tablo 1: TR 81 Bölgesinin Turizm Değerleri

Tarihi Yol İzleri	Aşağı Tokatlı Köprüsü, Taşköprü, Çevrik Köprü, Konarı Köprüsü, Tokatlı Köprüsü, Kuşkayası Yol Anıtı
Arkeolojik İzler	Hadrianapolis Antik Kenti, Kimistene Antik Kenti, Ovacık Kaya Mezarları, Tios - Tieion Antik Kenti, İnönü Mağarası,
Kırsal Doku	Yörük Köyü, İncebacaklar Köyü, Yazıköy (Yenice), Yazıköy (Safranbolu), Sorkun Yaylası, Ulu Yayla, Sarıççek Yaylası, Boduroğlu Yaylası, Kokurdan Yaylası, Ardıç Yaylası, Gezen Yaylası, Zoni (Arıt) Yaylası, Katrovası Yaylası, Bölüklü Yaylası, Bacaklı Yaylası, Herkime Köyü Herkime Evleri.
Tarihi Kentler	Safranbolu, St. Stefanos Kilisesi (Ulu Cami), Gazi Süleyman Paşa Cami, Köprülü Mehmet Paşa Cami, Hidayetullah Cami, Taş Minare Cami, Dağdelen Cami, İzzet Mehmet Paşa Cami, Akçasu Cami, Küre-i Hadid Cami, Eski Hamam, Cinci Hamamı, Cinci Hanı, Safranbolu Saat Kulesi, İncekaya Su Kemerli, Yemenciler Arastası, Safranbolu Evleri, Ahşap Bartın Evleri, Taşhan, Amasra Kalesi, Fatih Cami, Cenova Şatosu, Eski Şapel, Tekkeönü Kalesi, Amasra Bedesten, Kemere Köprüsü, Aya Nikolas Kilisesi, Kadioğlu Mozaikleri.
Somut Olmayan Kültür Mirası	El Sanatları: Eflani Çember Bezi, Sepetçilik, Kaşıkçılık, Bastonculuk (Devrek Bastonu), Bakırcılık, Demircilik, Yemencilik, İğne Oyası, Bartın İşi Tel Kıрма, Ağaç Oymacılığı, Taş Sac yapımı, Ereğli Elpek Bezi, Çaycuma Pelemet Bezi, Gastronomi: Gözleme, Safranbolu Bükmesi, Safranbolu Lokumu, Kuyu Kebabı, Kara Mancar Yemeği, Mancar Dolması, Yaprak Dolması, Yayım (Ev Makarnası), Peruhi, Bandırma, Isıt Yemeği, Tavuklu Börek, Kabak Burması, Sini Çöreği, Çullu Börek, Bazlama, Su Böreği, Ev Baklavası, Safranlı Zerde, Hışmerim, Haluşka, Ballı Yoğurt, Amasra Salatası, Pirinçli Bartın Mantısı, Bartın Ağda Tatlısı, Bartın Tatlı Böreği, Deli Oğlan Sarığı, Devrek Beyaz Baklavası, Devrek Cevizli Kömeci, Çaycuma Manda Yoğurdu, Ereğli Pidesi, Osmanlı Çileği, Kestane Balı, Safranbolu Safranı,
Doğal Değerler	Bulak (Mencilis) Mağarası, Bulak Kanyonu, İncekaya Kanyonu, Tokatlı Kanyonu, Düzce (Kirpe) Kanyonu, Yaci Kanyonu, Sakaralan Kanyonu, Sırçalı Kanyonu, Şeker Kanyonu, Baklabostan Şelalesi, Yenice Ormanları, Kdz. Ereğli Fetih Çınarları, Ulukaya Şelalesi, Göl Deresi Şelalesi, Gergece Şelalesi, Aksu Şelalesi, Arıkayası Şelaleleri, Bartın Irmağı, Güzelcehisar Lav Sütunları, Gürcüoluk Mağarası, Gököl Mağarası, Çayırköy Mağarası, İnağzı Mağarası, Kızilelma – Cumayanı Mağara Sistemi, Sofular Mağarası, Madencioğlu Şelalesi, Süzek Deresi Şelaleleri ve Kanyonu, Güneşli Şelalesi, Kayalıdere Vadisi ve Şelalesi, Değirmenağzı Şelaleleri, Harmankaya Kanyonu ve Şelaleleri,
Endemik Değerler	Yenice Ormanları (Dünya Doğayı Koruma Vakfı tarafından 1999 yılında Avrupa ölçeğinde korunması gereken 100 Sıcak Nokta'dan biri olarak ilan edilmiş Yenice Ormanları, Türkiye'nin en büyük blok ormandır. Anıt ağaçları, yaşlı ormanları, yaban hayatı çeşitliliği ve endemik değerleriyle Avrupa'nın biyolojik zenginliğe sahip değerli alanlarından biridir.) Küre Dağları (Dünya Doğayı Koruma Vakfı tarafından 1999 yılında Avrupa ölçeğinde korunması gereken 100 Sıcak Nokta'dan biri olarak ilan edilmiş Küre Dağları Milli Parkı, 2012 yılında Avrupa'nın Korunan Alanlar Ağı'na (PAN Parks Network) Türkiye'den kabul edilen ilk milli park olmuştur. Sahip olduğu jeolojik ve peyzaj değerleri, ormanları, yaban hayatı çeşitliliği ve endemik değerleri, biyolojik zenginliğe sahip bir milli parktır. TR81 Bölgesi, zengin florası, faunası ve endemik değerleriyle görülmeye değer bir bölgedir.
Korunan Doğal Alanlar	Çamlık Tabiat Parkı, Baklabostan Tabiat Parkı, Gürleyik Tabiat Parkı, Sırçalı (Düzce) Kanyonu Yaban Hayatı Geliştirme Sahası, Çitdere Tabiat Koruma Alanı, Kavaklı Tabiat Koruma Alanı, Türbeçamu Tabiat Anıtı, Küre Dağları Milli Parkı, Balamba Tabiat Parkı, Ahatlar Tabiat Parkı, Gürcüoluk Mağarası Tabiat Parkı, Sökü Yaban Hayatı Geliştirme Sahası, Anıt Porsuk Ağacı, Gümeli Tabiat Anıtı, Milli Egemenlik Tabiat Parkı, Danaağzı Tabiat Parkı, Göldeği Tabiat Parkı.
Müzeler	Safranbolu Kent Tarih Müzesi, Kaymakamlar Gezi Evi, Çikolata Müzesi, Kahve Müzesi, Tabakhane Müzesi, Yenice İhlamur Teras Tabiat Müzesi, Amasra Müzesi, Bartın Kent Müzesi, Kemal Samancıoğlu Etnografya Müzesi, Küre Dağları Milli Parkı Ulus Ziyaretçi Merkezi ve Etnografya Müzesi (Kocagöz Konağı), Devrek Baston Müzesi, Zonguldak Maden Müzesi, Çanakçılar Arkeoloji ve Etnografya Müzesi, Kdz. Ereğli Kent Müzesi, Gazi Alemdar Gemisi Müzesi, Kdz. Ereğli Belediyesi Kent Müzesi.
Endüstriyel Miras	Zonguldak Merkez Lavuarı, TTK Yayla Konağı Misafirhanesi, Konuk Evi A tipi, Fener Mahallesi, Deniz Feneri, Doktorlar Lokali, Mühendisler Lokali, Deniz Kulübü, Lojmanlar, Zonguldak Limanı, Varagel Tüneli, Üzülmez Kültür Vadisi, Maden Şehitleri Anıtı, Uzun Mehmet Anıtı, Çatalağzı Lavuarı, Aşağı Kandilli Alanı, TTK Amasra İşletme Alanı ve Yapıları, Ölüce Deniz Feneri, Köseağzı Plajı, TCDD Çatalağzı Demiryolu İşletmeleri, Işıkveren Termik Santrali* *Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı'nun 2021 yılında yürüttüğü "TR81 Batı Karadeniz Bölgesi Endüstri Mirası Ögelerinin Araştırılması" çalışmasında bölgedeki tüm endüstriyel miras ögeleri görülebilmektedir.

Kaynak: Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Dünya Doğayı Koruma Vakfı, Batı Karadeniz Turizm Master Planı, BAKKA Kütüphane internet sayfalarından ve Türker ve Yaşar, (2019)'dan derlenmiştir.

TR81 Bölgesinde yer alan Karabük, Bartın ve Zonguldak illerine ait tarihi ve kültürel zenginlikler, doğal güzellikler ve endüstri mirası öğeleri (Tablo 1’de verilen değerlerin bazıları) Karaelmas Ekspresi’nin, Kırıkkale-Irmak Tren İstasyonu’ndan ayrılarak takip ettiği rota üzerinde (Çankırı, Çerkeş, Eskipazar, Karabük, Yenice, Çaycuma, Filyos, Zonguldak) işaretlenmiştir (Bkz. Resim 12).



Resim 9: Karaelmas Ekspresi Güzergahında ve Yakın Çevresinde Yer Alan Değerler

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

<https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1PyMHZC6yCWMhVhCFr5vJaNFwebAO4KO&usp=sharing>¹

TR81 Bölgesinde Karaelmas Ekspresi Rotasında Alternatif Tur Programları

Karaelmas Ekspresi, henüz turistik anlamda hizmet vermediği için burada belirtilen tur programlarının oluşturulmasında mevcut yolcu taşımacılığı sefer saatleri dikkate alınmıştır. Karaelmas ekspresi, TR81 Bölgesinde Karabük ve Zonguldak illerinden geçmektedir. Ancak bölgede yer alan Bartın ilinin turizm değerlerine de tur programlarında demiryolu ve karayolu entegrasyonu dikkate alınarak yer verilmiştir. Programların içeriğinde verilen gezi noktaları ve ziyaret süreleri misafirlerin ilgi alanına göre değiştirilebilir. Tur programları sürelerine ve içeriklerine göre çok farklı alternatiflere sahiptir. Çalışma kapsamında bölgede gerçekleştirilebilecek tüm tur programlarına yer vermek mümkün değildir. Bu nedenle çalışmada bölgeye tur düzenlemek isteyen seyahat acentalarının ve münferit yolcuların gerçekleştirebilecekleri veya farklı içeriğe sahip tur programı düzenleme noktasında onlara fikir verebilecek günübürlük, bir gece konaklamalı ve iki gece konaklamalı tur programlarına yer verilmiştir.

Günübürlük Alternatif Tur Programları

Yenice – Safranbolu (1. Alternatif): Yeniçağ, Mengen, Devrek, Yenice istikametinden karayoluyla gerçekleştirilecek seyahatle Yenice’ye varış ve Ihlamur Teras’da alınacak kahvaltıyla güne başlama (07.30 veya 08.00). Ihlamur Teras’da bulunan Tabiat Müzesi gezisi ve eşsiz manzarada çekilecek fotoğraflar için serbest zaman sonrası 09.44’te hareket edecek Karabük treni için en geç 09.15’te Ihlamur Teras’dan Yenice garına hareket. Yenice Ormanları eşliğinde 51 dakika sürecek tren yolculuğu ile 10.35’te Karabük garına varış. Garda bekleyen otobüsle Safranbolu gezisine Yörük Köyü ile başlama (11.00-12.30). Ardından Tokatlı Kanyonu’nda yer

¹ Harita üzerinde işaretlemeler yazar tarafından kategoriler bazında yapılmıştır. İlgili link ile işaretlemelerin ait olduğu değerlerin lokasyonunu görmek mümkündür.

alan Cam Teras, İncekaya Su Kemerisi gezisi (13.00-13.30) ve Bulak Mağarası ziyareti (14.00-15.30) gerçekleştirilir. Eski Safranbolu çarşısında yapılacak gezi (tarihi camiler, Cinci Han, Kaymakamlar Gezi Evi, müzeler, arasta ve çarşılar) ve serbest zaman sonrası otobüsle geri dönüş yolculuğuna başlanır (16.00-19.00). Bu program Safranbolu başlangıç noktası olarak da gerçekleştirilebilir. Bu durumda Karabük'ten 16.05'te hareket eden tren seferi kullanılabilir.

Yenice – Safranbolu (2. Alternatif): Yeniçağ, Mengen, Devrek, Yenice istikametinden karayoluyla gerçekleştirilecek seyahatle Yenice'ye varış ve İhlamur Teras'da alınacak kahvaltıyla güne başlama (08.00). İhlamur Teras'da bulunan Tabiat Müzesi gezisi ve eşsiz manzarada çekilecek fotoğraflar için serbest zaman sonrasında Yenice Ormanları'nın eşsiz güzelliğinde yerel rehber eşliğinde gerçekleştirilecek Trekking etkinliği (09.30-13.00). Saat 13.36'da hareket edecek Karabük treni için Yenice garına hareket (13.00). Yenice Ormanları eşliğinde 50 dakika sürecek tren yolculuğu ile 14.26'da Karabük garına varış. Garıda bekleyen otobüsle Safranbolu gezisine eski çarşı ile başlama (15.00). Gezi ve yemek molası ardından 17.30'da eski çarşıdan hareket. Hıdırlık Tepesi ve Yörük Köyü gezisi sonrası otobüsle dönüş yolculuğuna başlanır (17.45 - 19.30). Bu program Safranbolu başlangıç noktası olarak da gerçekleştirilebilir. Bu durumda erken saatlerde Safranbolu gezisine başlanması gerekmektedir. Karabük'ten 13.05'te hareket eden tren seferi kullanılabilir.

Zonguldak – Filyos (1. Alternatif): Zonguldak merkezde alınacak kahvaltı sonrası Maden Müzesi, Eğitim Ocağı, Gökgöl Mağarası, Fener Mahallesi, Varagel Tüneli gezisi sonrasında 13.30'da Zonguldak garından trene binerek Filyos'a hareket edilir. Karadeniz kıyısında doğa, deniz manzarası ve endüstriyel miras öğeleri eşliğinde gerçekleştirilecek 42 dakikalık tren yolculuğu ile Filyos'a varış (14.12). Filyos'da deniz kenarında alınacak yemek ve serbest zaman sonrasında otobüsle Tios Antik Kenti'nin de akropolü olan Filyos Kalesi'ne hareket (16.00). Filyos Kalesi gezisinden sonra Devrek – Mengen istikametinden dönüş için yola çıkış (17.00). Geri dönüş yolu üzerinde önce Çaycuma'nın meşhur manda sütü ürünleri için bir durak noktası olacak (17.40 – 18.00) daha sonra Devrek ilçesinin ünlü bastonlarını görebilmek için Devrek Baston Park'ta Baston Müzesi gezisi ve baston alışverişi (18.20-19.00) için ikinci bir durak noktası olacaktır.

Zonguldak – Filyos (2. Alternatif): Zonguldak merkezde alınacak kahvaltı sonrası (08.00-09.00) şehir merkezine 4 km mesafede bulunan Harmankaya Şelaleleri Tabiat Anıtı'nda yaklaşık 2.5 saatlik Trekking etkinliği gerçekleştirilir. Maden Müzesi, Eğitim Ocağı, Gökgöl Mağarası (12.00-14.15), öğle yemeği, Fener Mahallesi, Varagel Tüneli (14.30- 16.00) gezisi sonrasında 16.30'da Zonguldak garından trene binerek Filyos'a hareket edilir. Karadeniz kıyısında doğa, deniz manzarası ve endüstriyel miras öğeleri eşliğinde gerçekleştirilecek 42 dakikalık tren yolculuğu ile Filyos'a varış (17.12). Otobüsle Tios Antik Kenti'nin de akropolü olan Filyos Kalesi'ne hareket (17.30). Filyos Kalesi gezisinden sonra Devrek – Mengen istikametinden dönüş için yola çıkış (18.15). Geri dönüş yolu üzerinde zamana göre Çaycuma'nın meşhur manda sütü ürünleri alışverişi ve Devrek Baston Park'ta Baston Müzesi gezisi ve baston alışverişi için iki ayrı durak noktası eklenebilir. Bu program, Filyos başlangıç noktası olarak da gerçekleştirilebilir. Bu durumda Filyos'dan saat 09.26'da hareket edecek trene yetişmek için Filyos Kalesi gezisinin 07.30-08.00 saatleri arasında gerçekleştirilmesi, kahvaltının da Filyos'da 08.15 ve 09.10 saatleri arasında alınması gerekmektedir.

Bir Gece Konaklamalı Alternatif Tur Programları

Zonguldak – Filyos – Amasra – Çaycuma – Safranbolu: Zonguldak merkezde alınacak kahvaltı (09.00-10.00) ile başlayan tur programı, Maden Müzesi ve Eğitim Ocağı (10.15-11.45), Gökgöl Mağarası (12.00-13.15), öğle yemeği, Fener Mahallesi, Varagel Tüneli (13.15- 16.00) gezisi

sonrasında 16.30'da Zonguldak garından trene binerek Filyos'a hareket edilir. Varış saati 17.12. Otobüsle Tios Antik Kenti'nin de akropolü olan Filyos Kalesi'ne hareket (17.30). Filyos Kalesi gezisinden (17.40-18.15) sonra karayolu ile Amasra'ya yolculuk (18.15 – 19.30). Konaklama Amasra'da gerçekleşiyor. Erken alınacak sabah kahvaltısı ardından Amasra Kalesi, Kemere Köprüsü, Fatih Cami, Ceneviz Şatosu, Amasra Müzesi gezisi, serbest zaman ve Çaycuma'ya hareket (11.00). 12.45'te Çaycuma garından Karabük yolculuğumuz için trene binmeden önce Çaycuma süt ürünleri alışverişi yapılabilir. 14.26'da Karabük'e varış ve otobüsle Safranbolu'ya hareket (14.45). Eski Safranbolu çarşısında yemek molası (15.15-16.00) sonrasında 16.00- 18.30 saatleri arası eski çarşıda gezi gerçekleştirilir ve serbest zaman verilir. 18.30'da dönüş yolculuğu başlar.

Kdz. Ereğli – Zonguldak – Filyos – Devrek: Kdz. Ereğli sahilinde alınacak kahvaltı (09.00-10.00) sonrası Alemdar Gemi Müzesi gezisi ile tur programına başlanır (10.15-10.45). Karadeniz Ereğli Müzesi (11.00-11.30), Osmanlı çileği ürünleri ve Elpek bezi satış noktaları (11.30-12.00), Cehennemağzı Mağaraları (12.10-13.10), Kdz. Ereğli sahilinde bulunan Fetih Çınarları ve Bozhane gezisi (13.20-14.00), öğle yemeği (14.00-15.00) ve sonrasında Zonguldak'a hareket (15.00-16.00). Harmankaya Şelaleleri Tabiat Anıtı'nda yaklaşık 2,5 saatlik Trekking etkinliği gerçekleştirilir (16.00-18.30). Konaklama Zonguldak merkezde. Ertesi gün sabah kahvaltısından sonra Gökgöl Mağarası gezisi (08.30-09.45), Maden Müzesi ve Eğitim Ocağı gezisi (10.00-11.30), Fener Mahallesi ve Varagel Tüneli gezisi (11.45-13.00). 13.30'da hareket edecek Filyos treni için 13.00'de Zonguldak garına hareket, 42 dakikalık tren yolculuğu ile Filyos'a varış (14.12). Filyos'da deniz kenarında alınacak yemek ve serbest zaman sonrasında otobüsle Tios Antik Kenti'nin de akropolü olan Filyos Kalesi'ne hareket (16.00). Filyos Kalesi gezisinden sonra Devrek – Mengen istikametinden dönüş için yola çıkış (17.00). Geri dönüş yolu üzerinde önce Çaycuma'nın meşhur manda sütü ürünleri için bir durak noktası olacak (17.40 – 18.00) daha sonra Devrek ilçesinin ünlü bastonlarını görebilmek için Devrek Baston Park'ta Baston Müzesi gezisi ve baston alışverişi (18.20-19.00) için ikinci bir durak noktası olacaktır.

Safranbolu – Yenice – Devrek: Gerede-Karabük yolu üzerinde yer alan Eskipazar'da Hadrianapolis Antik Kenti gezisiyle programa başlanır (08.00-08.45). Eskipazar'dan 1 saatlik yolculuk sonunda saat 09.45'te Safranbolu'ya ulaşılır. Kahvaltı (09.45-10.45) ardından eski çarşı gezisi ve serbest zaman (10.45-13.30). Hıdırlık tepesi (13.40-14.10), Yörük Köyü (14.30-16.00), Cam Teras ve İncekaya Su kemeri (16.30-17.30), Konaklama Safranbolu. Sabah kahvaltısı (08.15-09.15), Bulak Mağarası gezisi (09.45-12.00), saat 13.05'te hareket edecek tren için Karabük garına hareket (12.00-12.45). 55 dakika sürecek tren yolculuğu sonrası Yenice'ye varış (14.00). Otobüsle Ihlamur Teras'a gidiş, öğle yemeği ve serbest zaman (14.00-16.30). 16.30'da Yenice-Devrek-Mengen istikametinden dönüş yolculuğu başlar. 17.30'da Devrek Baston Park'ta Baston Müzesi gezisi ve baston alışverişi için verilen mola sonrası 18.15'te hareket edilir.

İki Gece Konaklamalı Alternatif Tur Programı

Safranbolu – Yenice – Amasra – Filyos - Zonguldak: Gerede-Karabük yolu üzerinde yer alan Eskipazar'da Hadrianapolis Antik Kenti gezisiyle programa başlanır (08.00-08.45). Eskipazar'dan 1 saatlik yolculuk sonunda saat 09.45'te Safranbolu'ya ulaşılır. Kahvaltı (09.45-10.45) ardından eski çarşı gezisi ve serbest zaman (10.45-13.30). Hıdırlık tepesi (13.40-14.10), Yörük Köyü (14.30-16.00), Cam Teras ve İncekaya Su kemeri (16.30-17.30), ilk gece konaklama Safranbolu. Sabah kahvaltısı (08.15-09.15), Bulak Mağarası gezisi (09.45-12.00), saat 13.05'te hareket edecek tren için Karabük garına hareket (12.00-12.45). 55 dakika sürecek tren yolculuğu sonrası Yenice'ye varış (14.00). Otobüsle Ihlamur Teras'a gidiş, öğle yemeği ve serbest zaman (14.00-16.30). 16.30'da Yenice'den Amasra'ya hareket ve 18.15'te Amasra'ya varış. İkinci gece konaklama Amasra. Erken

alınacak sabah kahvaltısı ardından Amasra Kalesi, Kemere Köprüsü, Fatih Cami, Ceneviz Şatosu, Amasra Müzesi gezisi, serbest zaman ve Filyos'a hareket (11.00). Filyos Kalesi gezisi (12.15-12.45), 13.18'de hareket edecek trenle 44 dakikalık yolculuk sonrasında 14.02'de Zonguldak garına ulaşıyoruz. Öğle yemeği (14.15-15.15) sonrasında Maden Müzesi ve Eğitim Ocağı gezisi (15.30-17.00) ile Gököl Mağarası gezisi (17.15-18.30) gerçekleştirilip dönüş yoluna çıkılır.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Tren turizminin, son yıllarda oldukça tercih edilen bir alternatif turizm çeşidi olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Trenle gerçekleştirilen seyahatler bazen turizm olayına katılmanın temel amacı olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin dünyanın ünlü ve lüks trenleri olarak bilinen Maharajas Ekspresi (Hindistan), Palace On Wheels (Hindistan), Rovos-Pride of Africa (G. Afrika), Blue Train (G. Afrika), Golden Eagle Trans Sibiry Ekspresi (Rusya) ile gerçekleştirilecek seyahatlerde temel motivatör yolculuğun trenle gerçekleştirilecek olmasıdır.

Dünya genelinde her yıl daha fazla talep görmeye başlayan tren seyahatleri, misafirlere keyifli bir yolculuk eşliğinde güzergah üzerinde ve yakın çevresinde yer alan doğal güzellikler, tarihi ve kültürel zenginlikler ile buluşma, farklı deneyimler yaşama, yöresel değerleri tanıma şansı sunmaktadır. Türkiye'de turistik amaçla belirli dönemlerde hizmet veren Turistik Doğu Ekspresi'nin yanı sıra turistik adını taşımasa da yerli ve yabancı turistler tarafından tercih edilen Doğu Ekspresi, Van Gölü Ekspresi, Göller Ekspresi, Güney Kurtalan Ekspresi, Erciyes Ekspresi, Toros Ekspresi, Ege Ekspresi, Pamukkale Ekspresi, Ankara Ekspresi gibi diğer ana hat trenleri de turizmin canlanmasına önemli katkılarda bulunmaktadır. Doğal güzellikler içinde ilerleyen Karaelmas Ekspresi'nin hizmete başlaması, Batı Karadeniz Bölgesi'nde de turizmin canlanmasına ve bölgenin kalkınmasına destek olacaktır. Farklı bir tren rotası olmasının yanı sıra Yenice blok ormanlarının içinden geçmesi, Filyos – Zonguldak arasında deniz kıyısında ilerlemesi de bu hattı özel kılan nedenlerdir.

Dünya genelinde demiryolu ulaşımının, nostaljik oluşunun yanı sıra hız ve konfor olarak da turizm sektöründe tercih edilme oranının giderek artması Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları'nın bu alanda uzun yıllardır gerçekleştirdiği yatırımların hızlanmasını sağlamıştır. TCDD'nin yatırımlarının yanı sıra demiryolu ulaşımını konu alan turizm projelerini desteklemesi de bu noktada önem arz etmektedir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin hazırladığı 'Gastronomi Treni Projesi' tren turizmiyle birlikte destinasyonların gastronomik kimliklerini ön plana çıkarmaya katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Proje kapsamında charter yemekli vagonların, TCDD Taşımacılık AŞ.'nin Türkiye'de gerçekleştirdiği ekspres trenlerine bağlanarak yerel lezzetlerin duraklarda trenlere ulaştırılması, böylece gastronomik değerlerin tanıtımının gerçekleştirilmesi ve yerel esnafın kalkınması amaçlanmaktadır. Projenin öncelikle Erciyes Ekspresi'nde başlaması sonrasında Pamukkale Ekspresi ve Ege Ekspresi'nin de devreye girmesi planlanmaktadır. Gastronomi Treni Projesi'nin, Karaelmas Ekspresi hattında da ilerleyen dönemlerde hayata geçirilebilecek bir proje olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Tren turizmi, güzergah üzerindeki destinasyonların yanı sıra yakın çevresindeki destinasyonların tanıtımı ve pazarlanması noktasında da önemlidir. Bu nedenle turizm rotalarının oluşturulmasında destinasyondaki iş birliğinin yanı sıra yakın destinasyonlar arasında da iş birliğinin gerçekleştirilmesi, altyapı, araştırma-değerlendirme, planlama, gerçekleştirme-tanıtım süreçlerinin birlikte ele alınması çalışmaların devamlılığı ve başarıya ulaşması açısından gereklidir. Zonguldak, Karabük ve Bartın illerini kapsayan TR 81 Bölgesinde bu iş birliğinin sağlanması, bölgenin bütün olarak turizm potansiyelinin arttırılmasına katkıda bulunacaktır. Karabük ilinin Unesco Dünya Miras listesinde bulunan Safranbolu ilçesine sahip

olması, Bartın ilinin doğal güzeleğe ve tarihi zenginliğe sahip Amasra ilçesine sahip olması bu iller için önemli avantajlar sunmaktadır. Ancak mevcut destinasyonların yakın destinasyonlarla iş birliği yapması, ürün çeşitlendirmesi ve tekrarlanan seyahatlerin artmasına da katkıda bulunmaktadır.

Çalışma kapsamında demiryolu ve karayolu ulaşımını entegre şekilde içeren günübirlik dört farklı tur programı, bir gece konaklamayı içeren üç farklı tur programı, iki gece konaklamayı içeren bir tur programı hazırlanmıştır. Bu tur programları, TR 81 Bölgesine tur düzenlemek isteyen veya farklı programlar uygulamak isteyen seyahat acentalarının ve bireysel olarak seyahat eden turistlerin rahatlıkla uygulayabilecekleri tur programlarıdır. Alan çalışması esnasında araştırmacı tarafından bizzat uygulanmalarının yanı sıra günübirlik tur programlarından iki tanesinin ve konaklamalı tur programlarından bir tanesinin seyahat acentaları tarafından bizzat uygulanmasında da sorun yaşanmamıştır. Bir aksaklık yaşamamak adına tur programlarının uygulama döneminde geçerli olan tren saatlerinin dikkate alınması gerekmektedir. TR 81 Bölgesi'ne yönelik hali hazırda uygulanabilecek farklı tur programlarının olması bölgeye yönelik turizm hareketlerinin artmasına hizmet etmenin yanında, kültürel ve doğal mirasa olan hassasiyetin artırılması, koruma bilincinin yaygınlaştırılması ve yerel ekonominin canlanması açısından da katkı sağlayacaktır.

Bir destinasyonun, sahip olduğu turizm değerlerini bölgeyi bilmeyen seyahat acentalarına ve münferit misafirlere kolaylıkla sunabilmesi noktasında kültür, doğa, sağlık, gastronomi gibi seyahat amaçlarına göre değişen, günübirlik ve farklı sayıda geceleme içeren, farklı güzergah, ulaşırma ve ziyaret noktalarını kapsayan alternatif tur programlarına sahip olması önemli bir avantajdır. Farklı alternatifleri içeren tur programlarının hazır olması seyahat acentalarını destinasyona yönelik tur organize etme noktasında motive edici bir unsur olabilmektedir. Bu nedenle TR 81 Bölgesi için trekking, gastronomi, kültür, sağlık vb. seyahat amaçlarına yönelik farklı tur programlarının hazırlanması ve bu programların ilgili destinasyonların İl Kültür Turizm Müdürlüklerinin ve turizmle ilgili kuruluşların internet sitelerinde, varsa destinasyona ait internet sitesinde sunulması önem arz etmektedir. İlerleyen dönemlerde yapılacak çalışmalar da TR 81 Bölgesi dışında kalan ancak bu illere sınır olan Kastamonu, Çankırı, Bolu, Düzce illerini de kapsayan tur programlarının hazırlanması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Akagündüz, Ü. (2016). Demiryollarının Dünyadaki Gelişimi ve Bu Gelişimin Türkiye'ye İlk Yansımaları, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(36): 452-472.
- Albalate, D. and Fageda, X. (2016). High Speed Rail and Tourism: Empirical Evidence from Spain, *Transportation Research Part A*, 85, 174-185.
- Alkan, A. (2018). Alternatif Bir Turizm Rotası: Kurtalan Ekspresi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 1016-1038.
- Arıkan, İ. ve Ahıpaşaoğlu, S. (2005). *Ulaşırma İşletmeleri*, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Arslan, E. (2019). Burdur'da Doğa Turizmi ile İlişkili Alternatif Rotaların Belirlenmesi, *International Journal of Geography and Geography Education*, (40), 332-346.
- BAKKA, (2013). Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı, Batı Karadeniz Turizm Master Planı, Cilt 1, Mevcut Durum Analizi, <https://bakkakutuphane.org/kategori/bolge-planlari/23>, [Erişim Tarihi: 20.12.2020].
- BAKKA Kütüphane, <https://bakkakutuphane.org/>, [Erişim Tarihi: 20.12.2021].

- Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <https://bartin.ktb.gov.tr/>, [Erişim Tarihi: 20.12.2021].
- Batı Karadeniz Turizm Master Planı, <http://batikaradeniz.gov.tr/>, [Erişim Tarihi: 20.12.2021].
- Baykal, F. (2015). Uluslararası Turizm Ulaştırmasının Akış Yönü ve Dağılımı Dokusu, *Ege Coğrafya Dergisi*, 24(2), 57-68.
- Blancheton, B. and Marchi, J.-J. (2013). The Three Systems of Rail Tourism: French Case, *Tourism Management Perspectives* 5, 31-40.
- Borak, S. (1969). Demiryollarının Tarihi, *Hayat Tarih Mecmuası*, 12(98), 82-86.
- Briedenhann, J. and Wickens, E. (2004). Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas—Vibrant Hope or Impossible Dream?, *Tourism Management* 25, 71-79.
- Bruwer, J. (2003). South African Wine Routes: Some Perspectives on the Wine Tourism Industry's Structural Dimensions and Wine Tourism Product, *Tourism Management* 24, 423-435.
- Buluk, B. ve Eşitti, B. (2019). Batıdan Doğuya Yavaş Seyahat: Doğu Ekspresi'nin Kars'ın Sürdürülebilir Turizm Gelişimine Etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 159-176.
- Büyükc, Ö. ve Can, E. (2020). Zeytinyağı Kültürel Rotalarının Turizm Potansiyeli Açısından Değeri ve Türkiye'de Uygulanabilirliği. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 191-210.
- Ceylan, V., Ceylan, F. ve Yaman, M. (2018). 70 Yıl Sonra Gelen Değişim: Doğu Ekspresi Yolculuğunun Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi, *1. Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Yeni Trendler Konferansı* (01-03 Kasım) Sapanca, 134-144.
- COE, (2021a). Council of Europe, Cultural Routes of the Council of Europe Programme <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/home>, [Erişim Tarihi: 10.12.2021].
- COE, (2021b). Council of Europe, Explore all Cultural Routes by Theme, <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/by-theme>, [Erişim Tarihi: 13.12.2021].
- Cook, R. A., Hsu, C. H. C. ve Marqua, J. J. (2016). *Turizm, Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği*, 5. Basımdan Çeviri (Çev. Edt. M. Tuna), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Corbin, J. and Strauss, A. (2008). Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory, (3rd ed.), Sage Publications, Inc.
- CRS, (2021). Kültür Rotaları Derneği, Rotalar, <https://culturerolesinturkey.com/tr/tum-rotalar/>, [Erişim Tarihi: 18.12.2021].
- Çakır, A., Çiftçi, G. ve Çakır, G. (2017). Trakya Turizm Rotası Projesi: Lezzet Rotası Üzerine Bir Değerlendirme *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/Special issue 2, 194-205.
- Çakmak, V. ve Altaş, A. (2018). Sosyal Medya Etkileşiminde Tren Yolculukları: Doğu Ekspresi ile İlgili Youtube Paylaşım Videolarının Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 390-408.
- Çakmak, T. F. (2021). Zonguldak İlinin Endüstriyel Miras Turizmi Üzerine Bir Tur Rotası. *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 150-161.
- Durlu Özkaya, F., Özkaya, M.T., Tunaliöglu, R., Bayar, R. ve Tunaliöglu E. (2018). Anadolu'da Zeytin ve Zeytinyağı Yemekler Rotası, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(3), 263-274.
- Dünya Doğayı Koruma Vakfı, <https://www.wwf.org.tr/?1143/yeniceormanlarikorumaaaltinaalinsin>, [Erişim Tarihi: 01.01.2022].

Erşen, G., Yüncü, H. R., Metin, T. C. ve Çabuk, A. (2016). Gastronomi Turizminde Yeni Açılımlar: Karaburun Zeytin Rotalarının Coğrafi Bilgi Sistemleri ile Analizi, *Gastronomi Turizmi Kongresi*, Balıkesir.

Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (2018). *Tourism: principles and practice*, 6. Baskı, United Kingdom: Pearson.

Flognfeldt, T. (2005). The Tourist Route System – Models of Travelling Patterns, *Belgian Journal of Geography*, 1-2, 35-58.

Gül, S. ve Yılmaz, A. (2020). Yerel Kalkınmanın Bir Aracı Olarak Kültür Turizmi ve Kültür Rotaları: Vezirköprü Yöresi Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1855-1879.

Hacıoğlu, N. (2006). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, Ankara: Nobel Yayıncılık.

Halaç, H.H. ve Benzer, M. (2019). Küçük Yerleşim Yerlerinin Turizme Açılmasında Kültürel Mirasın Rota ile Kurgulanması, *Geomatik Dergisi*, 4(1), 23-29.

<https://op.uab.gov.tr/uploads/pages/yayinlarimiz/newsletter-ikz-tr.pdf>, [Erişim Tarihi: 27.03.2021].

<https://www.britannica.com/biography/George-Stephenson>, [Erişim Tarihi: 08.11.2021].

<https://www.routard.com/contenu-dossier/cid135527-15-voyages-en-train-dans-le-monde-a-decouvrir.html?page=2>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://www.glacierexpress.ch/fr/conception-voyage/tarifs/>, [Erişim Tarihi: 06.07.2022].

<https://www.glacierexpress.ch/de/reiseplanung/preise/>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://www.yonder.fr/destinations/grand-angle/le-glacier-express-le-train-rapide-le-plus-lent-du-monde-suisse>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://www.traindeluxe.com/compagnies/18-el-transcantabrico>, [Erişim Tarihi: 06.07.2022].

<https://www.luxurytrainclub.com/fr/trains/el-transcantabrico-gran-lujo/>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://francais.amtrak.com/california-zephyr-train>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://www.vacationsbyrail.com/tours/amtrak-california-zephyr-experience-chicago-san-francisco/>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://shongololo.com/>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://shongololo.com/route/southern-cross/>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://shongololo.com/route/dune-express/>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://shongololo.com/route/good-hope/>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://www.train-registan.fr/circuit-almaty-ashgabat-mars-avril/>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://www.routard.com/contenu-dossier/cid135527-15-voyages-en-train-dans-le-monde-a-decouvrir.html?page=5>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<http://luxurytrainstravel.com/registan-great-silk-road-2020-2021.php>, [Erişim Tarihi: 20.08.2021].

<https://www.australia.com/fr-fr/trips-and-itineraries/sydney-and-surrounds/4-days-on-board-the-indian-pacific-train.html>, [Erişim Tarihi: 21.08.2021].

<https://australie-a-la-carte.com/voyage-en-train-australie/train-indian-pacific-sydney-perth>, [Erişim Tarihi: 21.08.2021].

- <https://journeybeyontrain.com.au/guest-information/fares-and-timetables/indian-pacific-2021-fares-timetable/>, [Erişim Tarihi: 21.08.2021].
- <https://www.australia.com/fr-fr/trips-and-itineraries/trip-planner.html#dVb423KA>, [Erişim Tarihi: 28.11.2021].
- <https://tr.railturkey.org/seyahat/trenler/anahat/doguturistik/>, [Erişim Tarihi: 28.11.2021].
- <https://www.tcddtasimacilik.gov.tr/duyuru/153>, [Erişim Tarihi: 28.11.2021].
- <https://www.tcddtasimacilik.gov.tr/tren/guney-kurtalan-ekspresi/>, [Erişim Tarihi: 06.12.2021].
- <http://www.kurtalan.gov.tr/kurtalan-ekspresiii>, [Erişim Tarihi: 06.12.2021].
- <https://rayhaber.com/2021/12/karaemas-ekspresi-ankara-karabuk-tren-seferleri-basliyor/>, [Erişim Tarihi: 03.01.2022].
- <https://www.olay18.com/karaemas-ekspresi-yolcu-seferleri-baslamadan-bitti/>, [Erişim Tarihi: 03.01.2022].
- <https://www.cankiripostasi.com/gundem/karaemas-ekspresi-yolcu-tren-seferleri-ertelendi-h9970.html>, [Erişim Tarihi: 03.01.2022].
- <https://www.pusulagazetesi.com.tr/karaemas-ekspresi-basliyor-zonguldak-2021e-kaliyor-161774-haberler.html>, [Erişim Tarihi: 03.01.2022].
- <https://ebilet.tcddtasimacilik.gov.tr/view/eybis/tnmGenel/bolgeselSeferler.jsf?>, [Erişim Tarihi: 03.01.2022].
- ICOMOS, (2008). The Icomos Charter on Cultural Routes, http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_en0623812001536913379.pdf, [Erişim Tarihi: 13.12.2021].
- Karabulut, Y. (1997). Türkiye’de Demiryolu Ulaşımı, Ankara Üniversitesi, *Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, Sayı 6, 163-187.
- Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <https://karabuk.ktb.gov.tr/>, [Erişim Tarihi: 20.12.2021].
- Karacakaya, R., Yücedağ, İ. ve Yılmaz, N. (2013). *Arşiv Belgelerinde Karabük, Karabük Valiliği Kültür Yayınları*, ISBN: 97 -605-149-015-1, İstanbul: Seçil Ofset.
- Karadeniz, V. ve Akpınar, D. (2014). Sivas-Erzurum Demiryolunun Yapım Süreci, Sosyo-İktisadi Etkileri ve Geleceği, *Atatürk Dergisi*, 3(1), 13-40.
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (32. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karataş, E. (2015). *ÇEKÜL Vakfı Kültür Rotaları Planlama Rehberi*, ISBN: 978-975-92451-5-3, İstanbul: Tarihi Kentler Birliği Yayınları.
- Kervankıran, İ. ve Çuhadar, M. (2014). Turizm Rotalarının oluşturulmasında Coğrafi Bilgi Sistemlerinin Önemi, III. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, 04-05 Nisan, Kuşadası, Aydın, 576-589.
- Küçükkuşurlu, M. ve Saylan, G.F. (2008). Şimendiferin Erzurum Yolculuğu, Atatürk Üniversitesi, *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, Sayı 38, 313-342.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023, Eylem Planı 2007-2013. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları-3085.
- Lourens, M. (2007). Route Tourism: A Roadmap for Successful Destinations and Local Economic Development, *Development Southern Africa*, 24 (3), 475-489.

- Pektaş, İ. (2017). Raylı Ulaşım Sistemleri Sektör Analizi, Anadolu Raylı Ulaşım Sistemleri Kümelenmesi Yayınları, Erişim: <https://www.anadoluraylisistemler.org/content/upload/document-files/rayli-sistemler-sektor-an-20180106120111.pdf>, Erişim Tarihi: 12.05.2021.
- Rogerson, C.M. (2007). Tourism Routes as Vehicles for Local Economic Development in South Africa: The Example of the Magaliesberg Meander, *Urban Forum*, 18, 49-68.
- Rota, Y. (2012). Demiryolu Ulaştırması, Turizm Ulaştırması içinde, Edt. Erdoğan Cavcar, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2763, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1721, Eskişehir.
- Selim, S. ve Sönmez, N.K., (2017). Coğrafi bilgi sistemleri tabanlı rota planlama: Likya Bölgesi Idebessos Antik Kenti, *Turkish Journal of Forestry*, 18(4), 302-308.
- Tamçelik, S. (2000). Osmanlı Dönemi Demiryollarının Tarihi Gelişimi İçerisinde Siyasî, İktisadî ve Sosyal Etkiler. *Erdem*, 12(35), 483-535.
- Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP>, [Erişim Tarihi: 20.12.2021].
- Türker, N. ve Yaşar, Z. (2019). Batı Karadeniz Bölümü Antik Kentlerinin Kültürel Miras Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 1-26.
- Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demir Yolları Taşımacılık (2020). 2019 Faaliyet Raporu, TCDD Taşımacılık A.Ş. Yayın No: 2020-1, Ankara.
- Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demir Yolları Taşımacılık (2021). 2020 Faaliyet Raporu, TCDD Taşımacılık A.Ş. Yayın No: 2021-1, Ankara.
- Yang, Z. and Li, T. (2020). Does High-Speed Rail Boost Urban Tourism Economy in China?, *Current Issues in Tourism*, 23(16), 1973-1989.
- Yavuz, M. ve Tavukçu, A.Y. (2012). Doğukapı-Akyaka-Kars-Sarıkamış-Erzurum Eski Demiryolu Hattı ve Mimari Yapılanması (I), *Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 29(1), 293-312.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zaman, E. M. (2006). Kömüre Giden Demiryolu, içinde Mühendislik ve Mimarlık Öyküleri-2, ss.11-22, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Yayını, ISBN:9944-89-127-4, Ankara.
- Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <https://zonguldak.ktb.gov.tr/>, [Erişim Tarihi: 20.12.2021].



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Covid-19 İyileşme Sürecinin Uluslararası Turizme Etkileri ve Orta Doğu Pazarına Yönelik Bir Alan Çalışması

Dr. Öğr. Üyesi Cüneyt MENGÜ, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, İstanbul, e-posta: cuneytmengu@iuc.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2202-054X>

Öz

Dünyada yaşanan salgınlar, doğal afetler, savaşlar ve ekonomik durgunluklar, kırılgan yapısı nedeniyle öncelikle turizm endüstrisini olumsuz etkilemektedir. Covid-19 pandemisi, 2020 ve 2021 yıllarında tüm dünya ülkelerinde benzeri görülmemiş sosyo-ekonomik hasarlara yol açmış, turist sayılarında ve turizm gelirlerinde büyük düşümlere neden olmuştur. 2021 yılının ikinci yarısından itibaren ülkeler tarafından alınan önlemlerin ardından uluslararası turizm hareketlerinde önemli bir artış yaşanmış ve aynı zamanda dünya genelinde Covid-19 sonrası iyileşme sürecinde belirgin bir toparlanma başlamıştır. Bu çalışmanın amacı; Covid-19 iyileşme sürecinde küresel bazda turizm taleplerinde yaşanan değişiklikler kapsamında, uluslararası turizm endüstrisi açısından önem arz eden Orta Doğu Pazarına yönelik turistik talep eğilimlerini, destinasyon seçimini ve tatil tercihlerini incelemektir. Bu bağlamda, literatür taramasının yanı sıra, Covid-19 ve Covid-19 iyileşme süreçleri ile ilgili kavramsal çerçeve kapsamında konunun önemi, amacı, araştırma yöntemleri ve sürecin küresel bazda turizm taleplerini hangi oranda etkilediği ve seyahat acentaları üzerindeki yansımaları irdelenmiştir. Orta Doğu pazarı, uluslararası turizm endüstrisi açısından yurt dışı çıkışları ve turizm gelirleri açısından çok önemlidir. Saha çalışması kapsamında Orta Doğu Pazarında öncü pozisyonunda olan 121 seyahat acentasının üst düzey yöneticilerinden anket yoluyla veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS paket 26 programı ile frekans, korelasyon ve betimsel istatistikler kullanılarak analiz edilmiş ve sonuç bölümünde gerekli değerlendirmeler yapılmıştır. Bu çalışma, küresel turizm literatürüne katkı sağlayacak, turizm ve seyahat acentaları için bir yol haritası mahiyetindedir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19 Sonrası, Uluslararası Turizm, Orta Doğu Pazarı, Seyahat Acentaları, Talep Eğilimleri, Saha Çalışması.

Makale Gönderme Tarihi: 31.07.2022

Makale Kabul Tarihi: 06.10.2022

Önerilen Atıf:

Mengü, C. (2022). Covid-19 İyileşme Sürecinin Uluslararası Turizme Etkileri ve Orta Doğu Pazarına Yönelik Bir Alan Çalışması, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1371-1390.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(10): 1371-1390. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1104](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1104)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

The Impacts of the Covid-19 Recovery on the International Tourism and a Field

Assistant Prof. Dr. Cüneyt MENGÜ, İstanbul University-Cerrahpaşa, Vocational School of Social Sciences, İstanbul, e-mail: cuneytmengu@iuc.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2202-054X>

Abstract

Epidemics, natural disasters, wars, and economic recessions in the world primarily affect the tourism industry negatively due to its fragile structure. The Covid-19 pandemic has caused unprecedented socio-economic damage in all countries of the world in 2020 and 2021 and has caused great decreases in the number of tourists and tourism revenues. As of the second half of 2021, after the measures taken by the countries, there has been a significant increase in international tourism movements, and at the same time, the Post Covid-19 recovery period has started throughout the world. This study aims to examine touristic demand trends, destination selection, and holiday preferences for travelers in the Middle East Market within the scope of change in tourism demands on a global basis during the Covid-19 recovery period. In this context, in addition to the literature review, regarding Covid-19 and Covid-19 recovery, within the scope of the conceptual framework, the importance of the subject, its purpose, research methods, and to which extent the process affects tourism demands on a global basis and its reflections on travel agencies have been examined. The Middle East market is very important for the international tourism industry in terms of outgoing travel and tourism revenues. Within the scope of the field study, data were collected from the top managers of 121 travel agencies, which are in the leading position in the Middle East Market. The data obtained were analyzed using the SPSS package 26 program using frequency, correlation, and descriptive statistics, and necessary evaluations were made in the conclusion part. This study is a roadmap for tourism and travel agencies that will contribute to the global tourism literature.

Keywords: Post Covid-19, International Tourism, Middle East Market, Demand Trends, Field Study.

Received: 31.07.2022

Accepted: 06.10.2022

Suggested Citation:

Mengü, C. (2022). The Impacts of the Covid-19 Recovery on the International Tourism and a Field, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1371-1390.

GİRİŞ

Geçmişten günümüze kadar geçen süre boyunca insanlar birçok salgın nedeniyle toplu ölümlerle karşı karşıya kalmışlardır. Seyahat olgusunun henüz gelişmemiş olduğu devirlerde salgın hastalıklar sadece belirli bölgeleri etkilemiş ve sosyo-ekonomik olarak olumsuz değişimlere yol açmıştır. Günümüzde uluslararası turizm hareketlerinin gelişmesi ile kıtalararası seyahatler hızla arttığından, insanlar turizm veya ticaret amaçlı olarak istedikleri bir bölge veya ülkeye kolayca seyahat edebilmektedirler. 2019 yılının sonlarında beklenmedik bir şekilde ortaya çıkan Covid-19 pandemisi hem toplu insan ölümlerine hem de tüm dünya ülkelerinde bugüne kadar görülmemiş sosyo-ekonomik tahribatlara yol açmıştır (Mengü, 2022:287). Covid-19 pandemisinin hızla yayılması sonucunda ülkelerin zaman zaman sınır kapılarını yabancı ziyaretçilere kapatması, vize kısıtlamaları uygulamaları ve uçuşlara belirli sürelerde geçici olarak ara verilmesinden dolayı uluslararası turizm hareketleri neredeyse durma noktasına gelmiştir (Altun ve Dinçer, 2021:195; Harputluoğlu, 2020:115; Li vd., 2020; Zheng, Luo ve Ritchie, 2021).

Covid-19 pandemisinin turizm hareketleri açısından etkilerini iki açıdan ele almak mümkündür. Birincisi, Covid-19 sürecinde özellikle 2020 yılında turizmde ciddi bir duraklama yaşansa da sınırlı sayıdaki insanların seyahat etme isteklerinin devam ettiği görülmüştür (Kaygısız, 2021:86). İkincisi ise, özellikle 2021 yılının ikinci yarısında ülkeler tarafından alınan önlemler sayesinde dünyada vaka sayılarında düşüş yaşanırken uluslararası turist sayılarında belirgin bir artış sağlanmıştır. Bu bağlamda, turizmde yaşanan olumlu gelişmeler ve hareketlilik sonucunda, uluslararası turizmde global talep değişiklikleri ve destinasyon seçimi faktörleri bazında Covid-19 sonrası iyileşme sürecinin incelenmesinin tüm ülkeler tarafından gerekli olduğu ortaya çıkmıştır. Buna bağlı olarak UNWTO'nun 2021 kasım ayı raporuna göre, 2021 yılının ilk yarısında uluslararası turist sayıları tüm dünyada zayıf geçtikten sonra haziran ayından başlayarak bilhassa Karayipler, Güney Avrupa, Kuzey ve Orta Amerika ülkelerinde artışlar yaşanmıştır. 2021 yılının ortalarından itibaren Türkiye, Hırvatistan ve Meksika turizm yönünden en fazla iyileşme gösteren ülkeler arasında yer almışlardır. Her ne kadar Covid-19 pandemisinin etkileri küresel bazda halen devam etse de hatta farklı varyasyonlar ortaya çıksa da sosyo-ekonomik gereksinimler nedeniyle tüm dünya ülkelerinde tam bir kapanmanın büyük bir olasılıkla söz konusu olmayacağı ortaya çıkmış, alınan önlemler ve ciddi çalışmalar sonucunda uluslararası turizmin canlı tutulması adına Covid-19 sonrası iyileşme sürecinin gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Dört bölümden oluşan bu çalışmada, literatür taramasının yanı sıra, Covid-19 ve Covid-19 sonrası iyileşme süreçleri ile ilgili kavramsal çerçeve kapsamında konunun önemi, amacı, araştırma yöntemleri ve alan çalışmasında uygulanan metodoloji, model ve hipotezler incelenmiştir. Covid-19 sonrası iyileşme sürecinin küresel bazda turizm taleplerini hangi oranda etkilediği ve seyahat acentaları üzerindeki yansımaları irdelenmiştir. Buna bağlı olarak Orta Doğu ülkelerinde faaliyet gösteren öncü seyahat acentaları yöneticileri ile 63 yüz yüze ve 58 internet aracılığıyla anket formu oluşturulmuş ve veri toplanmıştır. Bu kapsamda sistematik örneklem yoluyla yöneticilerden elde edilen bilgiler, SPSS 26 programında tek ve çoklu cevaplı sorular ayrı ayrı veri giriş yöntemleri ile analiz edilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmanın turizm literatürüne önemli bir katkı sağlayacağını, uluslararası ve özellikle Orta Doğu Pazarına yönelik çoklu görüş yaklaşımı ile seyahat acentaları ve tur operatörlerine bir rehber niteliği taşımasını umut etmekteyiz.

LİTERATÜR TARAMASI

Covid-19 sürecinin turizm endüstrisi üzerindeki etkileri ile ilgili olarak ulusal bazda birçok çalışmaya rastlanmıştır. Bunlardan bazıları; Alaeddinoğlu ve Rol, 2020; Dağ, Çavuşoğlu ve

Demirdağ, 2021; İbiş, 2020; Kıvılcım, 2020; Mengü, 2022; Uğur, Kızıllırmak ve Dereli, 2021; Urfa, Can ve Yüceol, 2021; Yenişehirlioğlu ve Salha, TÜRSAB, 2020 şeklinde sıralanabilir. Öte yandan, Covid-19 pandemisi sonrası veya çalışmamızda ifade edilen şekliyle Post Covid-19 kavramının turizm endüstrisine etkileri ile ilgili çalışmalara, Akay, 2021; Arslan ve Kendir, 2020; Aslan ve Gövce, 2020; Demir ve Türkmen, 2020; Düzgün, 2021; Karahan ve Öztürk, 2021; Kaygısız, 2021; Kılıç, İyem ve İslamoğlu, 2021 olarak ulaşılmıştır.

Covid-19 pandemisi sırasında bireyler yaşam tarzlarını ciddi manada değiştirmişler ve seyahat etme şekillerini gözden geçirme konusunda zorlanmışlardır. Dolayısıyla Covid-19 sonrası iyileşme süreci bireylerin değişen talepleri karşısında turizm endüstrisi “alternatif turistik ürünler” oluşturmuş ve bu konuda Arslan ve Kendir, 2020; Düzgün, 2021; Ma, Zhao, Gong, ve Wengel, 2021; Kaygısız, 2021; Seraphin ve Dosquet, 2020 tarafından destekleyici çalışmalar yapılmıştır. Pandemi turizm endüstrisini tamamen durma noktasına getirmemiş, aksine bazı turizm çeşitlerine (İkinci ev, dağ ve kırsal turizm gibi) olan talebi arttırdığı görülmüştür. Bu durum turizm endüstrisinin ne kadar dayanıklı ve çok geniş turistik ürün yelpazesine sahip olduğunun göstergesidir (Seraphin ve Dosquet, 2020). Covid-19 pandemisi insanları seyahat etme konusunda oldukça sınırlamasına karşılık yukarıda yazarın sözünü ettiği ikinci ev, dağ ve kırsal turizmin yanı sıra bulaştan korunmak için teknede yaşam, doğa ile içiçe olma adına çadırda yaşama, yayla turizmi, karavanda yaşam ve yavaş şehir (Cittaslow) olgusu gibi yeni alternatiflerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

2021 yılında Başer, Ersoy, ve Ehtiyar, Covid-19 ile ilintili çalışmalarında, Bulgaristan ve Romanya’dan gelen turistlerin Türkiye’ye yönelik taleplerinin devam ettiğini, Almanya ve diğer Avrupa ülkelerinden gelen turistik talebin artacağını ifade etmektedirler. Ayrıca pandemi sonrası hizmetlerin kişiye özel bir eğilim göstereceğini belirtilmişlerdir. Yukarıdaki çalışmada vurgulandığı gibi Covid-19 iyileşme sürecinin Türkiye turizmi açısından dış pazarda yaşanan veya yaşanabilecek talep eğilimleri ve beklentilerinin incelendiği görülmektedir. Ancak küresel bazda turizm endüstrisinde turist çıkışları (Outgoing) yönünden turist çeken ülkeler için çok önemli bir pazar olan Orta Doğu ülkelerinin talep eğilimlerine yönelik herhangi bir bulguya rastlanmamıştır. Orta Doğu Pazarı ile ilgili tarafımızca yapılan ekonometrik araştırmaya göre uluslararası turizm endüstrisinin bu bölgeden yıl bazında 40-50 milyon turist ve 50-60 milyar dolar turizm geliri elde edileceği öngörülmüştür (Mengü, 2012). Dolayısıyla bu çalışmamız Orta Doğu ülkelerinden gelecek turistlerin hem uluslararası, hem de Türkiye’ye yönelik turizm talebini ve beklentilerinin ortaya çıkarması ve bu pazardan daha fazla pay almaya yönelik derinlemesine bilgiler içermesiyle özgün bir araştırma mahiyetindedir.

2021 yılında Bayram, Arıcı ve Bayram, Covid-19 sonrası iyileşme süreci ve turizm ile ilintili çalışmalarında Dünyada en çok turist çeken 21 ülkeyi incelemişlerdir. Covid-19 öncesi sosyal medya içeriklerinde etkinlikler ve tarihi çekicilik paylaşımının Covid-19 sonrası azaldığını, ancak doğa ve kültür-sanat temalarının ise Covid-19 iyileşme sürecinde artış gösterdiğini belirtmişlerdir. Nitel bir araştırma olan çalışmada, bireylerin turistik destinasyon tercihleri ve beklentileri açısından incelenmediği ve Orta Doğu ülkelerinden sadece Suudi Arabistan’ın örneklem içinde yer aldığı görülmektedir. Suudi Arabistan, turizm endüstrisi açısından kendine özgü özelliklere sahip 19 Arap ülkesinden bir tanesidir. Yazarların Suudi Arabistan dışında diğer Orta Doğu ülkelerine çalışmalarında yer vermemeleri uluslararası turizm değerlendirmesi açısından eksik kalmaktadır.

Arslan ve Kendir 2020’deki çalışmalarında, Covid-19 iyileşme sürecinde bireylerin kitlesel turizmden uzaklaşarak daha bireysel, sosyal mesafeyi koruyucu turizm çeşitlerine ilgi duyduklarını ve kırsal turizmin yükselişine vurgu yapmaktadırlar. Kaygısız (2021) tarafından da aynı vurgu yapılmış, Türkiye gibi kitle turizminin yoğun olduğu ülkelerde turizmde dezavantajlı, ancak kitlesel turizmden uzaklaşarak kırsal turizm gibi alternatif turizm türlerine

yönelinmesinin avantajlı olacağı ifade edilmiştir. Bu bağlamda, Orta Doğu ülkelerinden turistik amaçlı çıkışların büyük bir bölümünün çift olarak veya kalabalık aile gruplarıyla yapıldığı düşünüldüğünde Covid-19 iyileşme süreci kapsamında seyahatlerin bu yönüyle gerçekleşmesi durumunda Türkiye turizmini ve turist çeken ülkeleri avantajlı bir konuma yükselteceği öngörülmektedir. Aynı şekilde çalışmamız bu yönüyle de önem taşımaktadır. İyem ve İslamoğlu, 2021 çalışmalarında, pandemi döneminden önce veya 2019 yılının ilk yarı yılında, deniz aşırı ve uzak destinasyonlara yapılan seyahatler daha yaygın iken, Covid-19 iyileşme sürecinde daha yakın ve kolay ulaşılabilen destinasyonlara yönelik talep değişikliklerinin olacağını vurgulamışlardır. Orta Doğu ülkelerinin konum olarak Türkiye'ye yakınlığı ve kültürel benzerlikler Türkiye'nin turizm pazarını genişletmesine ve ekonomisine katkı sağlamaktadır.

Yukarıdaki çalışmalar incelendiğinde, Covid-19 pandemisinin seyir hızının yüksek olduğu 2020-2021 yıllarında araştırmacılar tarafından genellikle ikincil verilerden yararlanarak kavramsal olarak ele alındığı, Covid-19 pandemisinin etkisinin azalmaya başladığı dönemlerde ise çalışmaların uygulamaya dönük olsa da alan araştırmalarının sınırlı örneklem grubuyla ele alındığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak çalışmamızda ele alınan Orta Doğu ülkelerindeki seyahat acentalarının potansiyel turist taleplerine yönelik küresel ve TR Dizde benzer kapsamlı bir çalışmaya tarafımızdan rastlanılmamıştır. Yukarıdaki çalışmaların her birinin değerli olduğuna, turizm endüstrisini belirli açılardan incelediklerine ve turizm literatürüne önemli katkılar sağladığına inanıyoruz.

COVID-19 PANDEMİSİ ve COVID-19 İYİLEŞME SÜRECİNİN TURİZM ENDÜSTRİSİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

İnsanlığın var oluşundan bu yana en büyük tutkusu bulunduğu ortamın dışında neler olduğunu görmek ve yeni yerleri keşfedip tanımak olmuştur. İlk çağlardan başlayarak günümüze kadar geçen sürede seyahat hareketliliğinin tarihsel gelişiminin yanı sıra özellikle ulaşım da meydana gelen buluşlar turizmin gelişmesine büyük katkılar sağlamış ve her buluş birer milat teşkil etmiştir (Mengü, 2018:27). Turizm, insanların olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerler dışına seyahatleri ve burada turizm işletmelerinin sunduğu ürün ve hizmetleri kullanma talepleri, geçici konaklamaları ve harcamalarından doğan olaylar bütünüdür (Akdağ, Güler ve Çakıcı, 2019:1-10). Seyahat, birçok dilde farklı kavramlarla adlandırılmaktadır. Ancak turizm, seyahat kavramının devinsel gelişimi ve farklı kavramlarını da içeriğinde barındırmasıyla tüm dikkatler tek bir kavramda yoğunlaşmıştır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010: 1). Söz konusu seyahatler sırasında insanlar ulaşım, konaklama, yeme-içme ve benzeri turizm faaliyetlerinden yararlanmaktadırlar (Mısırlı, 2015:1-4). Turizm dünya ekonomisi için çok büyük bir güç olup ülkeler için çeşitli olumlu etkiler sunan, uluslararası turizm pazarına hitap edebilen, döviz girdisi sağlayarak ödemeler dengesini düzenleyen ve ekonomik büyüme sağlayan çok fonksiyonlu bir endüstrisidir (Mengü, 2018:75).

Kırılgan bir yapıya sahip olan turizm endüstrisinde yer alan tüm işletmeler ani ve beklenmedik olaylar karşısında kademeli olarak olumsuz şekilde etkilenmektedirler. Bu olaylar kapsamında 11 Eylül terör saldırısı, 2001 ekonomik krizi, İzlanda'da meydana gelen volkanik patlama, Uzak Doğu ülkelerinde yaşanan tsunami, Orta Doğu ülkelerinde yaşanan karışıklıklar, Türkiye'de meydana gelen Marmara Depremi, günümüzde Rusya ve Ukrayna arasında yaşanan savaş ve özellikle son 2,5 yıldır tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi tüm dünya ülkelerini kademeli olarak etkilemiştir. Öte yandan, 2009 yılında meydana gelen domuz gribi salgını İspanya'da %8,7, Kanada'da %8,2, ABD'de %5,1, Meksika'da %2,55 oranında yabancı turist gelişlerini azaltmıştır (Gümüş ve Hacıevliyagil, 2020: 82). Ancak Covid-19 pandemisi hayati risk taşımasının ve yayılım hızının yüksek olmasıyla turizm açısından tüm dünyayı neredeyse durma

noktasına getirmiştir. Daha önceki salgınlara kıyasla çok yüksek düzeyde kısıtlamalar ülkeler tarafından uygulamalara başlanmıştır (Baum ve Hai, 2020: 8-10).

Covid-19 pandemisi, 2019 yılının sonlarında Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkmıştır (Huang ve diğerleri, 2020). Bu salgının yayılma hızı ve hayati risk taşıması nedeniyle Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından 11 Mart 2020 tarihinde pandemi olarak ilan edilmiş (Başer, Ersoy, ve Ehtiyar, 2021:13) ve neredeyse tüm dünya ülkelerine yayılım göstermiştir (Anderson, Heesterbeek, Klinkenberg ve Hollingsworth, 2020:933). Bu bağlamda çoğu ülkede kısmi ve tam karantina uygulamaları, okulların ve zorunlu ihtiyaç duyulmayan işyerlerinin kapatılması, ülkesel ve bölgesel seyahatlerin durdurulması, etkinliklerin iptali veya ertelenmesi, akraba ziyaretleri ve sosyal alanlarda insanların gruplar halinde toplanması yasaklanarak, hijyen, aşı, maske ve mesafe faktörlerini öne çıkaran çeşitli önlemler alınmıştır (Düzgün ve Kurt, 2020:19; Skare, Soriano ve Rochon, 2021: 12-13).

Dünya genelinde ülkelerin turist istatistikleri incelendiğinde Tablo 1.'de de görüldüğü gibi 2011-2021 yılları arası en fazla turist çeken ülkeler yer almaktadır.

Tablo 1. Dünya Genelinde Ülkelerin Turist İstatistik Sıralamaları.

YILLAR	FRANSA	AMERİKA	ÇİN	İSPANYA	İTALYA	TÜRKİYE	ALMANYA	İNGİLTRE	MALEZYA
2011	79,5 (1)	62,3 (2)	57,6 (3)	56,7 (4)	46,1 (5)	29,3 (6)	28,4 (7)	29,2 (8)	24,7 (9)
2012	83,0 (1)	66,7 (2)	57,7 (3)	57,5 (4)	46,4 (5)	37,7 (6)	30,4 (7)	29,3 (8)	RUSYA 25,7
2013	69,8 (2)	55,7 (4)	60,7 (3)	47,7 (5)	39,7 (6)	31,5 (7)	31,2 (8)	RUSYA 28,4
2014	83,7 (1)	74,8 (2)	55,6 (4)	65 (3)	48,6 (5)	39,8 (6)	33 (7)	32,6 (8)
2015	84,5 (1)	77,5 (2)	56,9 (4)	68,2 (3)	50,7 (5)	41,6 (6)	35 (7)	34,4 (8)
2016	82,6 (1)	75,6 (2)	59,3 (4)	75,5 (3)	53,4 (5)		35,6 (7)	35,8 (6)
2017	86,9 (1)	76,9 (2)	60,7 (4)	81,8 (3)	58,3 (5)	37,6 (8)	37,5 (7)	37,7 (7)
2018	89,4 (1)	79,7 (2)	62,9 (4)	82,8 (3)	61,6 (5)	45,8 (6)	38,9 (9)	38,7 (10)
2019	89,7 (1)	79,3 (2)	65,7 (4)	83,5 (3)	64,5 (5)	51,2 (6)	39,6 (8)	39,4 (10)
2020	56,6	19,45	27,2	36,5	25	15,97 (7)	12,4	11,1	4,33
2021	82	75	59,3	75,6	52,4	30 (9)	35,5	35,8	TAYLAND 32,6

Kaynak: Mengü, 2022; UNWTO 2015, kaynaklarından yararlanılarak derlenmiştir.

Yukarıda Tablo 1.'de görüldüğü gibi dünya genelinde ülkelerin turist istatistik sıralamaları, 2011 tarihinden 2019 tarihine kadar fazla değişkenlik göstermeden istikrarlı bir sıralama söz konusudur. Ancak 2020 ve 2021 yılı istatistikleri incelendiğinde özellikle Covid-19 pandemisinin bulaş riskinin fazla olduğu 2020 yılında tüm ülkelerin turist gelişlerinde %50'den fazla azalma yaşandığı açıkça görülmektedir. Yukarıdaki tablo Türkiye açısından değerlendirildiğinde, 2016 ve 2017 yılları hariç 2020 yılına kadar Türkiye dünyada 6. sırada yer almıştır. 2016 yılında Rusya

ile yaşanan uçak krizi nedeniyle Türkiye’de toplam turist sayısında azalma görülmüştür (Mengü, 2020:184). Öte yandan tabloda görüldüğü gibi Fransa, ABD ve İspanya uluslararası turizmde en fazla turist çeken ülkeler konumundadırlar. İtalya ve Türkiye ise mukayeseli bir üstünlüğe sahip olmuşlar, İtalya 5. sırayı korumuş ve Türkiye 2016 ve 2017 yılları hariç 6. sırada yer almıştır.

Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC)’nin raporuna göre pandemiden dolayı küresel olarak GSYİH’ da 5,5 trilyon dolarlık bir kaybın yanı sıra, tüm dünyada 197,5 milyon kişi işini kaybetmiştir (Başer, Ersoy ve Ehtiyar, 2021:19). Dünyada her ülke için önemli bir yer tutan istihdam konusunun dengeli tutulması önem arz etmektedir. Bu bağlamda, birçok dünya ülkesinde nadiren görülebilecek bir uygulama hayata geçirilerek Covid-19 pandemisinin ücretli çalışanlar üzerindeki etkisinin azaltılması amacıyla iş güvenceleri garanti altına alınmıştır. Söz konusu uygulama Türkiye’de turizm sektörü de dahil olmak üzere bütün sektörlerde 7225 ve 7244 sayılı kanunlar kapsamında hayata geçirilmiştir (Karabulut, 2020;10).

2020 yılı mart ayından 1 Temmuz 2021 tarihine kadar çalışanların brüt ücretlerinin %60’ı çalışma ödeneği olarak kendilerine ödenmiştir. Bu kapsamda hem turizm endüstrisi hem de turizm çalışanları desteklenmiştir (Mengü, 2022).

Dünyada ve Türkiye’de vakalarda düşüşlerin yaşanmasıyla birlikte uluslararası turizmde de canlanma başlamış olup her ne kadar zaman zaman vakalarda kısmen artış görülse de ülkelerin büyük bir olasılıkla tam kapanmaya başvurmayacakları anlaşılmıştır. Diğer bir ifadeyle pandeminin sosyo-ekonomik hayata yaptığı tahribatlar göz önüne alındığında Covid-19 iyileşme sürecinin ciddi bir şekilde incelenmesinin önemi ortaya çıkmaktadır.

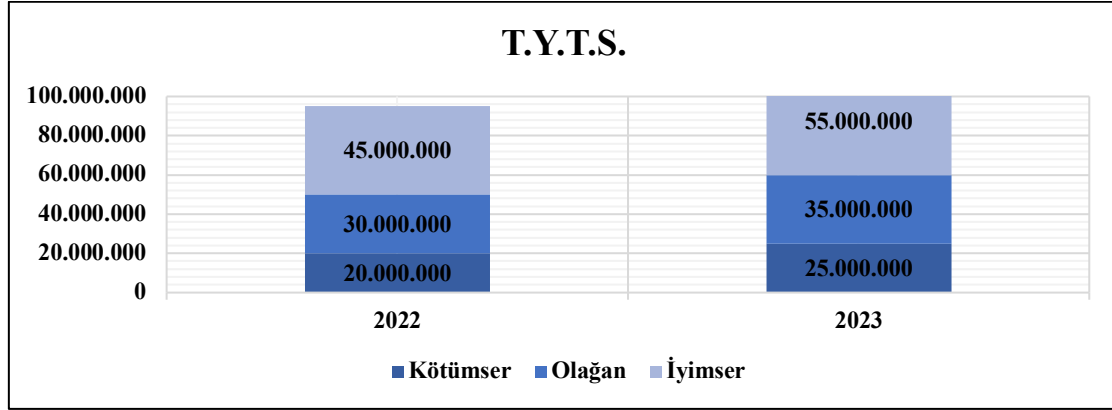
COVID-19 İYİLEŞME SÜRECİ ve TURİZME İLİŞKİN ÖNGÖRÜLER

Covid-19 iyileşme sürecinde turizm endüstrisine yeni bir ivme kazandırılmasının yenilikçi ve farklı turizm stratejilerinin benimsenmesiyle oluşacağı ifade edilmektedir. Yenilikçi turizm stratejilerinin sanal gerçeklik, online uygulama gibi sistemlerle dijital hizmete sunulması, hem turist memnuniyetini ve güvenliğini sağlayarak mesafeleri ortadan kaldıracak, hem de “Toplantı, İnsentif, Konferans, Etkinlikler (MICE) turizminin uluslararası boyutta organize edilmesine olanak sağlayacaktır (Mohanty, Hassan ve Ekis, 2020: 756-757). Türkiye’de Covid-19 iyileşme yaklaşımı kapsamında turizmde özellikle risk unsuru yaratabilecek açık büfe uygulamalarının kişiye özel hizmetlerle yer değiştirmesi, hijyen standartlarındaki ve kullanılan ekipmanlardaki yapısal değişiklikler muhtemel beklentiler arasında yer almaktadır (Çetin ve Göktepe, 2020: 94). Ancak 2022 yılı göz önüne alındığında dünya genelinde Covid-19 iyileşme süreci ile alternatif turizm türlerinin bazılarında ilgi artarken risk unsuru taşıyan üçüncü yaş turizmi gibi bazı turizm türlerine yönelik talebin düşeceği yönünde öngörüler mevcuttur (İyem ve İslamoğlu, 2021: 101).

Kaygısız (2021) çalışmasında, Covid-19 pandemisi iyileşme sürecinde Türkiye turizmi açısından arz ve talebe yönelik riskler ve fırsatlar olarak iki şekilde öngörülebilir bulunmuştur. Öngörülen fırsatlar kapsamında turist hareketlerinde daha kısa mesafeli destinasyonların tercih edileceği, dolayısıyla Türkiye’nin diğer kıtalarla mukayese edildiğinde Avrupa’ya konum olarak daha yakın olmasından dolayı seyahat taleplerinin artacağı beklenmektedir. Bize göre, Orta Doğu ülkeleri de Türkiye’ye yakın konumda olduklarından 2022 den başlayarak önümüzdeki yıllarda bu ülkelere turist gelişmelerinin artacağı kanısındayız. Ayrıca, Covid-19 iyileşme süreci sırasında Türkiye dahil birçok ülkede alınan önlemlerin yüksek olması nedeniyle sağlık turizmine olan talebin de artacağı öngörülmektedir. Bu arada öngörülen tehditler kapsamında, online görüşmelerin işletmeler tarafından benimsenmesi ve bu sayede görüntülü toplantıların devreye girmesiyle iş amaçlı seyahat taleplerinin azalmasının yanı sıra, MICE turizmi kapsamına giren etkinliklerin online olarak da yapılabildiğinin anlaşılması yüzyüze etkinlik taleplerinin mümkün

mertebede azalacağını göstermektedir. Aşağıda Şekil 1.'de görüldüğü gibi global gelişmelerden hareketle Covid-19 iyileşme sürecinin ışığında ekonometrik uygulamalar kapsamında regresyon ve öngörü “ semi-kolon, nokta, tire ve aralık tahminleri” analizleri yapılmıştır (Mengü 2012; Mengü 2022). Bu çalışmada kurulan modele göre, eğer küresel olarak 1.2 veya 1.3 milyar kişi seyahat ettiğinde bağımsız değişkene (Dünya geleninde Türkiye hariç uluslararası seyahat hareketliliği) verilen bağımlı değişkenin (Türkiyedeki seyahat hareketliliği) alacağı değerler nokta tahmini ile elde edilmiştir.

Şekil 1.Türkiye turizminin Covid-19 sonrası iyileşme sürecinde turizm öngörü istatistikleri.



Kaynak: Araştırmacılar tarafından (Mengü, 2022) kaynaklarından yararlanılarak derlenmiştir.

Şekil 1.'de 2022 ve 2023 yıllarında pandemi tüm dünyada etkisini kaybetse de Covid-19 iyileşme sürecinde Türkiye açısından turizmde öngörüler yer almaktadır. Buna ek olarak; Kültür ve Turizm Bakanı Mehmet Nuri Ersoy, 2022 yılında 42 milyon turist ve 35 milyar dolar turizm geliri hedeflediklerini, 2023 yılında ise, Türkiye turizminin 81 ile yayılması ile nitelikli turist gelişleri ve turizm gelirlerinin artacağını vurgulamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

Sonuç olarak; Dünya üzerinde yaşayan tüm bireylerin sağlığını tehdit eden, günlük hayatlarını ve seyahat hareketlerini kısıtlayan Covid-19 pandemisi sağlık başta olmak üzere birçok endüstriyi ekonomik olarak dar boğaza sokmuştur. Başta Türkiye ve tüm ülkelerin aldığı tedbirler, karantinalar ve işletmeleri destekleyen ek kanunlar kapsamında ekonomi ve istihdamı artırıcı uygulamalar yapıldığı sonucuna varılmıştır. Pandemiden en fazla etkilenen endüstrilerden birisinin de turizm olduğu literatürde yapılan alan araştırmalarda görülmektedir. Covid-19 pandemisinin etkilerini bütünüyle ortadan kaldırmak mümkün değildir. Ancak alternatif turizm türlerine yönelim, devlet tarafından verilen güvenlik ve sağlık hizmet garantisi gibi bazı stratejik uygulamalar ile Covid-19 sonrası iyileşme sürecinin turizm üzerindeki etkisini en aza indirmek mümkündür. Bu aşamada ülkeler turizmde avantajlı oldukları alan ve faaliyetlere yoğunlaşarak pandemi tehdidi karşısında buldukları konumu avantajlı duruma getirebilirler.

ALAN ÇALIŞMASI ve METODOLOJİ

Çalışmada, Covid-19 sonrası iyileşme sürecinin uluslararası ve Orta Doğu pazarında turizm endüstrisine yönelik turistik talep eğilimlerinin, tatil tercihlerinin, destinasyon seçiminin ve pandemiye karşı hangi önlemlerin alınmasının gerekli olduğu incelenmiştir. Çalışma kapsamında uluslararası ve Türkiye turizminin Orta Doğu ülkeleri açısından yerlerini belirlemek ve pazardan daha fazla pay almak için kullanılacak faktörlerin önemi vurgulanmaktadır. Bu çalışmanın yöntemi aşağıda incelenmiştir.

Amaç ve Evren

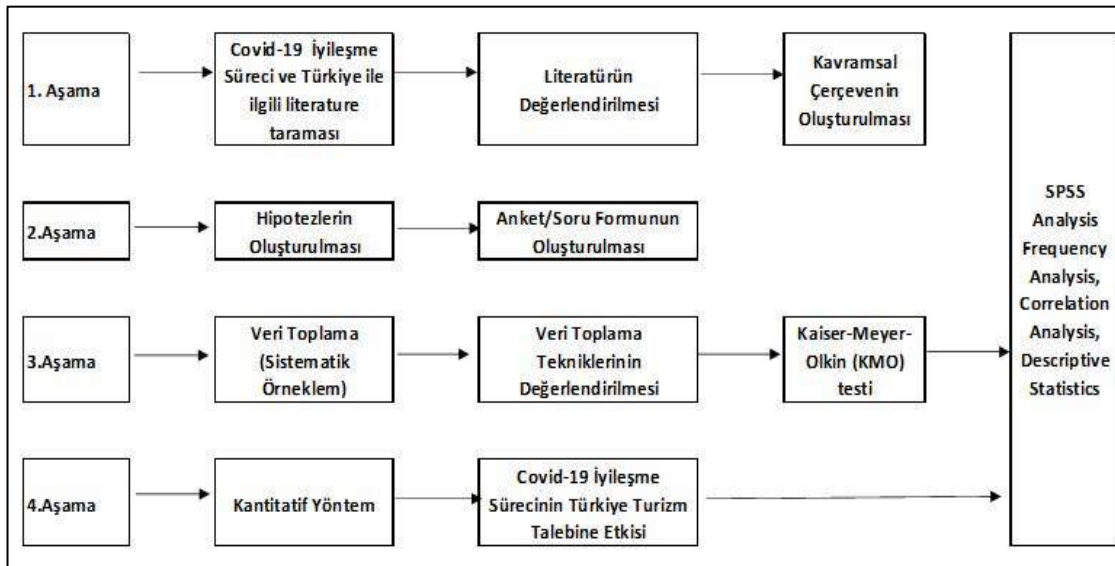
Çalışmanın amacı, uluslararası turizm pazarının önemli bir bölümünü oluşturan Orta Doğu pazarında hizmet gösteren tur operatörleri ve seyahat acentalarının Covid-19 sonrası dönemdeki turizm faaliyetleriyle ilgili bakış açılarını ortaya çıkarmaktır. Alan araştırması kapsamında 121 tane seyahat acentası yöneticisine yüz yüze ve çevrimiçi platformlarda anket uygulanmıştır. Toplanan anketlerden 63 tanesi 9-13 Mayıs 2022'de Dubai'de düzenlenen Arabian Travel Market (ATM) etkinliğinde yüz yüze toplanmıştır. 58 anket ise acenta yöneticilerine çevrimiçi platformlar aracılığıyla ulaştırılarak toplanmıştır.

Araştırma Tasarımı

Araştırmada nicel yöntemlerden biri olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmanın örneklem doyum noktasının hesaplanabilmesi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Örneklem doyum noktasına ulaşabilmek için 0 ile 1 arasında çıkan değer, 0,5'ten büyük olmasıyla veri setinin yeterliliği tespit edilmektedir (Field, 2017). Ayrıca KMO değerinin 0,50 ve 0,60 arası: kötü, 0,60 ve 0,70 arası: orta, 0,70 ve 0,80 arası: iyi ve 0,80 ve yukarısı faktör analizine uygunluğunun mükemmel seviyede olduğu kabul edilmektedir (Durmuş, Yurtkoru ve Çinko, 2018:198; Tekin, 2015:92). Bu bağlamda, çalışmanın KMO değeri 0,750 veri testi veya örneklem sayısı analiz için yeterli olduğu sonucuna ulaşılmış ve KMO değeri 0,750 olduğundan faktör analizine uygunluğu iyi seviyede olduğu görülmektedir.

Araştırmanın kavramsal çerçevesi dışında kalan örneklem, veri toplama, ölçek geliştirme ve veri analiz yöntemlerine ilişkin aşamalar Şekil 2.'de model olarak sunulmaktadır. Bu modele göre araştırma dört ana aşamadan oluşmaktadır ve araştırmanın izleyeceği süreçler de açıkça görülmektedir.

Şekil 2. Covid-19 Sonrası İyileşme Sürecinde Araştırma Tasarım Modeli.



Araştırmanın ilk aşamasında, Covid-19 sonrası iyileşme sürecinin turizme yönelik uluslararası ve TR Dizin çalışmalar incelenerek kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. İkinci aşamada, veri toplama için konuya uygunluğu belirlenen anket yöntemi kapsamında soru formu

hazırlanmıştır. Üçüncü aşamada, sistematik örneklem yöntemiyle Orta Doğu'da hizmet sağlayan seyahat acentaları ve tur operatörlerinden anket çalışmasıyla veri elde edilmiştir. Elde edilen verilerin geçerliliği ve güvenilirliğine ilişkin test yapılmıştır. Son aşamada ise Orta Doğu pazarına yönelik veriler değerlendirilerek SPSS programına veri girişi yapılarak bulgulara ilişkin veriler programda analiz edilmiştir.

Model ve Hipotezler

Yukarıda açıklandığı gibi araştırma modeli Covid-19 iyileşme sürecinin turizm talebine olan etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Oluşturulan bu model seyahat etme arzusunda olan mevcut ve potansiyel turistlerin, Covid-19 iyileşme sürecinde seyahat etme niyetlerinde, tatil ve destinasyon tercihlerinde değişiklik olup olmadığını araştırmak amacıyla uygulanmıştır. Bu bağlamda araştırma modeli olarak Şekil 3.'de görüldüğü gibi hipotezler oluşturulmuştur.

Şekil 3. Araştırma Modeli.



Araştırma, seyahat acentaları ve tur operatörlerinin gerçek ve potansiyel müşterilerinin uluslararası turizm talebine yönelik eğilimlerine odaklanmaktadır. Araştırma kapsamında iki hipotez belirlenmiştir.

H1: Covid-19 iyileşme süreci uluslararası turizm talebine etki eder.

H2: Covid-19 iyileşme süreci seyahat etme niyeti, turistik ürün talebine etki eder.

BULGULAR ve ANALİZ

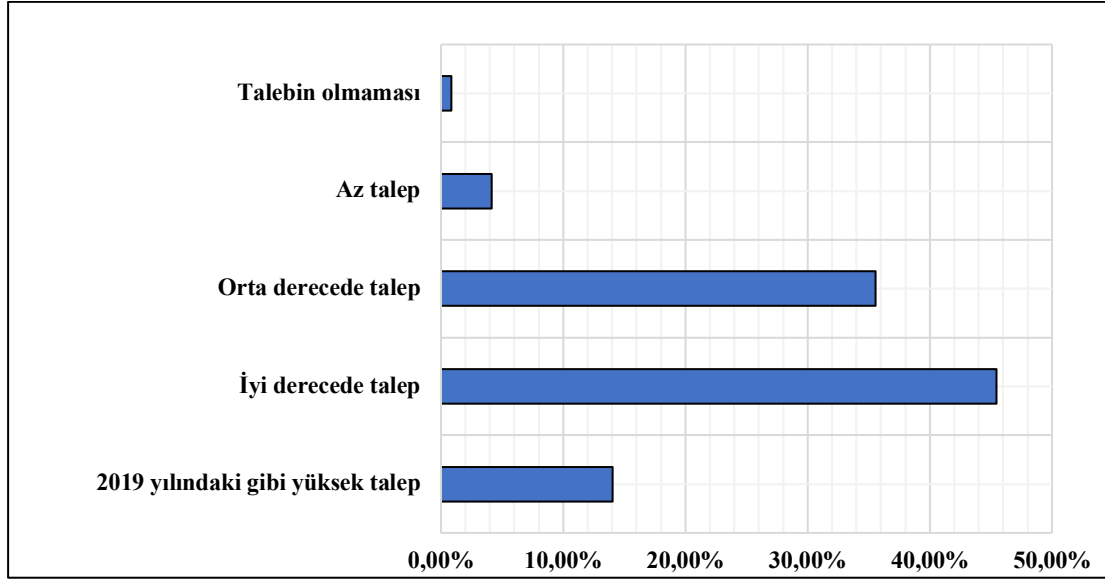
Alan çalışmasına katılanlardan elde edilen veriler, SPSS 26 programında analiz edilmiştir. Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliğini test edebilmek adına normallik dağılımı yukarıda açıklandığı gibi KMO testi yapılarak uygulanmıştır. Analiz sonucunda KMO değerinin 0,750 olarak iyi düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Alan çalışmamız kapsamında İngilizce olarak hazırlanan anket formları farklı Orta Doğu ülkelerindeki önemli seyahat acentalarına online olarak gönderilmiş veya Dubai'de organize edilen ATM turizm fuarında yüzyüze yapılan görüşmeler esnasında sunulmuştur. Sorularımıza verilen yanıtların değerlendirilmeleri aşağıda yer alan dokuz tabloda sunulmuştur

Tablo 2. Covid-19 iyileşme sürecinde mevcut ve potansiyel müşterilerin yurtdışına seyahat etme isteğinin yüzdesel dağılımları.

Tüm dünyada Covid-19 pandemisinin etkileri azalmış olsa da müşterileriniz eskisi gibi yurtdışına seyahat etmek istiyor mu?		Yanıt dağılımı	Yüzde Oranları
Geçerli sorular	Talep yok	1	,8
	Az talep	5	4,1
	Orta talep	43	35,5
	İyi talep	55	45,5
	2019 yılında olduğu gibi yüksek talep	17	14,0
	Toplam	121	100,0

Orta Doğu ülkelerinde anketimizi değerlendiren seyahat acentalarının yanıtlarına göre hazırladığımız şekil aşağıdadır.

Şekil 4. Sütun Grafiği (Bar Chart) Olarak Seyahat Etme İsteğinin Dağılımı



Yukarıdaki Şekil 4.'de görüldüğü gibi Covid-19 pandemisinin etkilerinin azalması nedeniyle, mevcut ve potansiyel müşterilerin yurtdışına seyahat etme isteğinin yüzdesel dağılımları verilmiştir. Bu tablo incelendiğinde, Orta Doğu pazarında mevcut ve potansiyel müşterilerin yurtdışına seyahat etme isteğinin %45,5 oranında iyi ve %35,5 oranında ise orta seviyede dağılım göstermesi 2022 ve 2023 yıllarında uluslararası turizmde turist çıkış sayılarında belirgin bir artış yaşanacağı anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Covid-19 Sonrası İyileşme Sürecinde Seyahat Acentaları/ Tur Operatörlerinin Mevcut ve Potansiyel Müşterilerinin Yurtdışına Seyahat Etme Niyetlerinin Türkiye Taleplerine İlişkin Korelasyon Analizi.

		Pandeminin etkileri tamamen geçti	Seyahat talebi
Covid-19'un etkileri tamamen azaldı	Pearson Korelasyonu	1	,475**
	Sig. (2-tailed)		,000
	Kareler ve Çapraz Çarpımlar Toplamı	76,430	43,950
	Covariance	,637	,372
	N	121	119
Türkiye'ye dönük seyahat talebi	Pearson Korelasyonu	,475**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	Kareler ve Çapraz Çarpımlar Toplamı	43,950	117,580
	Kovaryans	,372	,996
	N	119	119

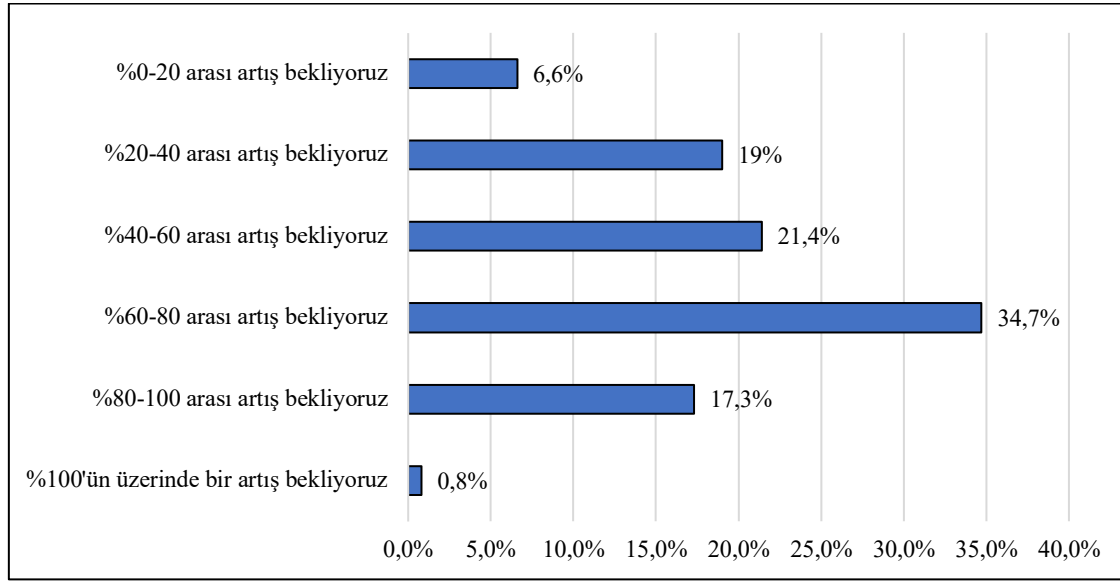
** Korelasyon 0.01 düzeyinde önemlidir (2-tailed).

Tablo 3. incelendiğinde, Covid-19 sonrası iyileşme sürecinde seyahat acentaları/ tur operatörlerinin mevcut ve potansiyel müşterilerinin yurtdışı seyahat etme niyetlerinin Türkiye taleplerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. 0.01 düzeyinde pozitif doğrusal bir ilişki ve orta düzeyde korelasyon ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. Orta Doğu Ülkelerindeki Seyahat Acentaları/Tur Operatörlerinin 2022 Turizm Taleplerine Yönelik Beklentilerinin Freqans Analizi.

Firmanızda 2020 ve 2021 turist çıkışlarını karşılaştırdığınızda, 2022 için beklentiniz nedir?		Yanıt dağılımı	%
Geçerli sorular	0% - 20% arası artış bekliyoruz	8	6,6
	20% - 40% arası artış bekliyoruz	23	19,0
	40% - 60% arası artış bekliyoruz	26	21,5
	60% - 80% arası artış bekliyoruz	42	34,7
	80% -100% arası artış bekliyoruz	21	17,4
	100% ün üzerinde artış bekliyoruz	1	,8
	Toplam	121	100,0

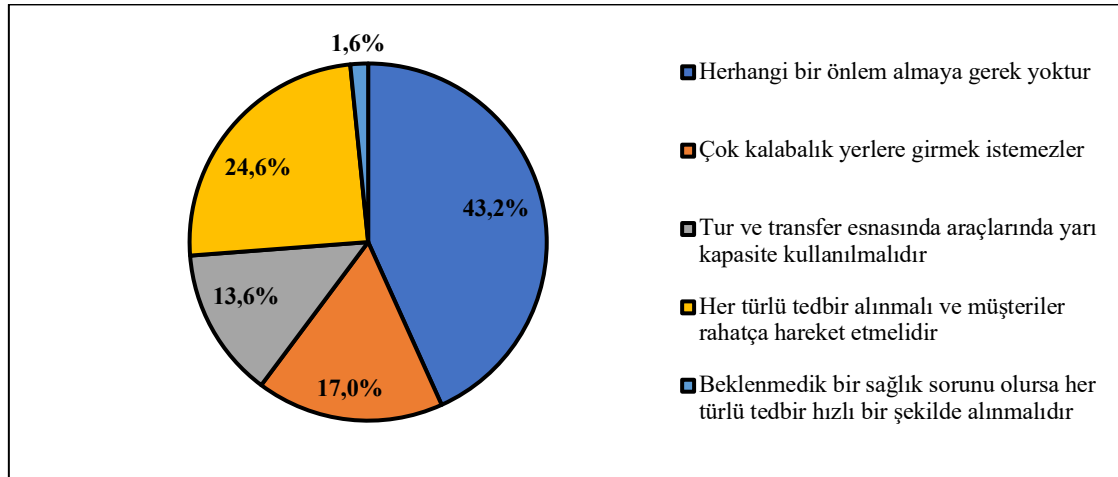
Şekil 5. Sütun Grafiği (Bar Chart) Olarak Orta Doğu Ülkelerindeki Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlerinin 2022 Turizm Taleplerine Yönelik Beklentileri.



Yukarıda yer alan Tablo 4. ve şekil 5. beraber incelendiğinde Orta Doğu ülkelerindeki seyahat acentaları ve tur operatörlerinin 2022 yılı turizm taleplerine yönelik beklentilerinin yüzdesel dağılımları paylaşılmıştır. Yüzdesel dağılımlara göre en yüksek dağılımı % 34,7 oranı ile % 60 ile % 80 arasında artış yaşanacağı öngörülmektedir. Bu oranlar önümüzdeki yıllar için özellikle turist çeken ülkeler açısından çok önemli bir göstergedir.

Tablo 5. Orta Doğu Ülkelerinden Türkiye Turizmini Talep Eden Müşterilerin Covid-19 İyileşme Sürecine İlişkin Frekans Dağılım Analizi.

Covid-19 pandemisi etkisini sürdürürken, sizce müşterileriniz Türkiye'ye geldiklerinde ne gibi önlemler almamızı isterler?		Yanıt dağılımı	Yüzde Oranı	Geçerli yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli sorular	Hiçbir önleme gerek yoktur	51	42,1	43,2	43,2
	Kalabalık yerlere gitmek istemezler	20	16,5	16,9	60,2
	Tur ve transfer araçlarında yarı kapasite kullanılmalıdır	16	13,2	13,6	73,7
	Müşterilerin rahata hareket edebilmeleri için her türlü önlem alınmalıdır	29	24,0	24,6	98,3
	Beklenmeyen bir sağlık sorunu olduğunda biran önce her türlü önlem alınmalıdır.	2	1,7	1,7	100,0
	Toplam	118	97,5	100,0	
Eksikler	Sistem	3	2,5		
Toplam		121	100,0		

Grafik 1. Orta Doğu Ülkelerinden Türkiye'ye seyahat etmeyi talep eden müşterilerin Post Covid-19 önlemlerine ilişkin dairesel grafik.

Yukarıdaki grafikte yer alan yüzdesel dağılımlar incelendiğinde; Orta Doğu ülkelerinden Türkiye'ye seyahat etmeyi arzu eden müşterilerin %42,1'inin en yüksek yüzdesel dağılım oranıyla Covid-19 sonrası iyileşme sürecinde herhangi bir önlem alınmasına gerek görülmediği ortaya çıkmıştır. Öte yandan, göz ardı edilemeyecek en yüksek ikinci yüzdesel dağılım oranı olan %24,0 ise gerekli önlemlerin müşterileri rahatsız etmeden alınmasına ilişkin taleplerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bize göre bu sonuçlar Covid-19 pandemi sürecinin insanlara vermiş olduğu aşırı rahatsızlıklardan kaynaklanmaktadır.

Tablo 6. Orta Doğu Ülkelerindeki Seyahat Acentaları/Tur Operatörleri Müşterilerinin Turizm Lokasyonu Seçimine İlişkin Çoklu Cevap Freqans Dağılımı Analizi.

		Yanıtlar		Yüzdesel oranlar
		N	Yüzde	
Pandeminin devamı bağlamında müşterileriniz yurtdışına seyahat ederken aşağıdaki lokasyonlardan hangisini tercih ederler?	Şehir merkezi	91	36,7	76,5
	Doğa odaklı tatil köyleri	50	20,2	42,0
	Deniz-kum-güneşin olduğu tatil mekanları	58	23,4	48,7
	Tarihi yerler	33	13,3	27,7
	Sakin şehirler (Cittaslow)	9	3,6	7,6
	Diğerleri (Lütfen açıklayınız)	7	2,8	5,9
Toplam		248 ¹	100,0	208,4

Yukarıdaki tabloda Orta Doğu ülkelerinde faaliyet gösteren seyahat acentalarının lokasyon seçimine ilişkin dağılımları incelendiğinde; çoklu cevaplar arasında en yüksek dağılım %36,7 oranıyla şehir merkezlerini, %20,2 oranında doğa temelli tatil köylerini ve %23,4 oranında deniz-kum-güneş lokasyonlarını tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın %23,4 ile en yüksek ikinci yüzdesini alan doğa temelli tatil köyleri sonucu (Arslan ve Kendir, 2020; Düzgün, 2021; Ma, Zhao, Gong, ve Wengel, 2021; Kaygısız, 2021; Seraphin ve Dosquet, 2020) araştırma bulgularıyla benzerlik taşımaktadır.

Tablo 7. Orta Doğu ülkelerindeki seyahat acentaları ve tur operatörleri müşterilerinin turizm ülke/destinasyon seçimine ilişkin çoklu cevap frekans dağılımı analizi.

		Yanıtlar		Yüzdesel oranlar
		N	Yüzde	
Müşterileriniz hangi ülkelere seyahat etmeyi tercih ederler?	Avrupa Ülkeleri	76	21,8	63,3
	Amerika/ Kanada	17	4,9	14,2
	Birleşik Krallık	37	10,6	30,8
	Orta Doğu Ülkeleri	71	20,3	59,2
	Kuzey Afrika Ülkeleri	18	5,2	15,0
	Mısır özellikle diğer Orta Doğu ülkelerinden ayrı tutulmuştur.	34	9,7	28,3
	Türkiye	91	26,1	75,8
	Diğerleri (Lütfen açıklayınız)	5	1,4	4,2
Toplam		349 ²	100,0%	290,8%

¹ Çoklu Yanıtlarda N sayısı Örneklem Hacmini Geçmektedir.

² Çoklu Yanıtlarda N sayısı Örneklem Hacmini Geçmektedir.

Tablo 7’de Orta Doğu ülkelerindeki seyahat acentaları ve tur operatörlerinin, müşterilerinin ülke seçimine ilişkin dağılımları incelendiğinde; çoklu cevaplar arasında en yüksek dağılım %26,1 oranı ile Türkiye, %21,2 oranı ile Avrupa ülkeleri ve %20,3 oranı ile diğer Orta Doğu ülkeleri destinasyonlarının tercih edildiği sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda Türkiye turizminin 2022 ve 2023 yıllarında Orta Doğu pazarından en yüksek pay alabileceği ve dolayısıyla bu pazarda faaliyet gösteren seyahat acentalarının hazırlayacakları paket turlarda çalışmamızda yer alan kriterleri dikkate almalarında yarar vardır.

Tablo 8. Orta Doğu Ülkeleri Müşterilerinin Yurtdışı Seyahatlerinde Konaklama Tercihlerine İlişkin Çoklu Cevap Frekans Dağılım Analizi.

		Yanıtlar		Yüzde oranları
		N	Yüzde	
Potansiyel müşterileriniz yurt dışı seyahatlerinde hangi konaklama türünü tercih ederler?	Yüksek fiyatlı, yüksek kaliteli lüks oteller	58	23,0	49,2
	Ortalama fiyatı olan ve çok iyi hizmet veren zincir oteller	52	20,6	44,1
	Ortalama fiyat sunan, servisi orta olan zincir oteller	28	11,1	23,7
	Orta fiyat, orta hizmet kalitesi sunan orta sınıf oteller	63	25,0	53,4
	Düşük fiyat, orta hizmet kalitesi sunan orta sınıf oteller	22	8,7	18,6
	Düşük fiyat, yüksek hizmet kalitesi sunan küçük butik oteller	12	4,8	10,2
	Orta fiyat, orta hizmet kalitesi sunan küçük butik oteller,	7	2,8	5,9
	Düşük fiyat, orta hizmet kalitesi sunan Ekonomik oteller	9	3,6	7,6
	Diğerleri (Lütfen açıklayınız)	1	0,4	0,8
Toplam		252 ³	100,0	213,6

Tablo 8.’e bakıldığında, Orta Doğu müşterilerinin turistik amaç ile ülkeleri dışına seyahatlerinde %25 oranında orta seviyedeki otelleri, ikinci olarak %23,0 oranı lüks otel, yüksek fiyat ve yüksek hizmet kalitesini tercih ettikleri ve üçüncü olarak %20,6 oranı ile ortalama fiyatı olan ve çok iyi hizmet veren zincir otelleri tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Öte yandan ekonomik, orta ve küçük butik oteller, düşük fiyat, orta hizmet kalitelerinin Orta Doğu müşterileri tarafından çok fazla tercih edilmedikleri müşahade edilmiştir. Bu sonuçlar Orta Doğu pazarının uluslararası turizm açısından ne kadar önemli olduğunun göstergesidir.

³ Çoklu Yanıtlarda N sayısı Örneklem Hacmini Geçmektedir.

Tablo 9. Orta Doğu Müşterilerinin Yurtdışı Seyahatlerinde Tatil Türlerine İlişkin Çoklu Cevap Frekans Dağılım Analizi.

		Yanıtlar		Yüzde oranları
		N	Yüzde	
Müşterileriniz herhangi bir ülkeye vardıklarında zamanlarını nasıl geçirmek isterler?	Boş zaman değerlendirme (Tatil) seyahati	80	23,4	67,8
	İş seyahati	34	9,9	28,8
	Alışveriş ve yemek yemek	71	20,8	60,2
	Kültürel ve tarihi geziler	41	12,0	34,7
	Paket tatiller	40	11,7	33,9
	Grupla seyahat	23	6,7	19,5
	Şehirde tatil geçirme	12	3,5	10,2
	Güneş ve eğlence	13	3,8	11,0
	Doğa ile buluşma	27	7,9	22,9
	Diğerleri (Lütfen açıklayınız)	1	0,3	0,8
Toplam		342 ⁴	100,0	289,8
a. Grup				

Tablo 9. incelendiğinde; Orta Doğu ülkelerinden gelen müşterilerin yurtdışı seyahatlerinde en çok tatil ve boş zamanlarını değerlendirmeye yönelik tercihleri öne çıkmaktadır. Yukarıdaki yüzdesel dağılımlar arasında tatil %23,4, alışveriş ve yemek deneyimi %20,8 oranı ile en yüksek dağılımı göstermektedir.

Tablo 10. Orta Doğu Ülkelerindeki Seyahat Acentaları/Tur Operatörleri Müşterilerinin Seyahate Katılım Tercihlerine İlişkin Çoklu Cevap Frekans Dağılım Analizi.

		Yanıtlar		Yüzde oranları
		N	Yüzde	
Müşterilerinizin hangi bölümü daha fazla seyahat etmeye isteklidir?	Tek başına seyahat etmek isteyenler	22	7,2	18,6
	Gençler	33	10,8	28,0
	Üçüncü yaş grubu	29	9,5	24,6
	Çift olarak	65	21,2	55,1
	Küçük aile olarak	71	23,2	60,2
	Büyük aile olarak	50	16,3	42,4
	Grup olarak	33	10,8	28,0
	Diğer (Lütfen açıklayınız)	3	1,0	2,5
Toplam		306 ⁵	100,0%	259,3%
a. Grup				

⁴ Çoklu Yanıtlarda N sayısı Örneklem Hacmini Geçmektedir.

⁵ Çoklu Yanıtlarda N sayısı Örneklem Hacmini Geçmektedir.

Tablo 10.'a göre; Orta Doğu müşterilerinin %23,2 oranında küçük aile gruplarıyla tatil yaptıkları görülmektedir. %21,2 oranı ile çift olarak seyahatler ikinci sırada yer almaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Gerek bu çalışmada gerekse literatürde yer alan diğer çalışmalarda görüldüğü gibi Covid-19 pandemisinin yüksek bulaş riskinin olduğu 2020 ve 2021 yıllarında başta turizm endüstrisi olmak üzere ülkelerin tüm ekonomileri benzeri görülmemiş tahribata uğratmıştır. Ülkeler bu mücbir sebepten kurtulma yolları arama kapsamında alınan önlemler sayesinde uluslararası seyahatlarda canlanma başlamış ve Covid-19 sonrası iyileşme süreci önem kazanmış ve tüm ülkelerde değerlendirmeye alınmıştır. Bu araştırmanın temel amacı, Covid-19 iyileşme süreci sırasında 2022 yılı ve sonraki yıllar için küresel bazda turizm taleplerinde meydana gelebilecek olası yapısal farklılaşma, seyahat eğilimleri ve destinasyon seçimi gibi faktörlerin hangi yöne doğru ilerlediğini belirlenmeye çalışmaktır. Bu bağlamda, uluslararası turizm endüstrisinin çok önemli bir pazarı olan Orta Doğu ülkelerinde faaliyet gösteren öncü seyahat acentaları ve tur operatörlerine sunduğumuz anket çalışmaları sonucunda adı geçen bölgeden turistik taleplere yönelik ilk sırada Türkiye yer almış, ardından Avrupa ülkeleri ve diğer Arap ülkeleri sıralanmıştır. Araştırmanın hipotez analizleri kapsamında, Orta Doğu ülkelerindeki seyahat acentaları ve tur operatörlerinin 2022 yılı turizm taleplerine yönelik beklentilerinin yüzdesel dağılımlarına bakıldığında, en yüksek dağılımı % 34,7 oranı ile % 60 ile % 80 arasındaki artışın yaşanacağı öngörülmektedir. Bu oran uluslararası turizm endüstrisinde özellikle turist çeken ülkeler için çok önemli bir göstergedir.

Orta Doğu ülkelerinde faaliyet gösteren seyahat acentaları ve tur operatörleri ile yüzyüze veya online olarak yapmış olduğumuz anket sonuçlarından anlaşılacağı üzere, katılımcıların büyük bir bölümü müşterilerinin Covid-19 iyileşme süreci sırasında alınan önlemleri fazla dikkate almadıkları, hatta kendilerini rahatsız etmeyecek önlemlerin alınmasına ilişkin genel olarak taleplerinin de olmadığı ortaya çıkmıştır. Çalışmada, Orta Doğu müşterilerinin ülkeler bazında seyahat etme istekleri turist çeken ülkeler açısından oransal olarak birbirine yakın olması uluslararası turizm açısından önem arz etmektedir. Diğer önemli bir husus ise, Orta Doğu ülkeleri müşterilerinin turistik amaç ile ülkeleri dışına seyahatlerinde %25 oranı ile orta fiyat, orta hizmet kalitesi sunan orta sınıf otelleri tercih ettikleri, ayrıca lüks otel, yüksek fiyat ve yüksek hizmet kalitesini tercih edenlerin %23 oranı ile azımsanmayacak kadar önemli olması gelir yönünden uluslararası turizm endüstrisi için olumlu bir göstergedir. Covid-19 iyileşme süreci turizm lokasyon seçiminin frekans analizi incelendiğinde, çoklu cevaplar arasında %36 oranı ile şehir merkezlerini, %20,2 oranı ile doğaya dayalı tatil köylerini tercih etmektedirler. Orta Doğu müşterilerinin bir diğer önemli özelliği ise yüksek oranla çift ve küçük hatta büyük aile olarak ziyaret ettikleri ülkelerde uzun süreli kalmaları ve lüks otellerde konaklamalarıdır. Diğer bir özellik olarak Arap müşterilerin boş zaman değerlendirmeleri sırasında alışveriş ve gastronomi için çok fazla harcama yaptıkları anlaşılmaktadır.

Bu bağlamda Orta Doğu ülkelerinden gelecek müşterilere Türkiye'de faaliyet gösteren seyahat acentalarının farklı tur programları ve etkinlikler düzenlemeleri ülke turizmine katkı sağlayacaktır. Sonuç olarak, bu çalışmanın hem uluslararası turizm literatürüne hem de Türkiye başta olmak üzere herhangi bir ülkede turist çekme faaliyeti (Incoming) yapan seyahat acentaları ve tur operatörlerine faydalı olacağı kanaatindeyiz.

KAYNAKÇA

- Akdağ, G., Güler, O., ve Çakıcı, A. (2019). Turizm Genel Bakış. A. Çakıcı içinde, *Kavramlar ve Örneklerle Genel Turizm* (p.p. 1-26). Ankara : Detay Yayıncılık.
- Alaeddinoğlu, F., ve Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(Salgın Hastalıklar Özel Sayısı), 233-258.
- Altun, S., ve Dinçer, M. Z. (2021). Yenikoronavirüs Salgınının Turist Rehberlerinin Paket Tur Yönetme Sürecine Etkisi. 19. *Geleneksel Turizm Sempozyumu* (195-213). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Yayınları.
- Anderson, R. M., Heesterbeek, H., Klinkenberg, D., and Hollingsworth, T. D. (2020). How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic? *The Lancet*, 395(2): 931-934.
- Arslan, E., ve Kendir, H. (2020). Covid-19 Salgını Sonrası Yükselen Trend Kırsal Turizm Zile Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), p.p.3668-3683. doi: 10.26677/TR1010.2020.584.
- Bahar, O., ve Bilen, K. (2020). Turizmde Güvenlik Algısının Türkiye Ekonomisine Etkisi. *Güvenlik Bilimleri Dergisi* (UGK Special Issue), 185-206. doi:10.28956/gbd.696020
- Başer, G., Ersoy, A., ve Ehtiyar, R. (2021). *Çoklu Bakış Açısıyla COVID-19 Pandemi Krizi ve Turizm* (1 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baum, T., and Hai, N. T. (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), 2397-2407.
- Bayram, M., Arıcı, S., ve Bayram, Ü. (2021). *Covid-19 ve Turizm: Ülkelerin Kriz Yönetim Stratejilerinin Karşılaştırmalı Analizi*. Ankara: Gazi Kitabevi .
- Çetin, G., ve Göktepe, S. (2020). Covid-19 Pandemisinin Turizm Endüstrisi Üzerindeki Etkileri. D. Demirbaş, V. Bozkurt, ve S. Yorgun içinde, *Covid-19 Pandemisinin Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Etkileri* (87-97). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınevi. doi:10.26650/B/SS46.2020.005.06
- Dağ, K., Çavuşoğlu, S., ve Demirağ, B. (2021). Covid-19'un Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi: Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Vizyoner*, 12(32), 1160-1175.
- Demir, B., ve Türkmen, S. (2020). Covid-19 Salgınının Oluşturduğu Sağlık Riski Sonrasında Türk Turistlerin Tatil Beklentilerinin Belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2456-2471. doi:10.26677/TR1010.2020.491.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S., ve Çinko, M. (2018). *Sosyal Bilimlerde Spss'le Veri Analizi* (7 b.). İstanbul: BETA.
- Düzgün, E., ve Kurt, A. (2020). Covid-19 (Koronavirüs) Salgınının Turist Rehberleri Üzerindeki Etkileri: Ankara Turist Rehberleri Odası Örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(23), 301-321.
- Field, A. (2017). *Discovering Statistics Using SPSS* (5 b.). Londra: Sage Publication.
- Gümüş, A., ve Hacıevliyagil, N. (2020). COVID-19 Salgın Hastalığının Borsaya Etkisi: Turizm ve Ulaştırma Endeksleri Üzerine Bir uygulama . *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 11(1), 76-98.
- Harputluoğlu, D. D. (2020). Küresel Krizler ve Uluslararası Turizm. Ş. O. Mercan, ve M. Üzülmez içinde, *Uluslararası Turizm* (97-122). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., and Hu, Y. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Whan,China. *The Lancet*, 395: 497-506.

İbiş , S. (2020). Covid-19 Salgının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.

İyem, C., ve İslamoğlu, E. (2021). Covid-19 Öncesi Ve Sonrası Geriatri Turizmi: Kuşadası Özelinde Karşılaştırmalı Bir Analiz. B. Yenihan, ve E. İslamoğlu içinde, *Ekonomik ve Sosyal Boyutlarıyla Pandemi* (p.p. 101-). Ankara: Berikan Yayınevi. 05 04, 2022 tarihinde http://www.utsakcongress.com/kitaplar/ekon_%20sos_boyut__Pandemi.pdf adresinden alındı.

Karahan, S., ve Öztürk, Y. (2021). Covid-19 salgını sonrası aşırı turizm: Uluslararası destinasyonlarla ilgili e-haberlerin içerik analizi. *Balikesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 24(46), 1371-1385. doi:<https://doi.org/10.31795/baunsobed.1023312>.

Karabulut, Ş. (2020). Kısa Çalışma Ödeneğinde COVID-19 (Koronavirüs) Pandemisi Nedeniyle Yapılan Düzenlemeler. *Çimento İşveren*, 34(5),p.p. 8-19. 05 14, 2022 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/344362898_Kisa_Calisma_Odeneginde_COVID-19_Koronavirus_Pandemisi_Nedeniyle_Yapilan_Duzenlemeler adresinden alındı.

Kaygısız, A. D. (2021). Covid-19 Sonrası Türk Turizm Sektöründe Oluşabilecek Fırsatlar ve Riskler. *Bartın Üniversitesi İktisadi Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 79-95.

Kılıç, B., Aslan, H., ve Gövce, M. (2020). Covid-19 Sonrası Turistik Tüketim Tutumu. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(Special Issue), 554-570. doi:<https://doi.org/10.21547/jss.787982>

Kılıçkan, Z. Y. (2021). Uçak Krizi Öncesi Ve Sonrasında Türkiye- Rusya Ekonomik İlişkilerinin Analizi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 53(2), 1284-1312.

Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). [basin.ktb.gov: https://basin.ktb.gov.tr/TR-318949/bakan-ersoy-haberturk-tv39nin-canli-yayin-konugu-oldu.html](https://basin.ktb.gov.tr/TR-318949/bakan-ersoy-haberturk-tv39nin-canli-yayin-konugu-oldu.html) , Erişim Tarihi: 05.06.2022 adresinden alındı.

Kıvılcım, B. (2020). Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınına Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri. *international Journal of Western Black Sea Social and Humanities Sciences*, 4(1), 17-27. doi:<https://doi.org/10.46452/baksoder.727208>.

Li, J. Y., You, Z., Wang, Q., Zhou, Z. J., Qiu, Y., Luo, R., and Ge, X. Y. (2020). The epidemic of 2019-novel-coronavirus (2019-nCoV) pneumonia and insights for emerging infectious diseases in the future. *Microbes and Infection*, 22(2), 80-85

Ma, S., Zhao, X., Gong, Y., and Wengel, Y. (2021). Proposing “healing tourism” as a post-COVID-19 tourism product. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 32(1), 136-139. doi:<https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1808490>.

Mengü C, (2012). Türkiye-Arap Dünyası Turizm İlişkilerinde Durum ve Beklentiler. *Orta Doğu Araştırmaları Merkezi (Orsamorg)*. Orta Doğu Analiz, Haziran 2012, 4(42), 102-112.

Mengü C, (2018) Seyahat İşletmelerinde Yönetim ve Operasyon Stratejileri- Ankara: Modern Sentez. Detay Yayıncılık.

Mengü C, (2022). 7th International Erciyes Conference on Scientific Research, Kayseri: Certificate of Participation

Mısırlı, İ. (2015). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Ankara : Detay Yayıncılık.

Mohanty, P., Hassan, A., and Ekis, E. (2020). Augmented reality for relaunching tourism post-COVID-19: socially distant, virtually connected. *Wordwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(6), 753-760. doi:<https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2020-0073>

- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*, 22(3), 651-656. doi:<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749>.
- Seraphin, H., and Dosquet, F. (2020). Mountain tourism and second home tourism as post COVID-19 lockdown placebo? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), 485-500. doi:10.1108/WHATT-05-2020-0027.
- Skare, M., Soriano, D. R., and Rochon, M. P. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163 (1), 1-14.
- Soylu, Ö. B. (2020). Türkiye Ekonomisinde COVID-19'un Sektörel Etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 7(5), 169-185.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). 2020/6 Sıra Sayılı Konaklama Tesislerinde Kontrollü Normalleşme Süreci Genelge Değişikliği. Ankara, Türkiye.
- Tekin, M. (2015). *İstatistik Analiz*, İstanbul: Der Yayınevi.
- Uğur, N. G., Kizilirmak, İ., ve Dereli, G. (2021). Covid-19 pandemi sürecinin seyahat etme niyetine etkisi. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 24(46), 1274-1262. doi:<https://doi.org/10.31795/baunsobed.939125>
- Urfa, A. M., Can, E., ve Yücelol, N. (2021). Covid-19 Salgını Bağlamında Türkiye'de Turizm Sektörünün Swot Analizi. *Aydın Adnan Menderes University Journal of Travel and Tourism Research*, 18(1), 22-50.
- Yenişehirlioğlu, E., ve Salha, H. (2020). Covid-19 Pandemisinin Türkiye İç Turizmüne Yaansımaları: Değişen Talep Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (37)Özel Sayı, 355-368.
- Zheng, D., Luo, Q., and Ritchie, B. W. (2021). Afraid to travel after COVID-19? Self-protection, coping and resilience against pandemic 'travel fear'. *Tourism Management*, 85(1), 1-13.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sınıf Öğretmenlerinin Sınıf Yönetiminde Karşılaştıkları Disiplin Sorunları ve Bu Sorunların Çözümlerine İlişkin Görüşleri

Ebubekir TALAYHAN, Milli Eğitim Bakanlığı, Batman, e-posta: ebubekirtalayhan@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7570-0752>

Cengiz ARI, Milli Eğitim Bakanlığı, Batman, e-posta: cengar56@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3239-3454>

Emin EZGİN, Milli Eğitim Bakanlığı, Batman, e-posta: ikra5672@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9438-7039>

Mehmet Zaman AKIN, Milli Eğitim Bakanlığı, Batman, e-posta: mza.102@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9558-961X>

Ömer AFŞİN, Milli Eğitim Bakanlığı, Batman, e-posta: omer_afsin72@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3454-6688>

Öz

Bu çalışmanın amacı, sınıf öğretmenlerinin sınıf yönetiminde karşılaştıkları sınıf disiplin sorunlarını ve bu sorunlarla baş etmeye yönelik geliştirdikleri çözüm yollarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik modelde yürütülen araştırmanın çalışma grubunu Batman il merkezindeki ilköğretim okullarında görev yapan 15 sınıf öğretmeni oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri, araştırmacılar tarafından geliştirilen görüşme formu aracılığıyla elde edilmiştir. Görüşme formu ile elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırmanın sonunda sınıf öğretmenlerinin sınıf içinde izin almadan konuşma, kavga etme, küfür etme, fiziksel şiddet, sözel şiddet ve ilgisizlik gibi disiplin sorunlarıyla karşılaştıkları, bu sorunların kaynağı olarak aile, çocuk ve sınıf ortamını gördükleri ve karşılaştıkları sorunlarla baş etmede uyarma, ceza verme, idareye sevk etme, öğrencilerle konuşma ve kızma gibi stratejilere baş vurdukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sınıf Öğretmeni, Disiplin, Sınıf Disiplin Sorunları, Sınıf Yönetimi.

Makale Gönderme Tarihi: 12.08.2022

Makale Kabul Tarihi: 05.10.2022

Önerilen Atf:

Talayhan, E., Arı, C., Ezgin, E., Akın, M. Z. ve Afşin, Ö. (2022). Sınıf Öğretmenlerinin Sınıf Yönetiminde Karşılaştıkları Disiplin Sorunları ve Bu Sorunların Çözümlerine İlişkin Görüşleri, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1391-1402.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(10): 1391-1402. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1105](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1105)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Classroom Teachers' Opinions on Disciplinary Problems Encountered in Classroom Management and Solutions to These Problems

Ebubekir TALAYHAN, Ministry of Education, Batman, e-mail: ebubekirtalayhan@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7570-0752>

Cengiz ARI, Ministry of Education, Batman, e-mail: cengar56@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3239-3454>

Emin EZGİN, Ministry of Education, Batman, e-mail: ikra5672@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9438-7039>

Mehmet Zaman AKIN, Ministry of Education, Batman, e-mail: mza.102@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9558-961X>

Ömer AFŞİN, Ministry of Education, Batman, e-mail: omer_afsin72@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3454-6688>

Abstract

The aim of this study is to determine the classroom discipline problems that classroom teachers encounter in classroom management and the solutions they have developed for these problems. The study group of the research conducted in the phenomenological model, which is one of the qualitative research methods, consists of 15 classroom teachers working in primary schools in the city center of Batman. The data of the study were obtained through the interview form developed by the researchers. The data obtained through the interview form were subjected to content analysis. At the end of the study, the classroom teachers encountered disciplinary problems such as speaking without permission, fighting, swearing, physical violence, verbal violence and apathy in the classroom, they saw the family, child and classroom environment as the source of these problems and warned, punished, It was seen that they used strategies such as referral, talking to students and getting angry.

Keywords: Classroom Teacher, Discipline, Classroom Discipline Problems, Classroom Management.

Received: 12.08.2022

Accepted: 05.10.2022

Suggested Citation:

Talayhan, E., Ari, C., Ezgin, E., Akın, M. Z. and Afşin, Ö. (2022). Classroom Teachers' Opinions on Disciplinary Problems Encountered in Classroom Management and Solutions to These Problems, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1391-1402.

GİRİŞ

Sınıf, öğrenme-öğretme etkinliklerinin gerçekleştirildiği ortak bir yaşam alanı olduğundan, eğitim-öğretim hizmetinin kalitesinin mümkün olduğunca artırılması öğretici açıdan önemlidir. Bu açıdan etkili ve verimli bir eğitimin sürdürülebilmesi için öğretmenlerin sınıf yaşamını profesyonel bir şekilde düzenlemeleri gerekmektedir. Bu ise sınıf yönetiminin önemi ortaya çıkmaktadır (Topal ve Uzoglu, 2020). Sınıf yönetimi, öğretmenlerin sınıfta öğrencilerin davranışlarını yönetmek için kullandıkları bir dizi davranış ve stratejiyi içeren ve okul yönetimini sınıfa uygulayan geniş bir kavramdır (Akan, 2017). Başka bir tanımlamaya göre sınıf yönetimi, öğretmenlerin sınıfta öğrenci davranışlarını yönetmek için kullandıkları bir dizi davranış kalıbını ve stratejisini içeren geniş bir terimdir (Evertson ve Emmer, 2013). Sınıf yönetimi, öğretime ayrılan zamanı, amaçları yerine getiren bir işlevsellik içinde kullanabilme (Okutan, 2015) ve etkili öğrenmenin gerçekleşmesini sağlamak için öğrencilere yönelik sınıf etkinlikleri düzenleme (Balay, 2019) olarak da tanımlanabilir. Uygun bir öğrenme ortamı yaratmak ve sürdürmek için sınıf yönetimi gereklidir. Sınıf yönetimi, sınıf ortamından, bireyin psikolojik özelliklerinden ve sınıf dışı faktörlerden de etkilenir. Bu durum sınıf yönetiminin bazı güçlükler yaşadığını göstermektedir (Topal ve Uzoglu, 2020). Disiplin sorunları ise öğretmenlerin sınıf yönetiminde yaşadıkları bu güçlerden bazılarıdır. Sınıf yönetimi ya da disiplin eksikliği günümüzde okulların en zor ve karmaşık sorunlarından biridir. Jones (1979) disiplini, en basit ifadeyle, öğrenmeyi kolaylaştıran ve aksamaları en aza indiren basit sınıf kurallarını uygulama işi olarak tanımlamaktadır. Bu tanımın varyasyonları Duke (1989), Strother (1985) tarafından sunulmaktadır. Her ne kadar bazı eğitimciler disiplin faaliyetlerini okul hayatına rahatsız edici müdahaleler olarak görse de, disiplin gereklidir. Çünkü talim, terbiye ve disiplin sayesinde insan doğal özelliğinden kurtulur (Alkayış, 2020). Disiplin, çocuğa hayatın belirli kurallarını öğretmek demektir. Çocuktan beklenen ise bu kuralları kendine uyarlaması ve içselleştirmesidir (Tarman, 2016).

Günümüzde disiplin sorunları deneyimli öğretmenlerin ve okul yöneticilerinin yanı sıra deneyimsiz öğretmenlerin de sorunu olmaya devam etmektedir. Bu nedenle sınıf yönetiminde karşılaşılan disiplin sorunlarının türlerini, nedenleri ortaya koymak ve çözmek için eğitimciler, veliler, filozoflar veya konuyla ilgilenen diğer kişiler tarafından pek çok çalışma yapılmıştır. Bu araştırmalardan birinde Topal ve Uzoglu, (2020) öğretmenlerin; ilgisizlik, saygısızlık, davranış bozukluğu, derse uyum, iletişim, psikolojik sorun, düzen gibi davranış sorunlarıyla karşılaştıklarını belirlemiştir. Karşılaşılan olumsuz davranış sorunlarını öğretmenlerden, öğrencilerden ve çevreden kaynaklandığı sonucuna varılmıştır. Bu durum Aristoteles'ten bu yana toplumsal varlık olarak kabul edilen insanın (Gültekin, 2022a; Gültekin, 2022b) çevresel olarak etkilendiğinin önemli kanıtları arasında sayılabilir. Öte yandan, öğrencilerin sınıfta sorun yaratan davranışları sergilemelerinin temelinde davranış sorunları, maddi durum ve teknolojinin olduğu belirlenmiştir. Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç ise istenmeyen davranış sergileyen öğrencilerin çeşitli tepkilere maruz kaldığıdır. Başka bir araştırmada ise Erdoğan ve arkadaşları (2010) öğretmenlerin motivasyon, bilgi eksikliği ve kural ihlali gibi disiplin sorunlarıyla karşılaştıklarını tespit etmiştir. Sadık ve Aslan (2015) ise sınıf öğretmenlerinin sınıf yönetiminde karşılaştıkları disiplin problemlerine yönelik görüşlerini inceledikleri çalışmalarında öğretmenlerin sınıfta genellikle izin almadan konuşma, ilgisizlik, sınıf içerisinde dolaşma gibi davranışlarla karşılaştıklarını sorunların genellikle öğrenci özellikleri ve aileden kaynaklı sorunlar olduğunu belirlemiştir. Sınıf yönetiminde karşılaşılan sınıf içi disiplin sorunları ve bunların çözümüne ilişkin öğretmen ve yönetici görüşlerini ele aldığı araştırmasında Aktaş (2019) öğretmenlerin sınıf içerisinde ağırlıklı disiplin sorunu olarak şakaşma, karşılaşma ve derste uyuma gibi sorunlarla karşılaştıklarını tespit etmiştir. Çankaya ve Çanakçı (2011) araştırmalarında öğretmenlerin sınıf ortamında karşılaştıkları istenmeyen öğrenci davranışlarını;

kopya çekme, derse karşı ilgisizlik, sözlü ve fiziksel şiddet, öğretmenlere karşı saygısızlık, olarak sıralarken Saygılı ve Gürşimşek (2008) ise araştırmalarında öğrencilerin sınıf ortamında küfür etme, kavga etme ve kendi arasında konuşma gibi istenmeyen davranışlar sergilediklerini bildirmektedir. Öğretmenler sınıf ortamında karşılaştıkları disiplin problemlerine karşı farklı stratejiler benimsemektedirler. Buna göre bazı öğretmenler istenmeyen davranışların olumsuz sonuçlarını açıklamayı ve ceza vermeyi tercih ederken; bazı öğretmenler ise arzu edilen davranışları ve bunların olumlu sonuçları hakkında bilgi verme ve ödüllendirme temelli stratejilere yönelmektedirler (Sadık, 2006). Görüldüğü gibi disiplin sorunları yıllardır öğretmenlerin, yöneticilerin ve velilerin önemli bir endişesidir birçok araştırma bu türden bir sorun olduğunu göstermektedir. Nitekim dünyadaki birçok okulda disiplin sorunları azalmak yerine daha da artmaktadır. Bu nedenle, bu çalışma sınıf öğretmenlerinin sınıf yönetiminde karşılaştıkları sınıf disiplin sorunlarını ve bu sorunlarla baş etmeye yönelik geliştirdikleri çözüm yollarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu temel amaçtan hareketle çalışmada aşağıdaki soruların yanıtları aranmaktadır:

- Sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde en sık karşılaştıkları disiplin sorunları nelerdir?
- Sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarının nedenleri nelerdir?
- Sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarını çözme stratejileri nelerdir?

Araştırma sonunda elde edilecek bulguların sınıf öğretmenlerinin sınıf disiplin yönetimini kolaylaştırmak için yönlendiren bakış açılarını keşfetmek, öğretmen hazırlığını ve gelecekteki mesleki gelişim programlarını iyileştirmek için daha verimli çalışmaya yardımcı olmak açısından önemli olacağı düşünülmektedir. Bunun yanından elde edilen bulguların literatüre katkı sağlaması ve sonraki araştırmacılar için veri oluşturması bakımından da önemli olduğu değerlendirilmektedir.

YÖNTEM

Sınıf öğretmenlerinin sınıf yönetiminde karşılaştıkları sınıf disiplin sorunlarını ve bu sorunlarla baş etmeye yönelik geliştirdikleri çözüm yollarını belirlemeyi amaçlayan bu çalışma nitel araştırma yöntemleri ile yürütülmüştür. Nitel araştırmalar, görüşme, gözlem ve dokümantasyon gibi nitel veri toplama yöntemlerinin yanı sıra doğal ortamdaki algıların ve olayların bütüncül ve gerçekçi bir şekilde tanımlanması için nitel bir sürecin kullanıldığı araştırmalardır (Yıldırım ve Şimşek 2016). Bu çalışmada bu nitel yöntemin seçilmesinin nedeni, sınıf öğretmenlerinin sınıf yönetiminde karşılaştıkları sınıf disiplin sorunlarını tespit etmek ve bu sorunlara yönelik çözümler geliştirmektir.

Araştırmanın Modeli

Bu araştırma nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji modeli kapsamındadır. Fenomenolojik model bireylerin bir olay, olgu ve fenomene ilişkin algılarını, yaşantılarını ve buna yüklediği anlamları ortaya çıkarmayı amaçlayan araştırma modelidir (Johnson ve Christensen, 2004). Bu bağlamda bu çalışmada sınıf öğretmenlerinin sınıf içinde karşılaştıkları sorunlarla ilgili algılarının ve yaşantılarının incelenmesi araştırmayı fenomenolojik modele yönlendirmektedir.

Çalışma Grubu

Fenomenoloji araştırmalarında ele alınan fenomeni açıklayacak katılımcıların dikkatli bir biçimde seçilmesi ve katılımcıların fenomeni yansıtabilecek birincil kişiler olması önemlidir (Creswell, 2007). Bu nedenle çalışmaya sınıf içi disiplin sorunlarını net bir biçimde ortaya koyabilmek için bu sorunları birincil kişi olarak deneyimleyen sınıf öğretmenleri dahil edilmiştir. Araştırmanın çalışma grubu ise Batman il merkezindeki ilköğretim kurumlarında görev yapan 15 sınıf öğretmenlerinden oluşmaktadır. Tablo 1’de çalışma grubunun demografik dağılımları gösterilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Ait Demografik Bilgileri

Demografik Değişken	Kategori	f
Cinsiyet	Kadın	8
	Erkek	7
Yaş	20-30	8
	31-40	4
	41-50	3
Eğitim	Lisans	12
	Yüksek Lisans	2
	Doktora	1
Statü	Kadrolu	13
	Sözleşmeli	2

Tablo 1’de görüldüğü gibi katılımcıların sekizi kadın yedisi erkektir. Ayrıca sekiz katılımcı 20-30,4 katılımcı 31-40 ve 3 katılımcı 41-50 yaş aralığındadır. Katılımcıların 12’si lisans, ikisi yüksek lisans ve biri doktora düzeyinde eğitim görmüştür. Diğer taraftan 13 katılımcı kadrolu üç katılımcı ise sözleşmeli statüde görev yapmaktadır.

Veri Toplama Aracı ve Analizi

Araştırmanın verileri araştırmacılar tarafından alanyazın bulgularına ve alan uzmanlarının görüşlerine dayalı olarak geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu ile elde edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcılardan demografik bilgiler istenmiş, ikinci bölümde ise sınıf öğretmenlerinin karşılaştıkları sınıf disiplin sorunlarına ilişkin görüşlerini ve bunlara yönelik çözüm önerilerini belirlemek için 6 açık uçlu soru kullanılmıştır. Görüşme formunun uygulanmasında yüz yüze görüşme tekniği tercih edilmiştir. Görüşmeler yaklaşık 30 dakika sürmüştür ve her görüşme katılımcıların izni doğrultusunda ses kayıt cihazıyla kaydedilmiştir. Kayıtlar daha sonra metin belgesinde dönüştürülmüş ve içerik analizi ile çözümlenmiştir. Analiz sürecinde her bir öğretmenin görüşü ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Ardından gerekli kodlamalar yapılmış ve tema oluşturulmuştur. Temalar belirlendikten sonra frekans hesabı yapılmış ve her bir tema için bir tablo oluşturulmuştur. Oluşturulan tablolar altında katılımcılar tarafından sıklıkla dile getirilen çarpıcı görüşler doğrudan alıntılarla örneklendirilmiştir. Ayrıca tablolarda belirtilen kodlara ilişkin öğretmenlerin görüşlerinden örnek cümlelere (Ö1, Ö2 gibi) kodlar kullanılmıştır.

BULGULAR

Çalışmanın bu başlığında elde edilen bulgular araştırmanın alt amaçları doğrultusunda sunulmaktadır.

Sınıf Öğretmenlerinin Sınıf İçerisinde En Sık Karşılaştıkları Disiplin Sorunları

Araştırmanın ilk alt problemi kapsamında sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde en sık karşılaştıkları disiplin sorunlarına ilişkin görüşleri incelenmektedir. Sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde en sık karşılaştıkları disiplin sorunları tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Sınıf Öğretmenlerinin Sınıf İçinde En Sık Karşılaştıkları Disiplin Sorunları

Tema	Kod	f
Sınıf içinde karşılaşılan disiplin sorunları	İzinsiz konuşma	15
	Kavga etme	13
	Küfür etme	12
	Fiziksel şiddet	11
	Sözel şiddet	10
	Kopya çekme	10
	Derse karşı ilgisizlik	8
Sorumsuzluk	6	

Tablo 2’ de yer alan verilerde de görüldüğü gibi sınıf öğretmenlerinin sınıf içinde en sık karşılaştığı disiplin probleminin başında izinsiz konuşma (f=15) gelmektedir. Tüm katılımcılar sınıf içinde izinsiz konuşma davranışından yakınmaktadırlar. Bunu sırasıyla kavga etme (f=13), küfür etme (f=12), fiziksel şiddet (f=11), sözel şiddet (f=10), kopya çekme (f=10), derse karşı ilgisizlik (f=8) ve sorumsuzluk (f=6) takip etmektedir. Bununla ilişkili katılımcı görüşlerinden bazıları aşağıda sunulmaktadır:

- “Sınıf içerisinde öğrencilerin izin almadan konuşmaları, kavga etmeleri, birbirlerine karşı hakaret içerikli cümleler kullanmaları ve derse karşı ilgisiz olmaları gibi sorunlar yaşıyorum.” (Ö3)
- “Öğrencilerde sık karşılaştığım disiplin sorunu izinsiz konuşmalarıdır. Tabi sadece bu konuda sorun yaşamıyorum bunun yanında en ufak bir şeyde birbirlerine küfür ediyorlar, dövüşüyorlar, kavga ediyorlar, hiçbir sorumluluk almak istemiyorlar.” (Ö6)
- “Sürekli yerlerinden kalkıyorlar ben izin vermeden konuşuyorlar ve nezaket kurallarını aşarak birbirlerine hitap ediyorlar. Tabi sürekli kopya çekmeye çalışıyorlar. Biri konuşurken diğeri onu sözünü kesiyor, birbirlerine zarar veriyorlar.” (Ö11)
- “En basit sorularda dahi hemen kopya çekmek istiyorlar. Derste birbirlerine kağıt, silgi atıyorlar, birbirlerinin saçını çekiyorlar ve birbirlerini rahatsız ediyorlar.” (Ö14)

Sınıf İçerisinde Karşılaşılan Disiplin Sorunlarının Nedenleri

Araştırmanın ikinci alt problemi kapsamında sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarının nedenlerine ilişkin görüşleri incelenmektedir. Sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarının nedenlerine ilişkin görüşleri Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Sınıf İçerisinde Karşılaşılan Disiplin Sorunlarının Kaynağı

Tema	Kod	f
Aile	Ebeveyn ilgisizliği	14
	Ailenin eğitim seviyesi	13
	Ebeveynlerin ayrı yaşaması	7
Çocuk	İlgisizlik	12
	Saygısızlık	9
	Önemsememe	7
Sınıf	Sınıfların kalabalık olması	15
	Yeterli sosyal aktivitenin olmaması	6
	Fiziksel yetersizlikler	3

Tablo 3'te de görüldüğü gibi sınıf öğretmenlerinin büyük çoğunluğu sınıf içinde karşılaştıkları disiplin sorunlarının nedenini aile olarak görmektedirler. Öğretmenler ebeveyn ilgisizliği (f=14), ailenin eğitim seviyesi (f=13) ve ebeveynlerin ayrı yaşaması (f=7) gibi nedenlerle öğrencilerin sınıf içerisinde istenmeyen davranışlar sergilediklerini ifade etmektedirler. Bununla ilişkili katılımcı görüşlerinden elde edilen kesitler aşağıda sunulmaktadır:

- “Bence öğrencilerin bu davranışlarının temel nedeni ailelerin ilgisizliğidir. Bölgenin sosyo ekonomik yapısından da kaynaklı olarak aileler çocuklarıyla yeteri kadar ilgilenmiyorlar. Sadece okula gönderiyorlar. Çoğu zaman veli toplantılarına dahi gelmiyorlar. Bu ilgisizlik bence evde de devam ediyor ve bunun sonucunda öğrenciler okulu yeteri kadar önemsemiyorlar.” (Ö2)
- “Aileler genellikle okuma yazma bilmeyen veya ilkokul mezunu aileler. Bu nedenle dersler ailelerin ilgisini çekmiyor. Aileler çocuklarla ilgilenmeyince çocuklar da dersleri ve okulu ciddiye almıyor ve kural dışı davranışlar sergiliyor.” (Ö13)
- “Öğrencilerinden bazılarının annesi ve babası ayrı yaşıyor. Dikkatle gözlemlediğimde bu öğrencilerin daha agresif tavırlar sergilediğini görüyorum. Ailenin birlikte yaşaması bence çok önemlidir.” (Ö15)

Bazı katılımcılar ise sınıf içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarının öğrencilerin kendisinden kaynaklandığını ifade etmektedirler. Öğretmenler ilgisizlik (12), saygısızlık (f=9) ve önemsememe (f=7) nedeniyle sınıf içerisinde istenmeyen davranışlarla karşılaştıklarını vurgulamaktadırlar. Bu durum katılımcıların aşağıdaki görüşleri ile ortaya konulmaktadır:

- “Öğrenciler derse karşı o kadar ilgisizler ki bu ilgisizlikleri onları kural dışı davranmaya yöneltiyor.” (Ö4)
- “Maalesef hem bana hem de arkadaşlarına karşı saygısızca tavırları çok sık oluyor. Bu tavırları onları disiplin kurallarına aykırı davranmaya sevk ediyor.” (Ö17)
- “Daha önce de söylediğim gibi öğrencilerin derse ilgisini arttırmak için çeşitli etkinlikler düzenliyorum. Ama nedense dersi yeteri kadar önemsemiyorlar.” (Ö12)

Katılımcılar sınıf içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarının üçüncü nedeni olarak sınıf ortamını öne sürmektedirler. Buna göre katılımcılar sınıfların kalabalık olması (f=15), yeterli sosyal aktivitenin olmaması (f=6) ve fiziksel yetersizlikler (f=3) nedeniyle derslerde disiplin sorunları yaşadıklarını ifade etmektedirler. Katılımcıların aşağıdaki görüşleri bu durumu ortaya koymaktadır:

- “Sınıflar o kadar çok kalabalık ki. Öğrencileri zapt etmekte zorlanıyoruz.” (Ö1)
- “Hem kalabalık sınıflarda eğitim veriyoruz hem de okulun fiziksel eksikliklerinden dolayı yeterli sosyal aktivite yapamıyoruz. 5 saat boyunca aynı mekânda kalan öğrenciler ister istemez sıkılıyor ve birbirleriyle uğraşılıyor” (Ö4)
- “Öğrenciler derslerde sıkılıyorlar. Çeşitli etkinlikler yapmak istiyoruz ama bu konuda imkânlarımız sınırlı. Böyle olunca enerjilerini tam olarak atamıyorlar sınıf içerisinde huysuzluk yapıyorlar” (Ö14)

Sınıf Öğretmenlerinin Sınıf İçerisinde Karşılaştıkları Disiplin Sorunlarını Çözme Stratejileri

Araştırmanın üçüncü alt problemi kapsamında sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarını çözme stratejileri hakkında görüşleri incelenmektedir. Sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarını çözme stratejileri tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4: Öğretmenlerin Sınıf İçinde Karşılaştıkları Disiplin Sorunlarını Çözme Stratejileri

Tema	Kod	f
Sınıf içinde karşılaşılan disiplin sorunlarını çözme stratejileri	Ceza verme	14
	Uyarma	13
	İdareye sevk etme	10
	Öğrencilerle konuşma	8
	Kızma	6
	Aileye haber verme	4
	Not düşürme	2

Tablo 4’e göre öğretmenler sınıfta içinde karşılaştıkları disiplin sorunlarını çözme konusunda ağırlıklı olarak ceza verme (f=14) yöntemini tercih etmektedirler. Bunun dışında öğretmenler sırasıyla uyarma (f=13), idareye sevk etme (f=10), öğrencilerle konuşma (f=8), kızma (f=6), aileye haber verme (f=4) ve not düşürme (f=2) gibi stratejilere başvurmaktadırlar.

- “Bu tür sorunlarla karşılaştıklarında çoğu zaman küçükte olsa bir ceza vermeyi tercih ediyorum. Böyle olunca öğrenciler bunun yanlış bir davranış olduğunu daha kolay anlıyor.” (Ö1)
- “Önce uyarmayı tercih ediyorum tabi. Uyarılarım sonuç vermez ise idareye sevk ediyorum veya not kırıyorum.” (Ö6)
- “Öğrencilerin disiplin sorunlarını gördüğümde göz ile veya söz ile yaşadığım kızgınlığımı onlara hissettiriyorum. Bundan sonuç alamazsam ceza veriyorum.” (Ö9)
- “Öğrenciler bizi her gün gördükleri için artık öğretmenden çekinmeyebiliyorlar. Ama ailelerinden ve idareden çekiniyorlar. Ben de kontrol edemeyeceğim disiplin sorunlarını ailelere bildiriyorum.” (Ö13)

SONUÇ TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu çalışmada sınıf öğretmenlerinin sınıf yönetiminde, hangi disiplin sorunlarıyla karşılaştıklarını ve bu sorunlara yönelik ortaya koydukları çözümleri öğretmenlerin bakış açısıyla incelemektedir.

Bu çalışmada sınıf öğretmenlerinin sınıf yönetiminde, hangi disiplin sorunlarıyla karşılaştıklarını ve bu sorunlara yönelik ortaya koydukları çözümleri öğretmenlerin bakış açısıyla incelemektedir. Çalışmanın birinci alt problemi kapsamında sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde en sık izinsiz konuşma, kavga etme, küfür etme, fiziksel şiddet, sözel şiddet, kopya çekme, derse karşı ilgisizlik ve sorumsuzluk gibi disiplin sorunlarıyla karşılaştıkları belirlenmiştir. Bu sonuç mevcut literatür bulgularıyla da tutarlıdır. Literatürde sınıf öğretmenlerinin sınıf içerisinde benzer sorunlarla karşılaştıklarını ortaya koyan çeşitli araştırmalar bulunmaktadır (Aktaş, 2019; Carotenuto, 2011; Çankaya ve Çanakçı, 2011; Sadık ve Aslan, 2015; Saygılı ve Gürşimşek, 2008; Topal ve Uzoğlu, 2020). Bu araştırmalardan birisinde Topal ve Uzoğlu (2020) ilgisizlik, saygısızlık, davranış bozukluğu, derse uyum, iletişim bozukluğu, psikolojik sorun gibi durumları disiplin sorunlarından öne çıkanlar olarak belirlemiştir. Benzer şekilde Çankaya ve Çanakçı (2011) araştırmalarında öğretmenlerin sınıf ortamında karşılaştıkları istenmeyen öğrenci davranışlarını; kopya çekme, derse karşı ilgisizlik, sözlü ve fiziksel şiddet, öğretmenlere karşı saygısızlık, olarak sıralarken, Saygılı ve Gürşimşek (2008) ise araştırmalarında öğrencilerin sınıf ortamında küfür etme, kavga etme ve kendi arasında konuşma gibi istenmeyen davranışlar sergilediklerini bildirmektedir. Araştırma sonuçlarını destekler nitelikteki başka bir çalışmada ise Çetin (2013) öğretmenlerin sınıf içerisinde en sık karşılaştığı disiplin sorunlarını izin almadan konuşma, dikkat eksikliği ve çekingenlik olarak tanımladıklarını belirlemiştir. Bu sonuçlar öğrencilerin sık sık öğrenme etkinliğinden uzaklaştıklarını ve derste sıkıldıklarını göstermektedir. Nitekim öğretmenler öğrencilerin sınıf ortamında birbirleriyle alay ettiklerini, birbirlerini rahatsız ettiklerini ve derse ilgi göstermediklerini belirtmişlerdir. Bu durum da öğrencilerin bir uyum sorunu yaşadıklarını açık şekilde ortaya koymaktadır.

Çalışmanın ikinci alt problemi kapsamında öğrencilerin sınıf içindeki kural dışı davranışlarının temelinde aile, çocuk ve sınıf ortamı olduğu belirlenmiştir. Özellikle davranış sorunları altında ailenin ilgisizliği, eğitim seviyesi, ebeveynlerin ayrı yaşaması gibi durumların olduğu öğretmenler tarafından belirtilmektedir. Ebeveynlerin okula ve çocuğa karşı ilgisiz davrandığını ifade eden öğretmenler bu durumun çocukların derse karşı isteksiz ve ilgisiz olmasına neden olduğunu vurgulamışlardır. Bu sonuç da literatür bulgularıyla desteklenmektedir (Atıcı, 2007; Baysal, 2009; Dağlı ve Baysal, 2012; Sadık ve Aslan, 2015; Jones ve Jones, 2007). Baysal (2009) öğretmenlerin genel olarak sınıf içinde karşılaştıkları disiplin problemlerinin kaynağını ailede ve çocukta aradıklarını vurgulamaktadır. Benzer şekilde Sadık ve Aslan (2015) da araştırmalarının sonunda sınıf öğretmenlerinin sınıf içinde karşılaştıkları disiplin sorunlarının genellikle aileden ve çocuktan kaynaklandığını düşündüklerini saptamışlardır. Ailenin bireyin tutum, değer ve alışkanlığının oluşmasında birincil öneme sahip olması ve çocukların zamanın büyük bölümünü aile ile birlikte geçirmesi nedeniyle bu sonucun doğal bir sonuç olduğu düşünülebilir. Çalışmanın ikinci alt problemi kapsamında ayrıca öğretmenler sınıf içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarının sınıftaki öğrenci sayısının fazlalığı, fiziksel yetersizlik ve yeterli sosyal aktivitenin olmamasından kaynaklandığını belirtmişlerdir. Bu sonucu destekler nitelikteki çalışmalarında O'Neil ve Stephenson, (2013) sınıf mevcudunun fazla olmasının ve yetersiz sosyal aktivitenin öğrencilerin kural dışı davranışlar sergilemelerine neden olduğunu belirtmektedir. Aynı şekilde Öztürk Koç ve Şahin (2003) de sınıf içerisinde yaşanan disiplin sorunlarının çoğunun sınıftaki öğrenci sayısından, öğretim programı niteliğinde, sınıfın yerleşim düzeninden dolayısıyla okul içi değişkenlerden kaynaklandığını belirtmektedir. Topal ve Uzoğlu (2020) da öğretmenlerin öğretim ortamının ve sınıf düzeyinin davranış sorunları oluşturabileceği görüşünde olduklarını bildirmektedir. Elde edilen sonuçlar bir arada değerlendirildiğinde sınıf öğretmenlerinin sınıf

içerisinde karşılaştıkları disiplin sorunlarının değiştirilmesindeki sorumluluğu öncelikle aileye daha sonra ise çocuğa ve okula yükledikleri söylenebilir. Ancak unutulmamalıdır ki öğrenci ile sürekli etkileşim halinde olan, öğretimi gerçekleştiren, konuya ve Milli Eğitimin amaçlarına yönelik davranış değiştiren öğretmen, tutum, alışkanlık ve davranışlarıyla öğrencilerini etkiler.

Çalışmanın üçüncü ve son alt problemi kapsamında sınıf öğretmenlerinin sınıf içinde karşılaştıkları disiplin sorunlarıyla baş etmede ağırlıklı olarak ceza verme ve uyarma stratejisini kullandıkları belirlenmiştir. Dolayısıyla sınıf yönetimi açısından olumsuz olarak değerlendirilen davranışların sınıfta yönetilmesinde farklı yolların kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda yapılmış araştırmalar incelendiğinde sınıf içinde karşılaşılan disiplin sorunları karşısında öğretmenlerin sıklıkla cezalandırma ve uyarma stratejisine yöneldikleri görülmektedir (Kazu, 2007; Sadık ve Aslan, 2015; Uğurlu vd., 2014). Topal ve Uzoğlu (2020) öğretmenlerin sınıf içinde istenmeyen davranışlara ve bunlara karşı tepkilerinin başında uyarı ve ödül-cezayı tercih ettiklerini tespit etmiştir. Benzer şekilde Sadık ve Aslan (2015) da sınıf içi disiplin sorunlarını engellemede öğretmenlerin sıkça kullandıkları yöntemlerin ceza ve uyarma olduğunu tespit etmiştir. Öğretmenlerin eğitim ve öğretimin sürekliliğini sağlayabilmek için bir an evvel kural dışı davranışları durdurmaya odaklanmaları bu durumun nedeni olabilir. Eğitim faaliyetlerini engelleyen her türlü davranış istenmeyen davranış olarak değerlendirilebileceğinden, bu davranışlar sınıf düzenini ve işleyişini bozma, hedeflere ulaşmayı engelleme ve özellikle zamanın kötüye kullanılması gibi olumsuzlukları da ortaya çıkaracaktır (Tutkun, 2006). Bu bağlamda öğretmenlerin etkili bir sınıf yöneticisi olarak sınıfı öğretim süreçlerine hazırlaması, kuralları belirlemesi, öğretimi uygulaması, denetlemesi ve planlaması ve değerlendirmesi, istenen davranışları kazanması önemlidir. Bu nedenle sınıf öğretmenlerine öğrenci merkezli öğretim yöntemleri ve teknikleri, sınıf için motivasyon, aile katılımı, önleyici disiplin ve öğrenci davranışı sorumluluğunu alma konusunda uygulamalı hizmet içi eğitimlerin verilmesi önerilmektedir. Öğretmenler, öğretme ve öğrenme konusunda öğrencileriyle iyi ilişkilere sahip olduklarında birçok disiplin sorununun önüne geçilebilir. Olumlu öğretmen-öğrenci ilişkileri, öğrencilerin okuldaki akademik başarıları kadar sorumluluk almalarını da etkiler. Bu nedenle öğretmenlere etkili iletişim konusunda eğitimlerin verilmesi önerilmektedir. Bu bağlamda sınıf yönetiminde karşılaşılan sorunların azaltılması ve eğitim faaliyetlerine daha fazla zaman ayrılması için öğretmenlerin sağlıklı bir iletişim ve işbirliği ortamı oluşturmaya özen göstermeleri önerilebilir. Çünkü her meslekte olduğu gibi eğitimde de iletişim önemli bir yere sahiptir (Alkayış, 2022). Bu anlamda özellikle insan benzeri davranışlar yapmak üzere geliştirilmiş yapay zeka (Çelebi ve Gültekin, 2020) teknolojilerinin de öğrenci ile öğretmen arasındaki iletişime katkı sunması açısından işlevsel şekilde kullanılması önerilmektedir. Elde edilen bulguların genellenebilir olması için sonraki araştırmacılar tarafından daha geniş örneklem grubunda nicel araştırma yöntemlerinin uygulandığı yeni araştırmalarla bu bulguların karşılaştırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Akan D, (2017). Temel kavramlar ve sınıf yönetiminin kapsamı. *Kuram ve uygulamada sınıf yönetimi in* (Ed: C. Gülşen). 1-22. Ankara: Anı.

Aktaş, A. (2019). *Sınıf yönetiminde sınıf içi disiplin sorunları ve çözüm yöntemleri konusunda yönetici ve öğretmen görüşleri*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Alkayış, A. (2020). *Çağdaş sorunlar karşısında insan ve eğitim*. Ankara: Astana.

Alkayış, A. (2022). *Eğitim felsefesi ve kariyer planlaması*. Çanakkale: Paradigma.

- Atıcı, M. (2007). A small-scale study on student teachers' perceptions of classroom management and methods for dealing with misbehaviour. *Emotional and Behavioural Difficulties*, 12 (1), 15-27.
- Balay, R. (2019). *2000'li yıllarda sınıf yönetimi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Baysal, N. (2009). *İlköğretim II. kademedeki görevli öğretmenlerin sınıfta karşılaştıkları disiplin sorunlarına, bunların nedenlerine ve çözüm yollarına ilişkin görüşleri (Diyarbakır ili örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Carotenuto, M. R. (2011). *Pupil misbehaviour and classroom management: the impact of congruence*. Doctoral thesis, University of Southampton, Faculty of Law, Art and Social Sciences, England.
- Çankaya, İ. H., ve Çanakçı, H. (2011). Sınıf öğretmenlerinin karşılaştıkları istenmeyen öğrenci davranışları ve başa çıkma yolları. *Turkish Studies (Elektronik)*, 6(2), 307-316.
- Çelebi, E., ve Gültekin, A. (2020). Ontolojik Sınırların Belirsizliği: Yapay Zeka, Mit Ve Her (Aşk) Filmi Üzerinden Bir Değerlendirme. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 6(1), 40-46.
- Çetin, B. (2013). Sınıfta istenmeyen öğrenci davranışlarıyla ilgili sınıf öğretmenlerinin karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 255-269.
- Dağlı, A. ve Baysal, N. (2012). İlköğretim öğretmenlerinin sınıfta karşılaştıkları disiplin sorunlarının nedenlerinde ilişkin görüşleri. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18, 259-271.
- Duke, D. L. (1989). School Organization, Leadership, and Student Behavior. In *Strategies to Reduce Student Misbehavior*, edited by Oliver C. Moles. Washington, DC: Office of Educational Research and Improvement, p.31-62.
- Erdoğan, M., Kursun, E., Sisman, G. T., Saltan, F., Gok, A., and Yildiz, I. (2010). A Qualitative Study on Classroom Management and Classroom Discipline Problems, Reasons, and Solutions: A Case of Information Technologies Class. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 10(2), 881-891.
- Evertson, C., ve Emmer, E. (2013). *İlkokul öğretmenleri için sınıf yönetimi*. (A. Aypay, Çev.) Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Gültekin, A. (2022a). Zihin Felsefesinde Zihin Kavramının Serencamı: Antik Yunandan Günümüze Ruh Kavramından Zihin Kavramına Tarihsel Perspektif. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 17-32.
- Gültekin, A. (2022b). Spinoza'nın Bilgi Anlayışı: Bir Onto-Epistemoloji Okuması, *Social Sciences Studies Journal*, 8(95), 663-672.
- Jones, F. H. (1979). The Gentle Art of Classroom Discipline. *National Elementary Principal*, 58, 26-322.
- Kazu, H. (2007). Öğretmenlerin sınıfta istenmeyen davranışların önlenmesi ve değiştirilmesine yönelik stratejileri uygulama durumları. *Milli Eğitim Dergisi*, 36 (175), 57-65.
- Okutan, M. (2015). *Sınıf yönetiminde örnek olaylar*. Ankara: Pegem.
- O'neil, S. and Stephenson, J. (2013). One year on: first-year primary teachers' perceptions of preparedness to manage misbehaviour and their confidence in the strategies they use. *Australasian Journal of Special Education*, 37 (2), 125-146.
- Öztürk, B., Koç, G. ve Şahin, F. T. (2003). Sınıf öğretmenlerinin öğrencileri arasında ayırım yapma durumu ve bu ayırımın bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 109-118.

- Sadık, F. (2006). Öğrencilerin istenmeyen davranışları ve bu davranışlarla baş edilme stratejilerinin öğretmen, öğrenci ve veli görüşlerine göre incelenmesi ve güvengen disiplin modeli temele alınarak uygulanan eğitim programının öğretmenlerin baş etme stratejilerine etkisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Sadık, F., ve Aslan, S. (2015). İlkokul sınıf öğretmenlerinin disiplin problemleri ile ilgili görüşlerinin incelenmesi. *Electronic Turkish Studies*, 10(3), 115-138.
- Saygılı, G. ve Gürşimşek, I. (2008). Sınıfta istenmeyen davranışlara ilişkin öğrenci görüşleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 152-159.
- Strother, D. B. (1985). Practical Applications of Research. *Phi Delta Kappan*, 66(10), 725-728.
- Tarman, B. (2016). Discipline or classroom management. *Journal of Learning and Teaching in Digital Age*, 1(2), 37-44.
- Topal, T., and Uzoglu, M. (2020). Discipline Problems Faced by Science Teachers in Classroom Management and Solutions for These Problems. *Online Submission*, 7(9), 11-25.
- Tutkun Ö. F. (2006). *Sınıf düzeni. Sınıf yönetimi* in (Ed: Z. Kaya). 235-265. Ankara: Pegem.
- Uğurlu, C. T., Doğan, S., Şöförtakımcı, G., Ay, D., ve Zorlu, H. (2014). Öğretmenlerin sınıf ortamında karşılaştıkları istenmeyen davranışlar ve bu davranışlarla baş etme stratejileri. *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(2), 577-602.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sosyal Medyada Ünlülere Yönelik Nefret Söylemi: Twitter Üzerine Bir İnceleme

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Erzurum, e-posta: zeynepd@atauni.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002--0889-469X>

Öz

Yeni medyanın varlığı ile ortaya çıkan ve dijital ortamlar olarak tanımlanan sosyal medya platformları, kullanıcılara katılım hakkı ve ifade özgürlüğü sunmaktadır. Sıradan ya da tanınmış kişilerin kendilerini ifade ettikleri, duygularını ve düşüncelerini dile getirdikleri bu platformlar kamusal bir ağ olarak yaşamdaki yerini almaktadır. Sıradan insanların yanı sıra ünlüler de bu platformlarda oldukça sık paylaşım yapmakta ve bu platformlar üzerinden hayranlarına ulaşmaya çalışmakta aynı zamanda da duygu ve düşüncelerini paylaşmaktadırlar. Geniş bir hayran kitlesine ve takipçi ağına sahip olan ünlüler, zaman zaman yapmış oldukları paylaşımlarla kullanıcıların nefret dolu söylemlerinin hedefi olmaktadır. Bu çalışmada, kitlelerce tanınan ve bilinen ünlü kişilerin söyledikleri ile daha fazla dikkat çektikleri ve sosyal medyada; ünlerinden dolayı yoğun bir şekilde kullanıcılar tarafından maruz kaldıkları nefret söylemini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu bağlamda da çalışmada, sosyal medyada kullanıcılarının ünlülere yönelik nefret söylemleri incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmada, 2022 Mart ayında Twitter'da gündem olan ünlüler ve onlara yönelik olarak atılan tweetler ele alınmıştır. Twitter 'da trend topic (gündem)ler anlık olarak değiştiği için çalışma bir aylık süre içerisinde trend topic olan ve nefret söylemine maruz kalan ünlüler ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik yöntem, veri toplama tekniği olarak da içerik analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda kullanıcılar tarafından trend topic olan ünlülere yönelik nefret içerikli tweetler amaçlı örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Bu tweetler, diğer kullanıcıların yanıt, retweet ve beğeni sayıları bakımından ve nefret kategorisinde yer alan *abartma/yüküleme/çarpıtma, küfür/hakaret/laşağılama, düşmanlık/ savaş ve simgeleştirme* söylemleri kapsamında ise içerik analizi çözümlemesine tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgular ışığında, ünlülerin yapmış olduğu paylaşımlar ya da söylemlere yönelik kullanıcılar tarafından Twitter'da hakaret, aşağılama ve düşmanlık içeren nefret söylemlerine sıklıkla maruz kaldıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Ortamlar, Nefret Söylemi, Sosyal Medya, Twitter, Ünlüler.

Makale Gönderme Tarihi: 31.07.2022

Makale Kabul Tarihi: 04.10.2022

Önerilen Atf:

Biricik, Z. (2022). Sosyal Medyada Ünlülere Yönelik Nefret Söylemi: Twitter Üzerine Bir İnceleme, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1403-1420.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(10): 1403-1420. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1106](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1106)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Hate Speech to Famous in Social Media: A Review on Twitter

Assistant Prof. Dr. Zeynep BİRİCİK, Atatürk University, Faculty of Communication, Erzurum, e-mail: zeynepd@atauni.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002--0889-469X>

Abstract

Social media platforms, which emerged with the existence of new media and defined as digital environments, offer users the right to participate and freedom of expression. These platforms, where ordinary or well-known people express themselves, express their feelings and thoughts, take their place in life as a public network. In addition to ordinary people, celebrities also share on these platforms quite often and try to reach their fans through these platforms, and at the same time share their feelings and thoughts. Celebrities, who have a large fan base and follower network, are sometimes the target of hateful speech by users with their posts. In this study, it is aimed to reveal the hate speech that the famous people who are known and known by the masses attract more attention with their words and are heavily exposed by the users due to their reputation in social media. In this context, the hate speech of users on social media towards celebrities was tried to be examined in this study. In the study, the celebrities who were on the agenda on Twitter in March 2022 and the tweets sent for them were discussed. Since the trend topics (agenda) on Twitter change instantaneously, the study was limited to celebrities who were trending topics within a month and were exposed to hate speech. In the study, phenomenology was used as a method and content analysis was used as a data collection technique. In this context, tweets with hateful content towards celebrities, which became the trend topic, were chosen by the purposeful sampling method. These tweets were subjected to content analysis analysis in terms of the number of replies, retweets and likes of other users and within the scope of Exaggeration/attribution/distortion, swearing/insult/humiliation, Enmity/war and Symbolization discourses in the hate category. In the light of the findings, it was concluded that celebrities are frequently exposed to hate speech containing insults, humiliation and hostility on Twitter by users for their posts or discourses.

Keywords: Digital Environments, Hate Speech, Social Media, Twitter, Celebrities.

Received: 31.07.2022

Accepted: 04.10.2022

Suggested Citation:

Biricik, Z. (2022). Hate Speech to Famous in Social Media: A Review on Twitter, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1403-1420.

GİRİŞ

Bireyin kendine yeterli gelen varlığının kapalılığını, bütünlüğünü açığa çıkarmasına yönelik yollardan biri, anlamın “dil” siz var olamayacağıdır. Varlığın kendini tasavvur etmesi dahil her türlü tanımlama, adlandırma ve düşünme eylemi dilin içerisinde vuku bulur. Dil ise her şeyden önce konuşmadır, söylemdir ve daima karşısında bir muhatap varsayar. Yani dil, ifade edilen şeyin içeriğinden önce bir söylem ve yönelme edimidir. Konuşmanın içeriğinden önce gelen bu başkasıyla iletişimde bulunma ve ona yönelme edimi doğal olarak hakikatin temelidir ve hakikat, ben’in kendisine ancak öteki ile ulaşabileceği bir ilişkide var olabilir (Türk, 2013: 42).

Tarihsel süreç içerisinde, varlığını ve gücünü ortaya koymak adına egemen ideoloji ya da birey kendisinin dışında kalan ya da kendisinden olmayanı söylemleri ile öteki sayar ve dilsel pratiklerini bu yönde geliştirir. Her şeyin metalaştırıldığı, araçsallaştırıldığı ve bir alışveriş ögesi haline geldiği günümüz dünyasında bireylerin kendilerini dünyanın merkezinde görüp ötekini dışlayan ve ezen tutumlarını somut siyasi ve sosyolojik bağlamdan ayrı düşünmek anlamsızdır (Kalm, 2017: 452). Bu kapsamda da teknolojik gelişmelerin art arda gelmesi ile birlikte önce geleneksel kitle iletişim araçlarının, ardından da internetin bulunması ile yeni medyanın ortaya çıkışı, toplumun sosyal ve kültürel yapısını etkilemiş ve değiştirmiştir. Egemen ideoloji, gücünü geleneksel medyada üretmiş olduğu söylemlerle var ederken, birey de dijital çağda kendi varlığını ve gücünü yeni medya olarak bilinen dijital ortamlarda ortaya koymaya başlamıştır.

Yaşanılan çağda sosyal medya platformları, kullanıcıları için hem bir sosyalleşme aracı hem de varlıklarını ortaya koyabildikleri kamusal bir mecra haline gelmiştir. Kamusal olarak inşa edilen bu ortamlarda birey varlığını fikir, düşünce ve duyguları ile ortaya koymakta ve çoğu zaman kendini var edebilmek ve aktarabilmek adına da kendinden olmayanı ötekileştirmektedir. Ötekileştirme olgusunu da nefret söylemleri üzerinden gerçekleştirmektedir. Farklı ırk, cinsiyet, azınlıkların sıklıkla maruz kaldıkları bu tür söylemlere zaman zaman ünlülerin de dahil oldukları ve sıklıkla bu tür söylemlerin odağı haline geldikleri görülmektedir.

Sosyal medya platformlarını günümüzde aktif şekilde kullanan kişiler arasında sıklıkla ünlüler de yer almaktadır. Bu ünlüler, sosyal medya aracılığı ile hayranları ile daha etkileşimli bir ilişki ağı oluştururken, aynı zamanda yapmış oldukları paylaşımlarla hayranlarının ya da karşıtlarının tepkilerini de çekmekte ve bazen nefret söyleminin nesnesi konumuna gelmektedirler. Çalışma, günümüzde sosyal medyanın ulaşılabilirlik ve erişim özellikleriyle nefret söyleminin oldukça fazlaştığı ve bu durumdan en çok etkilenenlerin de kazanmış oldukları ünden dolayı ünlülerin olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışmada, bir sosyal medya platformu olarak Twitter ele alınmış ve Mart ayında trend topic olan ve nefret söylemlerine maruz kalan ünlüler ile sınırlandırılmıştır. 2022 Mart ayında Twitter ’da yapmış oldukları paylaşımlarla trend topic olan bu ünlüler ve onlara yönelik atılan tweetler, nefret söylemini oluşturan dört kategori bağlamında; Abartma/yükleme/çarpıtma, Küfür/hakaret/aşağılama, Düşmanlık/ savaş söylemi ve Simgeleştirme söylemleri ile içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur.

KAMUSALLIK ve SOSYALLEŞME BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA

Son yirmi yıldır geleneksel medyanın oldukça ötesine geçen ve yeni medya olarak bilinen yeni medya formunun ortaya çıkması ve ardından dijital ortamlar olarak bilinen sosyal paylaşım ağlarını oluşturması, bireylerin kendilerini ifade edebilecekleri kamusal alanlar oluşturmuştur. Kamusal alan kavramıyla Habermas her şeyden önce, toplumsal yaşam içinde kamuoyuna benzer bir yapının oluşturabileceği bir alanı kasteder. Özel bireylerin kamusal bir gövde oluşturarak toplandıkları her konuşma ortamında, kamusal alanın bir kısmı varlık kazanmış olur. Bu bir aradalık durumu günlük yaşamdan farklı olarak ne iş ve meslek sahiplerinin özel

işlerini görürken yaptıkları davranışlara ne de bir devlet bürokrasinin yasal sınırlarına ait olan anayasal bir düzenin üyelerinin davranışlarına benzer. Burada kişiler kısıtlanmamış bir şekilde toplanma, örgütlenme ve özgürlüklerini garantilemiş olarak tartışabildikleri kamusal bir gövde biçiminde davranış sergilerler. Bu tür bir iletişimin gerçekleşmesi ve daha genel bir kamusal gövdenin meydana gelmesi için de bilginin muhatabına iletilmesi ve onların da bunlardan etkilenmesini sağlayacak araçların varlığına ihtiyaç duyulur (Habermas, 2010:95). Geçmişten itibaren gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kamusal alanın iletişim araçlarıyken, son yirmi yıldır internet ve iletişim teknolojilerinin birleşmesinden meydana gelen sosyal medya platformları yeni kamusal alanın iletişim araçları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yeni kamusal alanlar olan sosyal medya ağları, bireylerin katılımına açık bir tartışma ortamı sunmaktadır. Bu mecralarda yürütülen tartışmalara, tüm katılımcılar eşit katılım hakkına sahiptir ve hiç kimse bir diğerinden üstün konumda değildir. Aynı zamanda kamusal alanla doğrudan ilintisi bulunan ve kamuoyunu oluşturan bireylerin yüz yüze iletişim zorunluluğu yoktur. Bu durumda çok uzak mesafelerde olan insanların aynı konu, olay ve olgular hakkında konuştukları bir birliktelik meydana getirir. Hem tüm katılımcıların eşit şekilde seslerini duyurabilmeleri hem de bir arada olmama ve yüz yüze iletişimin gerekli olmayışı günümüzde yoğun katılımcının olduğu sosyal medyayı akıllara getirmekte ve bundan dolayı da sosyal medya yeni kamusal alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Akt. Yedekçi ve Yedekçi, 2021:120).

Sosyal medyanın kamusal alanlar olarak bir yeni oluşum meydana getirmesi internetin keşfi ile gerçekleşmiştir. Dünya çapında yayıldığı ilk andan itibaren de internet ve internete bağlı ortamlar, yeni bir özgürlük çağına habercileri olmuştur. Hükümetler coğrafi ve siyasi sınırları aşan bu teknolojiler karşısında çok az şey yapabilmişlerdir ve bu bağlamda da ifade özgürlüğü; kitle iletişim araçlarına bağlı kalmadan, gezegenin her yerine yayılım sağlamıştır; çünkü insanlar, birbirleriyle engelsiz bir etkileşime gerçekleştirmeye (Castells, 2020:235). Bu kapsamda da medyanın geçirdiği en önemli değişimlerden biri sosyalleşmesi, insanların pasif bir halde oturup seyrettiği oluşumdan çıkıp bizzat insanlar tarafından oluşturulan ve yönetilen bir alana dönüşmesidir (Akyazı, 2015:317). Dönüşülen bu yeni alanın sosyal medya olarak tanımlanması ve sosyal 'in anlamı burada önem taşımaktadır. Sosyal medyanın "sosyal"i insanların diğer insanlarla iletişim kurmasını ve etkileşim ihtiyacını ve içgüsünü karşılayan bir anlama denk gelmektedir (Akyazı, 2015:47). Bu doğrultudan hareketle de sosyal medyayı, insan ilişkilerinin çevrimiçi ağılayıcısı ve güçlendiricisi olarak bağlanabilirliği teşvik eden insanlar ağı olarak tanımlamak mümkündür (Dijk, 2013:11).

Sosyal medya platformları, kitlesel ve kişilerarası iletişimin kesiştiği noktada dijital arayüzlerin sağladığı iletişimsel eylem olarak da tanımlanabilir. Bu bağlamda da bir sosyal medyada gerçekleşen iletişim pratiği ve alanı herhangi bir dijital ortam da kullanıcılara dijital araçların aracılık ettiği bir iletişim formu söz konusudur. Bu eylemsel inşada:

- Kullanıcılar içerik üretme ve derlemede birlikte çalışabilir,
- Kişilerarası iletişim ve kitle iletişimi aynı anda ya da ayrı olarak gerçekleştirilebilir
- Kurumlar ya da kişiler tarafından oluşturulan içerik ve metinleri görebilir ve bunlara yanıt verebilirler (KhosraviNik, 2017: 582).

Bu koşullar dâhilinde, çok çeşitli dijital formlar ve alanlar, sosyal medya iletişimi olarak kabul edilmektedir. Sosyal Ağ Siteleri (SNS'ler) Instagram ve Facebook, Twitter ve Tumblr gibi Mikro/blog siteleri, Wikipedia gibi içerik toplayıcılar, Digg gibi bağlantı paylaşım siteleri, WhatsApp ve Telegram gibi grup iletişimi oluşturma imkânı ile çeşitli tartışma forumları ve anında mesajlaşma uygulamaları sosyal medya alanları olarak adlandırılmaktadır.

Sosyal medyanın etkileşimlilik, eş zamanlılık ya da eşzamansızlık özellikleri bireyin bir kurum, bir birey ya da olay hakkında paylaşımında bulunmasına, yorum yapmasına ve diğer kullanıcılarla

etkileşime geçmesine olanak sağlamıştır. Sosyal medya platformlarını bir araya gelmenin koreografisi olarak tanımlayan Gerbaudo, bu alanlarda bir birliktelik duygusunun sembolik biçimde kurulduğunu ve uzaktan bağlantılıktan tutun da fiziksel yakınlığın coşkusuna kadar uzanan bir duygusallığın inşa edildiğini ifade eder. Aynı zamanda kişilerin sosyal medyayı her gün taşkın bir duygusallıkla dolu kullanımları, bireysel öfke, kızgınlık, nefretin dile getirdikleri ve örgütlendikleri bir koreografi oluşturduğunu belirtir (2012: 23-24).

Kısacası, yeni kamusal alanlar olarak adlandırılan sosyal medya platformları hem kullanıcıların sosyalleşme ihtiyaçlarını giderdikleri hem de zaman ve mekandan bağımsız olarak bir konu etrafında fikirlerini paylaştıkları kamusal gövdeler oluşturmaktadır. Bu mecralarda tüm katılımcılara sunulan özgürlük alanı bazen sınırlarını aşarak ifadelerinin başka yöne evrilmesine ve nefret dolu içeriklere dönüşmesine neden olmaktadır. Diğer bir deyişle burada birey, kendinden olmayanı ötekileştirerek ifade özgürlüğü olarak tanınan özgürlük alanını genişletip söylemlerinden aşırılığa kaçmakta ve ötekine karşı nefret söylemlerinde bulunmaktadır.

NEFRET SÖYLEMİ

Nefret kavramı etimolojik olarak, Antik Yunancada “kedos”, Latince “odium”, İngilizcede “hate” ya da “hatred”, Alman dilinde “hasses”, Fransızca’da ise “haine” kelimelerine karşılık gelmektedir. Türkçeye ise “nefret kelimesi Arapçadan girmiştir ve bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu biçimidir ve tiksinti, tiksinti anlamını gelmektedir (Ataman, 2012:50). Söylem ise, en temelde bir dil ve iletişim pratiği olarak ele alınan; iktidar, mücadele, ideoloji ve bilgi gibi kavramları kuşatmakta ve bunlar aracılığıyla kendini var etmektedir. Bir toplumu ya da insanı anlayabilmek ya da onların içinde buldukları durumu kavrayabilmek için söylemin anlaşılması da gerekmektedir. Çünkü söylem, bireylerin bütün yapıp etmelerinin ‘anlamını bulduğu’ toplumsal hayatın soyutlanamaz bir parçasıdır (Sözen, 2014: 9).

Nefret ve söylem ikilisinin kavramsal özelliklerinden sonra nefret söylemi tanımlanacak olursa, nefret söylemi, nefret suçlarına giden sürecin çıkış noktasında yer almaktadır ve nefret suçun önünü açan tahammülsüzlük ve hoşgörüsüzlüğün dışavurumu olarak ortaya çıkmaktadır. Hedef alınan bireylere ya da gruplara toplumda size yer yok mesajı sürekli verilerek, kişiler ya da gruplar pasifize edilmekte ve sessizleştirilmektedir. Bu durum da doğası gereği demokratik toplum yapısında bozulmalar meydana getirmekte ve bireyin en temel haklarından biri olan yaşam ve katılım hakkı ihlale uğramasına neden olmaktadır (İnceoğlu ve Çoban, 2014: 66).

Günümüzde nefret söylemi sık kullanılmasına rağmen evrensel olarak kabul gören bir tanımlı henüz bulunmamaktadır. Pek çok devlet, “nefret söylemi” ne denk düşen ifadeleri yasaklayan yasalar kabul etmiş olsa da yasaklananın ne olduğu belirleyen tanımlar içerisinde bazı farklılıklar barındırmaktadır. Nefret söylemi, 1997 yılında Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulunda bir tavsiye kararı ile kabul edilmiştir ve bu karara göre nefret söylemi: “ İrkçi nefreti, yabancı düşmanlığını, Yahudi düşmanlığını veya azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve etnik merkezilik, ayrımcılık ve düşmanlık şeklinde ifadesini bulan, dinsel hoşgörüsüzlük dâhil olmak üzere hoşgörüsüzlüğe dayalı başka nefret biçimlerini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimini kapsayacak şekilde anlaşılacaktır. Bu anlamda “nefret söylemi” muhakkak belirli bir kişiye veya gruba yönlendirilmiş yorumları kapsamaktadır (Weber, 2009: 3).

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi içtihatlarına göre ise Nefret Söylemi aşağıda yer alan durumları kapsamaktadır:

- Birincisi, ırkçı nefretin veya başka bir deyişle kişilere veya gruplara yönelik nefretin belirli bir ırka ait olmaları nedeniyle kışkırtılması.
- İkincisi, dinsel nedenlerle nefretin kışkırtılması (inanmayanlar ile inanmayanlar arasındaki ayrımaya dayalı nefretin kışkırtılması).
- Üçüncü olarak da saldırgan milliyetçilik ve etnik merkezilik şeklinde ifadesini bulan hoşgörüsüzlüğe dayalı başka nefret türlerinin kışkırtılmasıdır.

Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı ise nefret söylemini tanımlayan bir diğer kuruluştur ve AGİT'in tanımına göre ise nefret söylemi ; "Mağdurun, mülkün ya da işlenen bir suçun hedefinin, gerçek veya hissedilen ırk, ulusal ya da etnik köken, dil, renk, din, cinsiyet, yaş, zihinsel ya da fiziksel engellilik, cinsel yönelim veya diğer benzer faktörlere dayalı olarak benzer özellikler taşıyan bir grupla gerçek ya da öyle algılanan bağı, bağlılığı, aidiyeti, desteği ya da üyeliği nedeniyle seçildiği, kişilere veya mala karşı suçları da kapsayacak şekilde işlenen her türlü suçtur" (Akt. Binark, 2010: 13).



Şekil 1. Nefret Piramidi

Kaynak: Kurt, 2018:4

Anti Defamation League'in hazırladığı "Nefret Piramidi"nde (Bkz. Şekil 1.), nefret söyleminin aşama aşama nasıl gerçekleştirildiğini göstermektedir. Piramit, aşağıdan yukarıya doğru karmaşıklık içinde büyüyen, önyargılı davranışları gösterir. Her düzeydeki davranışlar bireyleri ve grupları olumsuz yönde etkilese de piramitte yukarı çıktıkça davranışların yaşamı tehdit eden sonuçları daha fazladır. Bu piramitte görüldüğü gibi, nefret söyleminde üst seviyeler alt seviyeler tarafından desteklenir. Kişiler veya kurumlar, alt seviyelerdeki davranışları kabul edip veya "normal" olarak ele alırsa, bir sonraki seviyedeki davranışların daha fazla kabul görmesine neden olur. Nefret Piramidi, soykırım nefretinin, piramidin alt seviyelerinde tanımlanan davranışların kabulü üzerine inşa edildiğini göstermektedir.

Yeni medya ile hayatımıza giren sosyal medya platformlarında kullanıcı türevli içeriklerin yer alışı, bu içeriklerin denetimsiz olması ve kullanıcının anonim kimlik kullanabilmesi nefret söyleminin daha kolay hale gelmesini ve yayılmasını sağlamaktadır. Nefret içerikli mesajlar sosyal medya platformlarından başka kullanıcılar tarafından yorumlanabildiği için nefretin artarak büyümesine yol açmaktadır. Kullanıcıların, bir şekilde dolaşımda olan nefret söylemine gönüllü olarak katılım sağlamaları, anonim kimlik kullanımı ve sosyal medya platformlarının denetimsizliği nefret söyleminin bir çığ gibi büyümesine ve nefret suçuna dönüşmesine neden olmaktadır (Akgül, 2020: 61).

SOSYAL MEDYADA NEFRET SÖYLEMİ ve SÖYLEMİN ODAĞI OLARAK ÜNLÜLER

Nefret söylemi, doğası gereği toplumda var olan bir söylem biçimidir. Bu söylem biçimini görünür kılan ve topluma yayan ise kitle iletişim araçlarıdır. Günümüzde kitle iletişim araçları geleneksel medya ve yeni medya olarak ikiye ayrılmaktadır ve bu medya formları barındırdığı özellikler bakımından birbirinden farklılaşmaktadır. Söz konusu söylemler ya da düşünceler olunca da geleneksel medya, egemen ideolojinin fikirlerini yansıtan bir araçken, yeni medya toplumun her kesimine hitap eden bir medya biçimidir. Egemen ideoloji geleneksel medya ile sürekli yeniden üretilir ve yayılırken, yeni medya teknoloji ve onu kullananlar çerçevesinde bir yayılım göstermektedir. Nefret söylemi de buna paralel olarak yeni medyada kullanıcılar tarafından oluşturulan ve yeni medyanın hız, erişim ve interaktiflik özelliği ile üretilen içeriğin meşrulaşmasına ve toplumun geneline ulaşmasına olanak sağlar.

Geleneksel medyada içerik üreticiler profesyonellerden oluşurken, yeni medyada içerik üreticisi kullanıcıların kendisidir ve bu yapısı ile de geleneksel medyadan daha avantajlı konuma sahiptir. Yeni medyada sıradan vatandaşın gözlem ve görüşlerinden en uç görüşe sahip bireylerin fikirlerine kadar her türlü görüşe ulaşılabilirken, aynı zamanda bu mecralarda geleneksel medya tarafından oluşturulan egemen ideolojinin izleri ile de karşılaşmak mümkün olmaktadır. Bu mantıkla hareketle nefret söylemini yaratanın aslında yeni medyanın olmadığını, bireyin kendisi tarafından sosyo-kültürel, gelenek görenek ve ahlaki farklılıklarından kaynaklı üretildiği söylenebilir (Vardal, 2015: 141).

Nefret söylemi, yalnızca yüz yüze etkileşimlerde değil, çevrimiçi iletişimde de son yıllarda artan bir ifade biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında dijital ortamlar olarak adlandırılan sosyal paylaşım sitelerinin sağlamış olduğu anonimlik de etkili olmaktadır. Gerçek kimlikle değil de anonim kimliklerle, insanlar kendilerini ifşa etmeden saldırganca söylemlerde bulunabilmektedir ve diğer taraftan ise çevrimiçi olsa da bireylerin kendini ifade etme arzusunu ve görüşlerini dile getirme isteğini artırmaktadır. Bu da nefret söyleminin çoğalıp yaygınlaşmasına yol açmaktadır (Fortuna ve Nunes, 2018: 1). Çünkü dijital ortamlarda gündelik yaşamın söylemsel pratikleri ile üretilen ve geleneksel medyada dolaşımda olan homofobik, transfobik, heteroseksist cinsiyetçi, yabancı düşmanlığı, ırkçı, etnik milliyetçi ve öteki olarak ifade edilen nefret söylemi, bu ortamların özelliklerinden dolayı çok daha hızlı ve kolay bir şekilde yaygınlaşıp, sıradanlaşmakta ve dolaşıma girmektedir (Binark, 2010: 11).

Sosyal medya, yerini bireylerin kendi sosyal kimliklerini inşa ettikleri bilgi ve tüketim odaklı söylemsel alanlara bırakmıştır. Etkileşim, çok modluluk, kullanıcı merkezlik ve erişilebilirlik gibi dijital medyanın benzersiz yönleri olmasına rağmen, dijital medyanın anonim ve sosyal normlardan bağımsız aşırı benlik/ötekinin temsili için etkili alanlar olması nefretin dijital ortamlarda artmasına ve siber nefret, çevrimiçi nefret ya da dijital nefret olarak da tanımlanan olguların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Ghaffari, 2022: 167). Bir kişiyi veya bir grubu ırk, renk, etnik köken, cinsiyet, cinsel yönelim, milliyet, din ve siyasi fikirleri gibi özelliklerinden dolayı dijital ortamlarda aşağılayan, küçümseyen ve kötüleyen iletişimi biçimine çevrimiçi nefret, dijital nefret ya da siber nefret denmektedir (Zhang ve Luo, 2018).

Siber nefret, genel olarak "kimlikleri veya "algılanan" farklılıkları nedeniyle insanlara yönelik herhangi bir dijital şiddet, düşmanlık ve yıldırma eylemi" olarak tanımlanmaktadır (Chakraborti vd., 2014: 6). Daha geniş bir anlamda, "anti (İftira Karşıtı) Semitik, ırkçı, bağnaz, aşırılıkçı veya terörist mesajlar veya bilgiler) yaymak için elektronik iletişim teknolojisinin herhangi bir kullanımı" olarak görülmektedir (Khosravani ve Esposito, 2018:47). Avrupa Birliği'nde (AB), insanların %80'i çevrimiçi nefret söylemiyle karşılaştığını ve %40'ı Sosyal Ağ Siteleri [SNS]

aracılığıyla saldırıya uğradığını veya tehdit edildiğini ifade etmişlerdir (Akt. Castaño-Pulgarın vd., 2021: 58).

Çevrimiçi ortamlar olarak bilinen sosyal medyada nefrete dönüşen söylemlerden en çok etkilenen kitlenin ünlüler olduğu görülmektedir. Ünlü sahipleri kişiler, toplumda kanaat önderi gibi rol oynarken kitleler tarafından merakla takip edilen ve söyledikleri ile yapmış oldukları paylaşımlarla sürekli odakta olanlardır. *Ünlü, bir temsil türü ve söylemsel bir etkidir; bu temsilleri ve etkilerini üreten tanıtım, tanıtım ve medya sektörlerinin ticaretini yaptığı bir metadır ve daha iyi anlayabileceğimiz toplumsal bir işlevi olan kültürel bir oluşumdur.* Turner ünlü tanımını genişleterek iki kategoride ele alır: Birincisi, şüphesiz ünlü, bize dinamik bir tüketim kültürünü besleyen semiyotik olarak zengin metinler ve söylemler bütünü sağlayan bir temsil türüdür. İkincisi olarak da şöhretin aynı zamanda söylemsel bir etki olduğunu ifade eder (Turner, 2004: 9). Medya ile ünlü, tarihsel süreç içerisinde iç içe geçmiş oluşumlardır ve medya formlarının değişmesi ile de medya ünlü arasındaki ilişki de farklı boyutlara evrilmiştir.

Her "yeni" medya formunun ortaya çıkmasıyla birlikte ortaya çıkan kilit soru, bu tür teknolojiler aracılığıyla ünlünün nasıl temsil edildiği, dolaşıma girdiği, metalaştırıldığı ve tüketildiği üzerindeki etkisidir. Marshall'a göre, "medya ve ünlü arasındaki simbiyotik ilişki, yeni medyanın gelişmesiyle son yirmi yılda bir şekilde kopmuştur" (2006: 634). Burada özellikle vurgulanan, son derece kontrollü ve kurumsallaşmış geleneksel bir "ünlü yönetimi" anlayışından "oyuncuların ve kişiliklerin aktif olarak hayranlara hitap ettiği ve hayranlarla etkileşime girdiği" bir anlayışa geçiştir. Bu durum hem ünlülere imajlarının yönetiminde daha fazla kontrol sağlama gücü vermekte hem de aynı zamanda imajları açısından bir risk alanı haline geldikleri bir değişimi meydana getirmektedir. (Marwick ve Boyd, 2011: 140). Sosyal medya hesaplarını herkese açık tutan ünlüler, bazen bir konu ya da olay hakkında görüşlerini yayınlayarak kitleler tarafından onaylanmalarına ya da eleştiri almalarına yol açarak bu risk alanlarını genişletirler.

Sosyal medya "en yüksek değeri" medyalama, görünürlük ve dikkate verilen değere göre, şöhretin kültürel mantığına dayandırır (Marwick, 2013:14). Ünlülerin, aktif olarak katılım sağladıkları sosyal medya ağlarından biri de Twitter'dır. Twitter eğlencenin hakim olduğu bir sosyal medya platformudur diyen Fuchs'a göre, eğlence endüstrisindeki ünlüler de Twitter' da en çok takip edilen profillere sahiptir (2020:354). Kişilerarası ilişkilere ek olarak Twitter aynı zamanda gerçek zamanlı bir enformasyonun kaynağı, haber, politika, iş dünyası ve eğlencede bir tartışma ortamı da sunmakta ve kullanıcıların kendileri ya da bir başkası hakkında olumlu ya da olumsuz görüşlerini dile getirebildikleri bir tartışma alanı da yaratmaktadır (Weller vd., 2016: 33-34).

Temel sosyal ilişkilerin yanı sıra, Twitter' da gerçekleştirilen iletişim ayrıca iletişimsel pratiklerin ve yazılım kodlarının birleşimi ile belirginleşen metinsel özellikleri de barındırmaktadır. Belirli bir kullanıcıya hitap etmek ya da yanıt vermek için @ işareti olan hesap kullanılmaktadır. Bir mesajı yönlendirmenin muadili olarak, kullanıcının tweeti, kendi takipçilerine orijinal göndercinin referansını göstererek paylaştığı tweete retweet denmektedir. Son olarak da Twitter, bir sözcüğün ya da bir ifadenin izlediği "#" sembolü ile hashtaglerin kullanımı aracılığıyla kullanıcılar arasında ilişki oluşumuna olanak vermektedir. Hashtagler ara yüz tarafından araştırılabilir olduğundan, daha önce ilişkisi olmayan kullanıcılardan gelen tweetleri bağlandırmaktadır. Hashtagler birleştirici bir unsur görevi görerek, Twitter'da trend topic olan gündem konularını belirlemekte ve çeşitli kültürlerden bireylerin sohbet etme ve fikir alışverişinde bulunmasını sağlayan özellikler sunmaktadır (Schmidt, 2016: 49-50).

Hayranları ile etkileşim kurmak ve benlik sunumlarını gerçekleştirmek için yer aldıkları bu sosyal ağda ünlüler, ünleri söylemsel bir etki olarak zaten var olduğundan paylaştıkları bir fikir kimileri tarafından onay alırken kimileri tarafından da ötekileştirilen bir nefrete dönüşmektedir.

Son zamanlarda ünlülerin Twitter’da kendi hesaplarından atmış oldukları tweetler ya da farklı medya mecralarında dile getirmiş oldukları bazı konular Twitter’ da kitlelerin tepkisini çekerek nefret söylemlerinin odağı haline gelmektedirler. Son zamanlarda Twitter’ ın en çok tercih edilen sosyal medya ağlarından biri olması ve katılımcıların ifade özgürlüğünü aşarak çoğunlukla nefret söylemlerinde buldukları bir alan haline gelmesi çalışmada, bu ağın tercih edilmesine neden olmuştur ve aynı zamanda bu medya platformunda ünlerinden dolayı daha fazla gündem olan kişiler ve onlara yönelik atılan nefret söylemi içeren tweetlerin ele alınması tercih edilmiştir.

YÖNTEM

Bu çalışmada, araştırmanın amacı doğrultusunda bireylerin algı ve fikirleri hakkında bilgi edinebilmek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden biri olan fenomenolojik araştırma deseni kullanılmıştır. Fenomenolojik yöntemde, bireysel evrenin araştırılması esastır. Yani fenomenolojik yaklaşımın temelini bireysel tecrübeler oluşturur. Bu yaklaşımda araştırmacı, katılımcının kişisel yorumu ile ilgilenmekte, bireyin algılamaları ve olaylara yüklediği anlamlar incelenerek ortaya koyulmaya çalışılmaktadır (Baş ve Akturan, 2017: 86). Fenomenolojik araştırmalarda veri analizi yaşantıları ve anlamları ortaya çıkarmaya yöneliktir. Bu kapsamda da veri analiz yöntemi olarak içerik çözümlemesi tekniği, verinin kavramsallaştırılmasını ve anlamların ya da yaşantıların temalandırılmasını mümkün kılar (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 72).

KAPSAM ve SINIRLILIKLAR

Çalışmanın kapsamını, 2022 Mart ayı içerisinde Twitter’da gündem olan ünlüler ve onlara yönelik atılan nefret içerikli tweetler oluşturmaktadır. Tweeter ’da gündem sürekli değişmekte olup her an yeni hastagh’ler açılmaktadır. Bundan dolayı bu sosyal medya platformundan gündem her an değiştiği için veriler çok fazla olmaktadır. Bu nedenden dolayı da çalışma bir aylık zaman diliminde iki üç gün süre ile trend topic (gündem) olan ünlüler ve onlara yönelik nefret söylemi içeren tweetler ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada ele alınan konu ile ilgili literatürde benzer çalışmalar bulunmasına rağmen toplumda herkes tarafından bilinen ve tanınan ünlülerin daha fazla nefret söylemine maruz kalmasını ortaya koyması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ ve VERİLERİN ANALİZİ

Çalışmada, veri toplama tekniği olarak nitel ve nicel içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Krippendorff, içerik analizi yöntemini tekrarlanabilir ve geçerli anlamlar çıkarmaya yönelik bir veri toplama tekniği olarak ele almaktadır. Teknik boyutu ile içerik analizi özel formlardan oluşmakta olup; araştırmacının tekniğine, içgörüsüne ve konuya göre farklılık içermektedir. İçerdiği bu farklılıklara rağmen bilimsel bir veri toplama tekniği olarak kabul edilen içerik analizinde, sonuçların güvenilir ve verilerin yorumlanabilir olması beklenmektedir (2003: 18-19). İçerik analizi, iletişim içeriğinin önceden belirlenen sınıflamalar çerçevesinde sistemli bir şekilde çözümlenmesini sağlayan tekniktir. Nicel içerik çözümlemesi, iletişim içeriğinin nicel betimlemesi için kullanılan sistematik ve nesnel bir veri toplama tekniğidir. Nitel içerik çözümlemesi ise, metinlerin içerisindeki anlamı çıkarmaya yönelik yapılan bir analizdir (Geray, 2017: 145-146). Bu bağlamda da mart ayı içerisinde Twitter ’da trend topik olan Seda Sayan, Demet Akalın ve Yıldız Tilbe amaçlı örneklem yöntemi ile seçilmiş ve bu ünlülere yönelik atılan nefret içerikli, en fazla yorum alan, retweetlenen ve beğenilen üç tweet seçilmiş içerik çözümlemesi tekniği ile çözümlenmiştir.

BULGULAR ve YORUM

Çalışmada örneklem olarak ele alınan sosyal medya platformlarından Twitter 'da ünlülere yönelik nefret söyleminde 2022 mart ayında trend topic olan konular seçilmiştir. Mart ayında Seda Sayan, Demet Akalın ve Yıldız Tilbe sosyal medyada nefret söylemlerinin hedefi haline gelmişler ve yapmış olduğu açıklamalardan dolayı sanal şiddete ve linçe maruz kalmışlardır. Bu ünlüler ile atılan tweetler, yanıt, retweet ve beğeni olarak niceliksel içerik analizine tabi tutulurken, örneklem olarak seçilen tweetlerin; Abartma/yükleme/çarpıtma, Küfür/hakaret/aşağılama, Düşmanlık/ savaş söylemi ve Simgeleştirme olarak dörde ayrılan nefret söylemi kategorilerinden hangisinde yer aldığı niteliksel içerik çözümlemesi ile saptanmaya çalışılmıştır. Bu kategorilerin tanımlamaları şu şekildedir:

Abartma/yükleme/çarpıtma: Bir kişiden ya da olaydan hareket edilerek bir topluluğa yönelik olumsuz genelleme, çarpıtma, olumsuz atf içeren söylemler.

•Küfür/hakaret/aşağılama: Bir topluluk hakkında doğrudan küfür, aşağılama ve hakaret içeren söylemler.

•Düşmanlık/ savaş söylemi: Bir topluluk hakkında düşmanca, savaşı çağıran ifadelerin, şiddet betimlemelerinin yer aldığı söylemler.

•Simgeleştirme: Doğal bir kimlik unsurunun ya da kimliğin kendisinin nefret, aşağılama unsuru olarak kullanıldığı söylemler (<http://nefretsoylemi.org/rapor/mayisagustos-rapor-final.pdf>, 19).

Seda Sayan' a Yönelik Twitter'da Nefret Söylemi

Seda Sayan mücevher fuarında yaptığı açıklamada "Kadınların mücevhere ulaşması ve alım gücü artık kolaylaştı", ifadesi ile Twitter' da 29- 30 Mart 2022 tarihinde trend topik olmuş ve nefret söylemi içerikli on bine yakın tweet atılmıştır.

Tablo 1. Seda Sayan 'a Yönelik Atılan 1. Tweet Analizi

Tweet	Seda Sayan: Kadınların pırlantaya ulaşması kolaylaştı. Türkiye şartlarında alın teriyle para kazanan emekçi hiçbir kadın pırlanta sahibi olamaz. Sizin gibi yattığı yerden para kazanan arsız kadınlar için geçerli bu !
Yanıt	5
Retweet	12
Beğeni	220

Kaynak: <https://twitter.com/explore>

Sayan'a yönelik nefret söylemi içeren tweet 42 yanıt almış, 753 kez retweetlenmiş ve 13.300 beğeni almıştır. Seda Sayan 'a yönelik atılan bu tweet 'de doğrudan nefret söylemi içeren ve şarkıcıyı hedef alan "yattığı yerden para kazanan", "arsız kadınlar" gibi ifadelerin karşısına emekçi hiçbir kadın pırlanta sahibi olamaz ifadesi biz ve öteki karşıtlığını ortaya koyan bir söylem olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda tweet de Sayan 'dan hareketle diğer ünlüleri de hedef alan; Abartma/yükleme/çarpıtma türünden nefret söyleminde yer alan bir kişiden hareketle "arsız kadınlar" ibaresi ile bir topluluğa yönelik olumsuz genelleme, çarpıtma, olumsuz atf içeren nefret söylemi mevcuttur.

Tablo 2. Seda Sayan 'a Yönelik Atılan 2. Tweet Analizi



Yanıt	5
Retweet	171
Beğeni	1608

Kaynak: <https://twitter.com/explore>

Seda Sayan ile ilgili ikinci seçilen tweet'e beş yanıt verilmiş, 171 retweet ve 1608 beğeni almıştır. Tweetde İlber Ortaylı' dan alıntı yapılarak "Allah hiç kimseyi özgüvenli cahillerle, görgüsüz zenginlerle, şımartılmış aptallarla, çocuk kafalı yetişkinlerle muhatap etmesin söylemine yer verilmiştir. Tweet, dört kategoriye ayrılan nefret söyleminde Küfür/hakaret/aşağılama kategorisinde yer almaktadır ve tweet 'de şarkıcıya yönelik hakaret ve aşağılama unsurlarını barındıran "cahil, görgüsüz, aptal ve çocuk kafalı" kelimeleri ile şarkıcıya duyulan nefret dile getirilmiştir.

Tablo 3. Seda Sayan 'a Yönelik Atılan 3. Tweet Analizi

Tweet	<i>İnsanlar faturalarını ödeyebilmek, evine ekmek alabilmek için alyanslarını bile satmaya başlamış. Seda Sayan, "Kadınların mücevhere ulaşması, alım gücü kolaylaştı" demiş. Tiksindim artık bunlardan</i>
Yanıt	5
Retweet	12
Beğeni	220

Sayan ile atılan ve ele alınan son tweet 5 yanıt, 12 retweet ve 220 beğeni almıştır. Bu tweetde ise, biz ve öteki dili kullanılarak bir tarafta geçimini sağlamaya çalışmak için alyansını satan insanlar diğer taraftan da bolluk içinde yaşayan öteki temsili sunulmuştur. Nefret söylemi kategorilerinden Abartma/yükleme/çarpıtma sınıflamasında yer alan "tikindim artık bunlardan" ifadesi ile çoğullaştırma yapılmış ve bir kişiden hareketle diğer ünlüler üzerinden de bir nefret dili inşa edilmiştir.

Demet Akalın 'a Yönelik Twitter'da Nefret Söylemi Demet Akalın 29 Mart 2022 tarihinde Twitter 'da "Ramazan ayında TV kanallarına çıkaracağınız hocalara vereceğiniz yüzbinlerce lirayı dağıtın fakir fukaraya, ben razıyım geçen seneki programları izlemeye... Nasıl olsa her sene yeni ayetler inmiyor" diye paylaşımında bulunmuş ardından 31 Mart 2022 tarihlerinde Twitter'da tt (trend topic) olmuş 5.171 tweet atılmış ve nefret içerikli söylemlere maruz kalmıştır.

Tablo 4. Demet Akalın 'a Yönelik Atılan 1. Tweet Analizi

Tweet	<i>Sen yarı çıplak sahneye çıkıp saçma sapan şarkılar söyleyip Allaha isyan edip milyonlar kazanırken neden aynı hassasiyeti gösterip parayı bana değil fakirlere verin ne de olsa aynı şarkıları söyleyip duruyorum demedin. İğrençsiniz</i>
Yanıt	31
Retweet	70
Beğeni	823

Demet Akalın'ına yönelik ele alınan ilk tweet 31 yanıt, 70 retweet ve 823 beğeni almıştır. Akalın'ın ramazanda televizyonda program yapan hocalar için atmış olduğu hikâyeye yönelik ilk tweetde "yarı çıplak, Allah'a isyan etme, saçma sapan şarkılar "gibi ifadeler doğrudan şarkıcıya Küfür/hakaret/aşağılama kategorisinde yer alan nefret söylemini içermektedir. Ayrıca şarkıcının paylaşımına yönelik atılan bu tweetde "iğrençsiniz" ifadesi Abartma/yükleme/çarpıtma sınıflamasında yer alan bir nefret söylemidir ve şarkıcı ile birlikte diğer ünlüleri de içine alan bir nefret söylemidir.

Tablo 5. Demet Akalın 'a Yönelik Atılan 2. Tweet Analizi

Tweet	<i>Yılbaşı gecesi sarhoş eğlendirerek bir hocanın 30 günde aldığı parayı bir gecede cebe indirirken fakir fukarayı düşünmüyordun...</i>
Yanıt	11
Retweet	43
Beğeni	384

Akalın ile ilgili örneklem olarak seçilen ikinci tweet 11 yanıt, 43 retweet ve 384 beğeni almıştır. Tweetde, "sarhoş eğlendirerek, hocanın otuz günde aldığını bir günde cebe indirirken fakiri fukarayı düşünmüyordun" gibi ifadeler nefret kategorilerinden "Simgeleştirme" de yer almakta ve Akalın'ın şarkıcı kimliği nefret, aşağılama unsuru olarak görülüp nefret söylemine dönüşmüştür.

Örneklem olarak seçilen son tweetde 7 yanıt, 9 retweet ve 79 beğeni almıştır. Kullanıcı, Akalın'a gündem de olma çabası, "islama saldırma, hükümeti eleştirme, vokallerin sayesinde şarkı söyleyen, sesi yeteneği olmayan birisi" gibi Küfür/hakaret/aşağılama kategorisini içeren, şarkıcı aşağılayan ve hakaret eden bir söylem dili kullanmıştır. Aynı zamanda da Düşmanlık/ savaşı söyleminin yer aldığı bir kişi hakkında düşmanca ifadeler içeren nefret unsurlarını da barındıran bir söylemde bulunmuştur.

Tablo 6. Demet Akalın 'a Yönelik Atılan 3. Tweet Analizi

Tweet	<i>Gündem de olma çabası İşsiz kalan ya "islama" saldırıyor yada hükümeti eleştiriyor, #demetakalin sende başkalarının yazdığı şarkıları vokallerin sayesinde söyleyen sesi yeteneği olmayan birisin, başkalarının yazdığı şarkıları her konser de söyleme nasıl olsa hep aynı şarkılar.</i>
Yanıt	7
Retweet	9
Beğeni	79

Yıldız Tilbe'ye Yönelik Twitter'da Nefret Söylemi

Şarkıcı Yıldız Tilbe, 12 Mart'ta Twitter üzerinden yaptığı paylaşımında, "Saldıran köpek gruplarına buldukları bölgenin halkı zehirli et versin, hepsi gebersin, insan parçalamak nedir ya" ve "Sahipsiz köpekler hayvan barınaklarında toplanıp, aklıbaşında, hayvansever görevliler tarafından bakılmalıdır" ifadelerini kullanmıştı. Tilbe bu açıklamayı Twitter'da TT listesine girdi ve aralarında ünlü isimlerin de yer aldığı sosyal medya kullanıcıları tepki gösterdi (www.hurriyet.com.tr).

**Tablo 7.** Yıldız Tilbe'ye Yönelik Atılan 1. Tweet Analizi

Tweet	<i>Bizim evlatlarla konuştum. Onlar da "Yıldız Tilbe kısırlaştırılsın. Bu zihniyetteki bi kadın ana olmamalı" diyor. #yıldıztilbeboykot #yıldıztilbehaddinibil #YildizTilbe</i>
Yanıt	20
Retweet	122
Beğeni	704

Örneklem olarak alınan Tilbe 'ye yönelik ele alınan ilk tweet 20 yanıt, 122 retweet ve 704 beğeni almıştır. Yıldız Tilbe'nin attığı tweetlere tepki olarak tweetde "Bizim evlatlarla konuştum. Onlar da "Yıldız Tilbe kısırlaştırılsın. Bu zihniyetteki bi kadın ana olmamalı" ifadesi ile şarkıcıya annelik üzerinden aşağılama ve hakarete bulunularak Küfür/hakaret/aşağılama kategorisinde bulunan nefret söylemi gerçekleştirilmiştir.

Tilbe 'ye yönelik nefretin dile getirildiği ikinci tweet 20 yanıt, 109 retweet ve 531 beğeni almıştır. Şarkıcıya yönelik atılan ve örneklem olarak seçilen bu tweetde ise "Bundan sonra zehirlenen, dağ başına atılan, barınak diye aslında ölüme terk edilen, tecavüz edilen, vurulan, itilip kakılan her hayvanda Yeşim Salkım ve Yıldız Tilbe'nin de payı vardır. Alenen katliamı ve bir canlının yaşam hakkının çalınmasını beyan ettiler ve hiç utanmadılar. Yazık." söyleminde bulunarak,

düşmanlık/savaş kategorisinde yer alan düşmanca ve şiddet betimlemelerini içeren katliam, zehirlenen, dağ başına atılan, barmak diye aslında ölüme terk edilen, tecavüz edilen, vurulan, itilip kakılan her hayvanda Tilbe'nin payı olduğunu vurgulayan kullanıcı nefret söyleminde bulunmuştur.

Tablo 8. Yıldız Tilbe'ye Yönelik Atılan 2. Tweet Analizi

Tweet	<i>Bundan sonra zehirlenen, dağ başına atılan, barmak diye aslında ölüme terk edilen, tecavüz edilen, vurulan, itilip kakılan her hayvanda Yeşim Salkım ve Yıldız Tilbe'nin de payı vardır. Alenen katliamı ve bir canlının yaşam hakkının çalınmasını beyan ettiler ve hiç utanmadılar. Yazık.</i>
Yanıt	20
Retweet	109
Beğeni	531

Tablo 9. Yıldız Tilbe'ye Yönelik Atılan 3. Tweet Analizi

Tweet	<i>İnsanlara sokak köpeklerine zehirli et versin, hepsi gebersin diyen Yıldız Tilbe ne yaparsan yap bu laflarla insanları katliam yapmaya yönlendirdiğin gerçeğini ve hayvan düşmanı olduğun gerçeğini değiştiremezsin! Hayvanlar geberir, insanlar ölmüştü! Yok ya, o senin literatüründe</i>
Yanıt	3
Retweet	9
Beğeni	108

Şarkıcının ifadelerine yönelik atılan son tweet de 3 yanıt, 9 retweet ve 108 beğeni almıştır. Düşmanlık/ savaş içeren kategoride yer alan “bu laflarla insanları katliam yapmaya yönlendirdiğin gerçeğini ve hayvan düşmanı olduğun gerçeğini değiştiremezsin” ifadesi düşmanca ve şiddet betimlemeleri olan nefret söylemini içermektedir. Tweet’de ayrıca “yok ya o senin literatüründe” ifadesi ile kullanıcı kendisini var etmek adına şarkıcıyı ötekileştiren bir dil kullanmıştır.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Yeni medya ile ortaya çıkan ve dijital ortamlar olarak tanımlanan sosyal medya platformları insanlar arasındaki etkileşimi artırmakta ve bir araya gelmelerini sağlayan kamusal alanlara dönüşmektedir. Bu kamusal ağlarda bir araya gelen insanlar herhangi bir olay, durum ya da bir kişi karşısında birlikte hareket etmekte ya da bireysel olarak düşüncelerini dile getirmektedirler. İnternete erişimin yaygınlaşması ve herkesin ulaşabilir olması sosyal medyada kullanıcı sayısını artırmaktadır. Web 2.0'ın kullanıcı türevli içerik üretme imkânı sunması dünyanın bir ucunda meydana gelen olayın ya da haberin diğer bir ucunda bireylerin haberdar olmasının sağlamaktadır. Sosyal medyanın sahip olduğu teknik özellikleri ile kullanıcılar olaylar ya da haberler hakkında duygularını ve düşüncelerini ifade edebilecekleri özgürlüğe erişmişlerdir.

Diğer bir deyişle, sosyal medya mecraları, insanlara kendilerini ifade edebilecekleri, düşüncelerini, duygularını ve fikirlerini hiçbir engel olmadan paylaşabilecekleri bir ifade özgürlüğü sunmaktadır.

Sosyal medya mecralarının sunmuş olduğu ifade özgürlüğü, kullanıcının kendinden olmayanı ya da kendine benzemeyeni ötekileştirmek adına ezici, yıkıcı ve ağır ithamlarda ya da söylemlerde bulunduğu ortamlara dönüşmektedir. Bu özgürlük çerçevesinde sosyal medyada oluşturulan söylemler nefret söylemine dönüşerek bireyin kendini ifade etmesinin ve ötekinin dışlanması bir çıktısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin gündelik hayatta yüz yüze söyleyemedikleri şeyleri sosyal medyada rahatlıkla dile getirmesi, ya da sosyal medyada anonim kimliklerle içerik üretmesi ve dolaşıma sokması nefret söyleminin çoğalmasına ve yaygınlaşmasına yol açmıştır. Sosyal medya platformlarının takip etme, beğenme, yanıtlama ve paylaşma özelliklerinden dolayı da nefret söylemlerinin diğer kullanıcılara ulaşımını sağlamakta ve aynı fikirde olan kullanıcıların cesaretlendirip nefret söyleminde bulunmalarına neden olmaktadır.

Yapılan bu çalışmada, dijital ortamlarda ünlülere yönelik yapılan nefret söylemi ele alınmış ve Twitter üzerinden bir inceleme yapılmıştır. Çalışmada, kamusal alan olarak son zamanlarda oldukça popüler olan ve barındırmış olduğu özellikler bakımından bağımsız birçok kullanıcının aynı konu etrafında yorum yapmasını sağladığı ve kamusal gövde oluşturduğu için sosyal medya platformlarından Twitter ele alınmıştır. Çalışmanın ana teması olan nefret söylemi, literatürde farklı konular bağlamında ele alınırken, bu çalışmada varlıkları ve söylemleri ile toplumsal bir etki olan ünlülerin diğer insanlardan çok daha fazla nefret söylemlerine maruz kaldıklarını ortaya koymak amaçlanmıştır.

Çalışmada, Twitter 'da 2022 mart ayı içerisinde gündem olan ünlüler ile ilgili tweetler örneklem olarak seçilmiş ve bu ünlülere yönelik nefret içerikli söylemler ortaya çıkarılmıştır. Seda Sayan, Demet Akalın ve Yıldız Tilbe mart ayı içerisinde Twitter 'da trend topic olmuş ve bu ünlüler bir konu hakkında ifade ettikleri fikirlerinden dolayı nefret söylemlerine maruz kalmıştır. Seda Sayan, "kadınların alım gücü arttı mücevhere ulaşmak kolaylaştı" demesi ile Twitter 'da gündem olmuş ve kullanıcılar, şarkıcıyı aşağılayan, küfür, hakaret ve aşağılama kategorisinde yer alan nefret söylemlerinde bulunmuşlar ve bunun ardından Sayan bir açıklama yaparak artık hiçbir konuda fikir ifade etmeyeceğini söylemiştir. İkinci örneklem olarak seçilen ünlü Demet Akalın ' da ramazanda hocaların her sene program yapmasının gerek olmadığını, aldığı paraları fakir fukaraya dağıtılması konusunda sosyal medyada paylaşımda bulunmuş ve ardından Twitter 'da trend topik olmuştur. Kullanıcılar, şarkıcıyı nefret söylemi kategorilerinden Abartma/yükleme/çarpıtma sınıflamasında yer alan "tiksindim artık bunlardan" ve "iğrençsiniz" gibi ifadeler ile çoğullaştırma yapılmış ve bir kişiden hareketle diğer ünlüler üzerinden de bir nefret söylemi inşa edilmiştir. Son örneklem olarak seçilen Yıldız Tilbe, köpek saldırıları sonucunda hayatını kaybeden kişilerin haberlerinden sonra Twitter 'da paylaşımda bulunmuş ve hayvan severlerin ve diğer bireylerin yoğun tepkisi ile karşılaşmış ve büyük bir nefret söylemi ve linçle karşılaşmıştır. Şarkıcıya karşı yapılan nefret söyleminde hayvan düşmanı, katliamcı ve anne olmayacak kadar kötü bir birey olarak adlandırılmış ve düşmanca bir söylemde bulunulmuştur. Tilbe, sosyal medyada uğramış olduğu nefret söyleminden dolayı sanal lince ve tacize uğradığını dile getirerek avukatı ile bir basın açıklaması yapmış ve suç duyurusunda bulunmuştur. Şarkıcılara yönelik atılan tweetlerde kullanıcıların nefret söylemlerinde bulunduğu görülmüş ve bu olaylar sosyal medyada kalmayarak geleneksel medyada da yer bulmuştur.

Sosyal medya ağlarının merkezi yapısının olmayışı, denetimsizliği ve aynı zamanda kullanıcılarının anonim kimliklerle katılım sağlaması nefret söyleminin artmasına ve hızla

yayılmasına yol açmaktadır. Sosyal medyanın denetimsiz ve merkeziyetçi bir yapısının olmayışından dolayı bahsedilen bir engelleyiciliğin bulunmayışı Nefret söyleminin nefret suçuna dönüşmesi noktasında bireylere sorumluluk yüklemekte ve etik kuralları öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda da bireylerin paylaşımında buldukları zaman söylem pratiklerini süzgeçten geçirmeleri ve nefret söylemi içeren ifadelerle yer verip vermemek konusunda etik kuralları göz önünde bulundurmaları faydalı olacaktır ve aynı zamanda da bu farkındalığın ve bilinçliliğin sağlanması adına dijital medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması ve her bireyin bu okuryazarlığı öğrenmesi nefret söylemlerinin azaltılması adına atılacak adımlardan birisi olması bakımında önemli olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akgül, M. (2020). Çevrimiçi Ortamlarda Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük'te 65 Yaş Üstü Sokağa Çıkma Yasağı Tartışmaları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (51), 57-78.
- Akyazı, E. (2015). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkileri: Ünlülerin Twitter Hesapları Üzerine Bir Araştırma, (Editör) Yengin, D.: *Sosyal Medya Araştırmaları* içinde (ss. 313-330) İstanbul: Paloma Yayınları.
- Akyazı, A. (2015). Bir İletişim Platformu Olarak Sosyal Medyada Çocuğa Yönelik Şiddetin Yansıması, (Editör) Yengin, D.: *Sosyal Medya Araştırmaları* içinde (ss. 45-56) İstanbul: Paloma Yayınları.
- Alğan, T. C. ve Levent, F. Ş. (2010). *Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl, 10 Örnek, Sosyal Değişim Derneği* https://www.academia.edu/3117846/Ulusal_Bas%C4%B1nda_Nefret_Su%C3%A7lar%C4%B1_10_y%C4%B1_10_%C3%96rnek, Erişim tarihi: 15.04.2022
- Ataman, H. (2012). *Nefret Söylemi Ve/Veya Nefret Suçları*. (1. Basım), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Akturan, U. ve Baş, T. (2017). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. (2. Basım), İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Binark, M. (2010). Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi, (Editör) Çomu, T.: *Yeni Medyada Nefret Söylemi* içinde (ss. 11-53) İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Castaño-Pulgarín, S. A., Suárez-Betancur, N., Vega, L. M. T. and López, H. M. H. (2021). Internet, social media and online hate speech. Systematic review. *Aggression and Violent Behavior*, 58, 101-608.
- Castells, M. (2020). *İnternet Galaksisi*. (Çeviren, Hasdemir, A. T.) İstanbul: Phoenix Yayınları.
- Dijk, V. J. (2016). *Ağ Toplumu* (Çeviren, Sakin, Ö.). İstanbul: Kafka Yayınları.
- Fortuna, P. and Nunes, S. (2018). *A survey on automatic detection of hate speech in text*. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 51(4), 1-30.
- Fuchs, C. (2020). *Sosyal Medyaya Eleştirel Bir Giriş*. (Çeviren, Kalaycı, İ. ve Saraçoğlu, H.) İstanbul: Notabene Yayınları.
- Geray, H. (2017). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. (1. Basım), İstanbul: Ütopya Yayınevi.
- Gerbaudo, P. (2014). *Twitler ve Sokaklar*. (Çeviren, Akınhay, O.) İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Ghaffari, S. (2022). Discourses of celebrities on Instagram: digital femininity, self-representation and hate speech. *Critical Discourse Studies*, 19(2), 161-178.

Habermas, J. (2010). Kamusal Alan, (Editör) Özbek, M.: *Kamusal Alan* içinde (ss. 95- 102) İstanbul: İletişim Yayıncılık.

<https://www.adl.org/sites/default/files/documents/pyramid-of-hate.pdf>. [Erişim Tarihi: 12 Şubat 2022].

https://twitter.com/hashtag/sedasayan?src=hashtag_click, [Erişim Tarihi: 25.03.2022].

<https://www.exportdata.io/trends/turkey/2022-03-31>, [Erişim Tarihi: 15.03.22].

https://twitter.com/search?q=%23YildizTilbe&src=typeahead_click&f=top, [Erişim Tarihi: 18.03.22].

https://twitter.com/search?q=%23demetakalin&src=typeahead_click&f=top, [Erişim Tarihi: 31.03.2022]

<https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/magazin/sokak-kopekleri-icin-attigi-tweet-olay-olmustu-yildiz-tilbeye-tepki-bitmiyor-42022745>, [Erişim Tarihi: 25.03.2022].

https://www.konhaber.com/yildiz_tilbe_den_sahipsiz_kopeklerle_ilgili_sosyal_medyada_linc_e_dildigi_iddiasıyla_suc_duyurusu-1742888.html, [Erişim Tarihi: 25.03.2022].

<https://twitter.com/?lang=tr>, [Erişim Tarihi: 25.02.2022].

İnceoğlu, Y. ve Çoban, B. (2014). *Azınlıklar Öteki ve Medya*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kalın, İ., (2017). *Ben, Öteki ve Ötesi*. İstanbul: İnsan Yayınları.

Khosravini, M., and Esposito, E. (2018). Online hate, digital discourse and critique: Exploring digitally mediated discursive practices of gender-based hostility. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14(1), 45-68.

Krippendorff, K. (2003). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. Columbia, MD, U.S.A.: Sage Publications.

Kurt, G. (2019). Yeni medyada nefret söylemi: YouTube’da Suriyeli mültecilere karşı üretilen nefret söylemi üzerine bir araştırma. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 5(1), 1-20.

Marshall, D. (2006). *The celebrity culture reader*. Austin, TX, U.S.A.: Routledge.

Marwick, A. (2013). *Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. New Haven, CT: Yale University Press.

Marwick, A. and Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter, 17(2), 139-158.

Schmidt, J., H., (2016). Twitter ve Kişisel Kamuların Doğuşu, (Çeviren, Erbatır, E.) (Editör) Weller, Bruns vd.: *Twitter ve Toplum* içinde s. 47-61. İstanbul: Kafka Yayınları.

Sözen, E. (2014). *Söylem*. İstanbul: Birleşik Yayınları.

Turner, G. (2004). *Understanding Celebrity*. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Türk, D. (2013). *Öteki, Düşman, Olay Levinas, Schmitt ve Badiou’de Etik ve Siyaset*. İstanbul: Metis Yayınları.

Weber A. (2009). *Nefret Söylemi El Kitabı*. Avrupa Konseyi Yayınları. 02.05.2014, www.ihop.org.tr/dosya/coe/nefret_söylemi.pdf 58, Erişim tarihi: 20 Şubat 2022.

Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., ve Puschmann, C., (2016). Twitter ve Toplum: Giriş, (Çeviren, Erbatur, E.). (Editör) Weller, K., Bruns, A. vd.:. *Twitter ve Toplum* içinde s. 33-44. İstanbul:Kafka Yayınları.

Vardal, Z. B. (2015). Nefret Söylemi ve Yeni Medya. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 132-156.

Yedekci, E. U. ve Yedekci, E. (2021). Sosyal Medyanın Kamusal Alan Oluşturma Potansiyeli Üzerine: Bookstagram Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 109-140.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (4. Basım), İstanbul: Seçkin Yayınları.

Zhang, Z., and Luo, L. (2018). Hate speech detection: A solved problem? The challenging case of long tail on Twitter. *In Semantic Web* s. 1–21. <https://doi.org/10.3233/sw-180338>, Erişim tarihi: 15.03.2022.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Hizmet Hatası Düzeyi ve Uygulanan Online Telafi Türünün Telafi Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmeleri Üzerine bir Araştırma*

Arş. Gör. Engin TENGİLİMOĞLU, Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Konya, e-posta: entengilimoglu@selcuk.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7080-6147>

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: yuksel.ozturk@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4320-5626>

Öz

Bu çalışmanın amacı konaklama sürecinde farklı düzeylerde hizmet hatasına maruz kalan müşterilerin uygulanan online telafi sonrasında telafi memnuniyetlerinin incelenmesidir. Bu bağlamda iki farklı hizmet hatası düzeyi ve üç farklı online telafi yönteminin kombinasyonlarından oluşan altı farklı senaryo kullanılarak veriler toplanmıştır. Daha sonra elde edilen verilere tek değişkenli varyans analizi uygulanarak maruz kalınan hata düzeyinin ve uygulanan online telafi yönteminin hem birlikte hem de ayrı ayrı telafi memnuniyeti üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, hata düzeyinin ve uygulanan online telafi türünün telafi memnuniyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca düşük hata düzeyinde uygulanan online telafi türlerinin yüksek hata düzeyinde uygulanan online telafi türlerinden daha yüksek düzeyde telafi memnuniyeti oluşturduğu anlaşılmıştır. Online telafi türü karşılaştırmalarında ise telafi olarak sunulan indirim kuponunun daha yüksek düzeyde telafi memnuniyeti oluşturduğu tespit edilmiştir.

*Bu çalışma "Online Hizmet Telafi Yöntemlerinin Müşteri Vatandaşlığı Davranışı Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmeleri Üzerine bir Araştırma" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Hataları, Online Telafi Yöntemleri, Telafi Memnuniyeti.

Makale Gönderme Tarihi: 27.08.2022

Makale Kabul Tarihi: 06.10.2022

Önerilen Atıf:

Tengilimoğlu, E. ve Öztürk, Y. (2022). Hizmet Hatası Düzeyi ve Uygulanan Online Telafi Türünün Telafi Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmeleri Üzerine bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1421-1436.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(10): 1421-1436. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1107](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1107)
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

The Effect of Failure Severity and Online Recovery Type on Recovery Satisfaction: A Research on Hospitality Enterprises

Research Assistant Engin TENGİLİMOĞLU, Selçuk University, Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty, Konya, e-mail: entengilimoglu@selcuk.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7080-6147>

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: yuksel.ozturk@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4320-5626>

Abstract

The aim of this study is to examine the recovery satisfaction of customers who are exposed to different levels of service failure during the accommodation process after the online recovery combinations of two different service failure severity and three different online recovery types. Then, by applying univariate analysis of variance to the obtained data, the effect of the severity of failure exposed and the applied online recovery type on recovery satisfaction, both together and separately, was evaluated. As a result, it was determined that the failure severity and the type of online recovery applied were effective on recovery satisfaction. In addition, it has been understood that online recovery types applied at low severe failure create higher recovery satisfaction than online recovery types applied at high severe failure. In online recovery type comparisons, it has been determined that the discount coupon offered as recovery creates a higher level of recovery satisfaction.

Keywords: Service Failure, Online Recovery, Recovery Satisfaction.

Received: 27.08.2022

Accepted: 06.10.2022

Suggested Citation:

Tengilimoğlu, E. and Öztürk, Y. (2022). The Effect of Failure Severity and Online Recovery Type on Recovery Satisfaction: A Research on Hospitality Enterprises, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1421-1436.

GİRİŞ

Günümüzde, turistik ürün satın alımlarında bilgi arama, alternatifleri belirleme ve satın alma gibi süreçlerin daha çok internet üzerinden yürütüldüğü görülmekte (Lee vd., 2018; Liu, Zhang vd., 2019) ve bu süreçlerde tüketicilerin, internet üzerinde yer alan hem işletme hem de tüketici kaynaklı bilgilerden faydalandığı bilinmektedir (Balouchi vd., 2017; Wong ve Qi, 2017). Turizm ürünlerinin sahip olduğu önceden değerlendirilmesi güç soyut özellikler (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008; Hu ve Chen, 2016; Jeong ve Lee, 2017; Tsao, 2018) tüketicilerin belirsizliği azaltmak adına (Hong vd., 2017) ürünlerin hem olumlu hem de olumsuz yönlerine dair bilgiler sunan (Filieri vd., 2018) online tüketici yorumlarına daha fazla önem vermesine neden olmaktadır (Liu ve Park, 2015; Karimi ve Wang, 2017).

Yaygınlaşan online turizm platformlarıyla birlikte (Akgöz ve Tengilimoğlu, 2015; Park ve Nicolau, 2015; Park vd., 2018) turizm ürünlerine ilişkin deneyim ve düşüncelerin tüketiciler tarafından online platformlarda paylaşılması da global bir trend haline gelmiştir (Wong ve Qi, 2017; Tengilimoğlu ve Öztürk, 2020). Bu durum, hizmet hataları ve telafi yöntemleri gibi konuların da online platformlarda yer bulmasına neden olmuştur (Ding ve Lii, 2016; Jeong ve Lee, 2017; Bacile vd., 2018; Liu, Jayawardhena vd., 2019; Manu ve Sreejesh, 2020). Sunulan hizmetin müşteri beklentilerini karşılamaması durumunda, müşteriler tarafından paylaşılan olumsuz yorumlar ve şikayetler aynı zamanda müşterilerin hizmet alım sürecinde maruz kaldıkları hizmet hatalarına karşı geliştirmiş oldukları tepkileri ifade etmektedir (Liu, Jayawardhena vd., 2019; Hogreve vd., 2019; Koç, 2019).

Hizmet hataları, sunulan hizmetin müşteri beklentilerini karşılamama durumunu ifade ederken (Parasuraman vd., 1991; Lewis ve McCann, 2004; Tsao, 2018; Vaerenbergh vd., 2019; Sreejesh vd., 2019; Ülker vd., 2021) hizmet telafileri ise işletmenin bu hatalar karşısında sergilemiş olduğu düzeltici tepkileri içermektedir (Andreassen, 2000; Zhao vd., 2014; Hsieh ve Yeh, 2018; Koç, 2019; Manu ve Sreejesh, 2020). Bu bağlamda, tüketicilerin hizmet alım sürecinde maruz kaldıkları hizmet hataları online platformlarda paylaşılan olumsuz yorumlara dönüşürken işletmelerin bu yorumlar karşısında vermiş oldukları düzeltici yanıtlar ise online hizmet telafileri olarak değerlendirilmektedir (Sreejesh ve Anusree, 2016; Liu, Jayawardhena vd., 2019; Sreejesh vd., 2019; Hogreve vd., 2019; Surachartkumtonkun vd., 2021).

Hizmetlerin ayrılmazlık ve soyutluk özellikleri hizmet hatalarını tetiklerken (Kuo ve Wu, 2012; Lee, 2018; Tengilimoğlu, 2019) özellikle konaklama işletmelerinde operasyonların kompleks yapıda olması hizmet hatalarının kaçınılmaz hale gelmesine neden olmaktadır (Jeong ve Lee, 2017). Yaşanan hizmet hataları ise müşterilerde olumsuz davranışlara dönüşen olumsuz duygular geliştirmekte (Hur ve Jang, 2019) ve yaşanan hizmet hatalarını içeren olumsuz yorumların online platformlarda paylaşılmasına neden olmaktadır (Hsieh ve Yeh, 2018; Liu, Jayawardhena vd., 2019). Hizmet hatalarına ilişkin eski çalışmalar (Plymire, 1991; Tax vd., 1998; McDouglas ve Levesque, 1999; Andreassen, 2000; Holloway ve Beatty, 2003), müşterilerin karşılaştıkları hizmet hatası neticesinde yakın çevresine karşı işletme hakkında olumsuz yorumda bulunacağını vurgularken özellikle günümüzde otel rezervasyonlarının daha çok online kanallar üzerinden yapılması (Bilgihan, 2015; Amaro ve Duarte, 2015; Balouchi vd., 2017; Tengilimoğlu ve Hassan, 2020) ve müşterilerin rezervasyon sürecinde online yorumlara önem vermesi (Lee vd., 2018; Liu, Zhang vd., 2019) online yorumlara dönüşen hizmet hatalarının daha çok kişiye ulaşmasına ve kararlarını olumsuz yönde etkilemesine neden olmuştur (Tsao vd., 2015). Bu durum işletmeleri online platformlarda paylaşılan hizmet hataları karşısında etkili online telafi yöntemleri geliştirmeleri konusunda zorlamaktadır.

Bu çalışmada, müşterilerin yaşamış olduğu hizmet hatası neticesinde online platformda paylaşmış olduğu olumsuz yorum karşısında işletme tarafından sunulan online telafi yönteminin telafi memnuniyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir.

ONLİNE PLATFORMLARDA HİZMET HATALARI ve TELAFİ YÖNTEMLERİ

Wong ve Qi (2017) turizm ürünlerine ilişkin deneyim ve düşüncelerin online platformlarda paylaşılmasının global bir trend haline geldiğini belirtmektedir. Jeong ve Lee ise (2017) tüketicilerin paylaştığı deneyimler içerisinde hizmet hatalarına da yer verdiğini belirtmektedir. Dolayısıyla, tüketici deneyimlerini ifade eden online yorumların aynı zamanda hizmet hataları ve bu hatalar karşısında yönetim tarafından uygulanan online telafi yöntemlerini de içerdiği söylenebilir (Liu, Jayawardhena vd., 2019). İlgili çalışmalarda (Jeong ve Lee, 2017; Liu, Jayawardhena vd., 2019; Manu ve Sreejesh, 2020) tüketiciler tarafından bırakılan olumsuz yorumların hizmet hataları, olumsuz yorumlara yönetim tarafından verilen cevaplarında online telafi yöntemleri kapsamında ele alındığı görülmektedir.

Weitzl ve Hutzinger (2019) müşterilerin hizmet hatası neticesinde yaşadıkları memnuniyetsizliği seslerini duyurabilmek adına sosyal medya ya taşıdığını belirtmektedir. Önceki çalışmalarda (Plymire, 1991; Tax vd., 1998; McDouglas ve Levesque, 1999; Andreassen, 2000) tüketicilerin maruz kaldıkları hizmet hatası neticesinde sadece yakın çevresine ilgili işletme hakkında olumsuz yorumda bulunacağı vurgulanırken günümüzde hizmet hatalarına ilişkin deneyimlerin online platformlarda paylaşılması sonucunda (Weitzl ve Hutzinger, 2019; Manu ve Sreejesh, 2020) olumsuz yorumların daha çok kişiye ulaşması mümkün hale gelmiştir (Tsao vd., 2015). Jeong ve Lee (2017) tüketicilerin yaklaşık %63 'ünün hizmet hatalarına ilişkin deneyimlerini TripAdvisor gibi sosyal medya üzerinden paylaştığını tespit etmiştir. Dolayısıyla, tüketici deneyimlerinin hızla yayıldığı online platformlar (Rojas vd., 2015; Ho, 2017) günümüzde hizmet hatası ve telefı yöntemlerinin de yer aldığı (Jeong ve Lee, 2017; Hogleve vd., 2019; Manu ve Sreejesh, 2020) ve potansiyel tüketicilerin kararlarını etkileyen önemli mecralar haline gelmiştir (Zhao vd., 2014).

Bacile ve diğerleri (2018) olumsuz yorumları ifade eden online şikayetleri ele alan önceki çalışmaların bu şikayetleri hizmet hataları kapsamında değerlendirmedeğini fakat son dönemlerde gerçekleştirilen çalışmalarla birlikte online müşteri şikayetlerinin hizmet hataları literatüründe geniş yer tuttuğunu belirtmektedir. Xu ve diğerleri de (2016) online hizmetlerde yaşanan artış neticesinde hizmet hataları ve telafi yöntemleri literatürünün online platformlar bağlamında da ele alınmaya başladığını ifade etmektedir.

Müşteri, almış olduğu hizmete ilişkin şikayetini online ortamda dile getirdiğinde hizmet telafi süreci de online ortamda başlamaktadır (Koç, 2019). Son dönemlerde ortaya çıkan online platformlar, müşterilerin yüz yüze şikâyet için sarf etmeleri gereken çabaları minimize ederek müşterileri şikâyet için online kanalları tercih etme konusunda teşvik etmektedir (Ekiz vd., 2012). Online ortamlarda artan şikayetler (Xu vd., 2016; Ho, 2017) ve bu şikayetlerin potansiyel tüketicilerin karar süreçleri üzerindeki olumsuz etkileri (Law vd., 2014) TripAdvisor gibi online seyahat platformlarının işletme yönetimlerine bu tür yorumlara cevap verme imkânı sunmaya başlamasına neden olmuştur (Ekiz vd., 2012). Yönetim tarafından verilen bu cevaplar online telafi yöntemi olarak değerlendirilmekte (Jeong ve Lee, 2017; Liu, Jayawardhena vd., 2019; Manu ve Sreejesh, 2020) ve hizmet alım sürecinde ortaya çıkan hizmet hatasına ilişkin işletme yönetiminin online platformlarda sunmuş olduğu özür ve tazminat gibi tepkileri içermektedir (Hsieh ve Yeh, 2018; Liu, Jayawardhena vd., 2019).

Uygulanan online hizmet telafi yöntemlerinin temel prensipler bakımından geleneksel telafi yöntemlerine benzemesine karşın telafi diyalogunun gerçekleştirildiği online platformun sahip olduğu ayırt edici özellikler bakımından farklılaştığı söylenebilir (Jeong ve Lee, 2017; Vaerenbergh vd., 2019). Online platformlarda telafi diyalogunun teknoloji aracılığıyla gerçekleştirilmesi (Ding ve Lii, 2016) ve bu diyalogun potansiyel müşteriler tarafından da kolaylıkla izlenebilmesi (Jeong ve Lee, 2017) geleneksel telafi yöntemleri ile online telafi yöntemleri arasındaki en temel farkı oluşturmaktadır. Sunulan telafi türü bakımından (özür, açıklama, tazminat vb.) geleneksel ve online telafi yöntemleri arasında benzerlik olduğu söylenebilir (Vaerenbergh vd., 2019). Dolayısıyla yaşanan internet temelli teknolojik gelişmelerle birlikte, daha önceleri de gündemde olan hizmet hataları ve hizmet telafileri (Plymire, 1991; Tax vd., 1998) gibi konuların online platformlara taşınarak potansiyel müşterilerin de gözlemleyebilmesi sonucunda daha önemli hale geldiği belirtilmektedir (Lee vd., 2011; Jeong ve Lee, 2017; Liu, Jayawardhena vd., 2019).

Hizmet hataları ve uygulanan telafi yöntemlerinin online platformlara taşınması ile (Jeong ve Lee, 2017; Hogueve vd., 2019; Koç, 2019; Weitzl ve Hutzinger, 2019; Manu ve Sreejesh, 2020) online platformlarda gerçekleşen telafi diyaloglarını gözlemleyen potansiyel müşterilerin algı ve tutumlarının incelenmesi hizmet hataları literatüründe (Sparks vd., 2016; Hogueve vd., 2019; Sreejesh vd., 2019; Javornik vd., 2020; Surachartkumtonkun vd., 2021) önemli bir konu başlığı haline gelmiştir. Sreejesh ve diğerleri (2019) TripAdvisor üzerinde bırakılan yüksek hata düzeyini ifade eden olumsuz yorumların gözlemleyen potansiyel müşteriler üzerindeki olumsuz etkilerinin uygulanan çeşitli telafi yöntemleri ile olumlu sonuçlara dönüştürülebileceğinden bahsetmektedir. Sparks ve diğerleri (2016) ise TripAdvisor üzerinden olumsuz yorumlara verilen cevapların kim tarafından verildiği, cevap verme hızı ve cevap tarzının potansiyel müşteriler üzerindeki etkisini incelediği çalışmada, üst yönetim tarafından verilen samimi ve hızlı cevapların potansiyel müşterilerde güven duygusu oluşturduğunu tespit etmiştir.

Geleneksel hizmet hataları ve telafi yöntemleri sadece hataya maruz kalan müşteriye odaklanırken online telafi yöntemleri aynı zamanda telafi diyalogunu gözlemleyen potansiyel müşterilere de odaklanmaktadır (Hogueve vd., 2019). Bu durum geleneksel ve online telafi yöntemlerinin en temel farklarından birisidir. Yaşanan hizmet hatası neticesinde online platformlarda paylaşılan olumsuz yorumların potansiyel müşteriler üzerindeki etkisi işletmelerin yaşamlarına devam edebilmeleri açısından önemli bir risk oluştururken (Philips vd., 2015), uygulanan etkili bir online telafi yöntemi bu riskin ortadan kaldırılması ve olumsuz etkilerin olumlu yönde değiştirilmesi açısından oldukça önemlidir (Sparks vd., 2016; Sreejesh vd., 2019).

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, otel müşterilerinin konaklama sürecinde maruz kaldıkları farklı düzeylerde hizmet hatası ve bu hizmet hatası karşısında işletme tarafından sunulan farklı telafi yöntemlerinin telafi memnuniyeti üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda iki farklı hizmet hatası düzeyi (*düşük/yüksek*) ve üç farklı online telafi yönteminin (*özür/indirim kuponu/fidan başışı*) kombinasyonlarından oluşan altı farklı senaryo geliştirilmiştir. Verilerin toplanmasında kullanılan senaryo tekniği, gerçek hayatta vuku bulabilecek olayların kurgulanan senaryolar ile katılımcılara aktarıldığı ve katılımcılardan senaryoda kurgulanan olayların kendi başlarına geldiğini düşünerek anket formuna yanıt vermesinin istendiği yarı deneysel bir araştırma tekniği olarak değerlendirilmektedir (Blodgett vd., 1997; Chang vd., 2015; Fu vd., 2015; Pai vd., 2018).

Senaryo yöntemi ile elde edilen verilerin analizinde tek değişkenli varyans analizi (Univariate ANOVA) yöntemi kullanılmıştır. Tek değişkenli varyans analizi, tek bir bağımlı değişken üzerinde birden fazla bağımsız değişkenin etkisini ölçen ve farklı senaryoları ifade eden faktöriyel tasarımlı araştırmalarda sıklıkla kullanılan bir yaklaşımdır (Xu vd., 2014; Rojas vd., 2015). Geliştirilen araştırma modelinde bağımlı değişken olarak telafi memnuniyeti ele alınırken bağımsız değişkenler olarak hizmet hatası düzeyi ve uygulanan telafi türü ele alınmıştır.

Telafi memnuniyeti ölçeği Liu, Jayawardhena ve diğerleri (2019) tarafından online hizmet telafilerine ilişkin gerçekleştirilen bir çalışmadan elde edilmiştir. Ölçek önce Türkçe'ye çevrilmiş ve son hali verilmeden önce hem turizm alanında uzman kişilerin hem de dil bilgisi konusunda uzman kişilerin katıldığı odak grup tartışması yöntemi ile değerlendirilmiştir. Odak grup tartışmasından elde edilen görüşler doğrultusunda ölçeğe son hali verilmiştir. Anket sorularının ölçülmesinde 5'li Likert ölçeğinden faydalanılmıştır.

Senaryo Geliştirme Süreci ve Deneysel Tasarım

Hizmet hatası düzeyi ve uygulanan telafi türü kurgulanan senaryolar ile katılımcılara aktarılmıştır. Yüksek düzeyli hizmet hatası için otelin shorta düşmesi sonucu rezervasyonu bulunan müşterisine odasını bir gece gecikmeli vermesi durumu, düşük düzeyli hizmet hatası için ise temiz odası bulunmayan otelin müşterisine odasını bir saat gecikmeli vermesi durumu belirlenmiştir. Uygulanan telafi türü için müşteri tarafından otel hakkında online platformda paylaşılan hizmet hatası içerikli olumsuz yoruma; otelin özür dileyerek cevap vermesi, müşterinin sonraki konaklamasında kullanabileceği %25'lik indirim kuponu takdim etmesi ve müşteri adına ödemiş olduğu hesabın %10'u ile fidan bağışında bulunması olmak üzere üç farklı durum belirlenmiştir. Hizmet hatası düzeyi ve telafi türü kombinasyonlarından oluşan altı farklı senaryoya ($2 \text{ Hata Düzeyi} \times 3 \text{ Telafi Türü} = 6 \text{ Senaryo}$) katılımcılar rastgele atanarak okumuş oldukları senaryoya göre anket formunu cevaplamaları istenmiştir.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni online rezervasyon deneyimi bulunan Türk vatandaşlarından oluşmaktadır. Evrenin tamamına ulaşılmasının güç olduğu durumlarda örnekleme yoluna gidilmektedir. Bu çalışmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak konu hakkında bilgi ve deneyim sahibi olan katılımcılara ulaşılmaya çalışılmıştır. Anketler daha önce hazırlanan e-posta havuzunda yer alan 2 bin farklı kişiye rastgele gönderilmiş ve toplam 674 yanıt alınmıştır. Online rezervasyon deneyimine sahip olmayan ve manipülasyon kontrol sorularına doğru yanıt veremeyen katılımcılar araştırmadan çıkarılarak senaryo başına 66 katılımcı olmak üzere toplam 396 kişi ile analizler uygulanmıştır. Hair ve diğerleri (2008) faktöriyel tasarımlı çalışmalarda her grubun en az 20 gözleme sahip olması gerektiğini belirtmektedir. Sonuçların evrene genellenebilmesi açısından ise baskın görüş 100 binin üzerinde bir evren için yürütülen çalışmalarda %95 güvenilirlik düzeyi için 384 örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu yönündedir (Kozak, 2018). Bu çalışmada her bir grup için 66 olmak üzere 396 örneklem büyüklüğü her iki şartı da sağlamaktadır.

Senaryolarda Gerçekliğin ve Manipüle Edilen Durumların Kontrolü

Geliştirilen senaryoların gerçeğe uygunluklarını test etmek için önceki çalışmalara uygun olarak (Singh ve Crisafulli, 2015; Jeong ve Lee, 2017; Liu, Jayawardhena vd., 2019) katılımcılardan

okumuş oldukları senaryonun gerçek hayatta vuku bulma ihtimalini (*olasılık gerçekliği*) ve kendi başlarına gelme olasılığını (*deneyimsel gerçeklik*) 1-5 arası derecelendirmeleri istenmiştir. Literatürde orta değer (2,5) üzerinde hesaplanan değerlerin senaryonun gerçekliği açısından yeterli olduğu belirtilmektedir (Field, 2009; Liu, Jayawardhena vd., 2019). Uygulanan tek örnekli t-testi ile (*test değeri=3*) her bir senaryonun belirlenen 3 ortalamasından anlamlı olarak yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir ($t>1,96$; $p<0,05$). Bu sonuç senaryoların deneyimsel ve olasılık gerçekliğini sağladığını göstermektedir.

Senaryolarda kurgulanan hata düzeyinin katılımcılar tarafından doğru bir şekilde algılandığını tespit etmek için hata düzey ölçeği (Hess vd., 2003; Liu, Jayawardhena vd., 2019) senaryolara eklenmiştir. Katılımcılardan okumuş oldukları senaryoda yaşanan durumu "*şiddet, büyüklük ve önem*" olmak üzere üç soru üzerinden 1-5 arası derecelendirmeleri istenmiştir. Uygulanan bağımsız örneklerde t-testi sonuçları ($M_{yüksek}=4.14$, $SD=0.99$ vs. $M_{düşük}=2.76$, $SD=0.58$; $t_{(396)}=16.833$, $p<0.001$) senaryolarda kurgulanan hata düzeyinin katılımcılar tarafından doğru bir şekilde algılandığını göstermektedir.

Senaryolarda kurgulanan telafi yöntemlerinin katılımcılar tarafından doğru bir şekilde anlaşılıp anlaşılmadığını belirlemek amacıyla katılımcılara senaryoda sunulan telafiyi alıp almadıkları sorulmuştur. Böylece katılımcıların okumuş oldukları senaryoda kurgulanan telafi yöntemini anlayıp anlamadığı belirlenmiştir. Manipülasyon kontrol sorusuna yanlış cevap veren katılımcılar araştırmadan çıkarılmıştır.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırmaya dahil edilen katılımcıların demografik bulguları Tablo 1’de aktarılmıştır.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Soru	Cevap	N	%
Cinsiyet	Kadın	208	52,5
	Erkek	188	47,5
Doğum Aralığı	1999 ve Sonrası Doğumlular	23	5,8
	1981-1998 Arası Doğumlular	276	69,4
	1965-1980 Arası Doğumlular	89	22,5
	1946-1964 Arası Doğumlular	9	2,3
Medeni Durum	Bekar	175	44,2
	Evli	221	55,8
Eğitim Durumu	İlkokul-Ortaokul	2	0,5
	Lise	18	4,5
	Üniversite	136	34,3
	Lisansüstü	242	61,6
Aylık Gelir	4.253 TL ve Altı	62	15,6
	4.254 – 7.200 TL	92	23,3
	7.201 – 10.200 TL	97	24,5
	10.201 TL ve Üzeri	145	36,7

Katılımcıların %52,5’i kadınlardan, %47,5’i erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu 1981-1998 doğumlulardan (%69,4) oluşurken medeni durum bakımından evliler (%55,8) eğitim durumu bakımından ise lisansüstü (%61,6) ve üniversite (%34,3) mezunlarının, gelir düzeyi

bakımından 7.201 TL ve üzeri gelire sahip olanların (%61) çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir.

Ölçüm Modelinin Güvenilirliği

Araştırmada kullanılan ölçüm modelinin güvenilirliği ve geçerliliğine ilişkin analizlere Tablo 2’de yer verilmiştir.

Cronbach’s Alpha güvenilirlik değerinin 0,7’den yüksek olması ölçüm modelinin güvenilir olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2014; Byrne, 2016). Ayrıca çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında hesaplanması normal dağılım şartının sağlandığına işaret etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007).

Tablo 2. Faktör Yükleri, Ortalamalar, Çarpıklık, Basıklık ve Güvenilirlik

Ölçek	Önergeler	Ort.	SS	Çar.	Bas.
Telafi	TM_1	3,89	,917	-,702	,147
Memnuniyeti	TM_2	3,78	,905	-,636	,274
Cronbach’s A:	TM_3	3,42	1,05	-,337	-,405
0,914	TM_4	3,54	1,00	-,360	-,467

Tek Değişkenli Varyans Analizi Sonuçları

Tek değişkenli varyans analizi, iki veya daha fazla bağımsız değişkenin tek bir bağımlı değişken üzerindeki etkisini eş zamanlı olarak değerlendirmektedir. Bu çalışmada bağımsız değişkenler müşterilerin maruz kaldığı hizmet hatasının düzeyi (yüksek/düşük) ve bu hata karşısında sunulan telafinin türüdür (özür/indirim kuponu/fidan bağıışı). Telafi memnuniyeti ise bağımlı değişken olarak modele eklenmiştir. İlgili değişkenlere ilişkin ortalamalar Tablo 3’te aktarılmıştır.

Tablo 3. Hata Düzeyi ve Telafi Türüne Göre Telafi Memnuniyeti Ortalamaları

Hata Düzeyi	Telafi Türü	Ortalama	Std. Sapma	N
Düşük Hata Düzeyi	Özür	3,3144	,80540	66
	İndirim Kuponu	4,0265	,74179	66
	Fidan Bağıışı	4,1174	,67968	66
	Toplam	3,8194	,82315	198
Yüksek Hata Düzeyi	Özür	2,9697	,85205	66
	İndirim Kuponu	3,8977	,69611	66
	Fidan Bağıışı	3,6515	,82495	66
	Toplam	3,5063	,88251	198
Toplam	Özür	3,1420	,84381	132
	İndirim Kuponu	3,9621	,71947	132
	Fidan Bağıışı	3,8845	,78840	132
	Toplam	3,6629	,86657	396

Tablo 3 incelendiğinde telafi memnuniyetine ilişkin ortalamalar arasında gruplara göre farklılıklar olduğu görülmektedir. Düşük hata düzeyinde uygulanan telafi yöntemlerinin yüksek hata düzeyinde uygulanan aynı telafi yöntemlerinden daha yüksek düzeyde telafi memnuniyeti oluşturduğu Tablo 3'ten anlaşılmaktadır. Hesaplanan bu farkların anlamlı olup olmadığına ilişkin karar tek değişkenli varyans analizine göre verilebilir. Tek değişkenli varyans analizinin ön şartı varyansların homojen dağılmasıdır.

Tablo 4. Levene Testi Varyansların Homojen Dağılımı

Değişken	F	df1	df2	Sig.
Telafi Memnuniyeti	,961	5	390	,442

Levene testi istatistikleri varyansların homojen dağıldığını göstermektedir ($p>0,05$). Dolayısıyla tek değişkenli varyans analizi tablosuna göre karar verilebilir.

Elde edilen sonuçlar telafi memnuniyetine ilişkin ortalamaların maruz kalınan hata düzeyi ve uygulanan telafi türüne göre farklılaştığını göstermektedir ($p<0,05$). Hata düzeyi ve telafi türünün birlikte ele alındığı modelde ise ortaya çıkan farkın anlamlı olmadığı anlaşılmaktadır ($p>0,05$).

Tablo 5. Tek Değişkenli Varyans Analizi Tablosu

Bağımlı Değişkenler	df	F	Sig.	Kısmi η^2
Hata Düzeyi	1	16,397	,000	,040
Telafi Türü	2	45,700	,000	,190
Hata Düzeyi * Telafi Türü	2	1,625	,198	,008

Kısmi η^2 'ler incelendiğinde telafi memnuniyeti üzerinde uygulanan telafi türünün daha etkili olduğu görülmektedir. Hata düzeyi ve telafi türüne ilişkin çoklu karşılaştırma testleri Tablo 6 ve Tablo 7'de aktarılmıştır.

Tablo 6. Hata Düzeyine Göre Telafi Memnuniyeti Ortalamaları

Hata Düzeyi		Ort. Farkı	Std. Hata	Sig.
Düşük	Yüksek	,313*	,077	,000

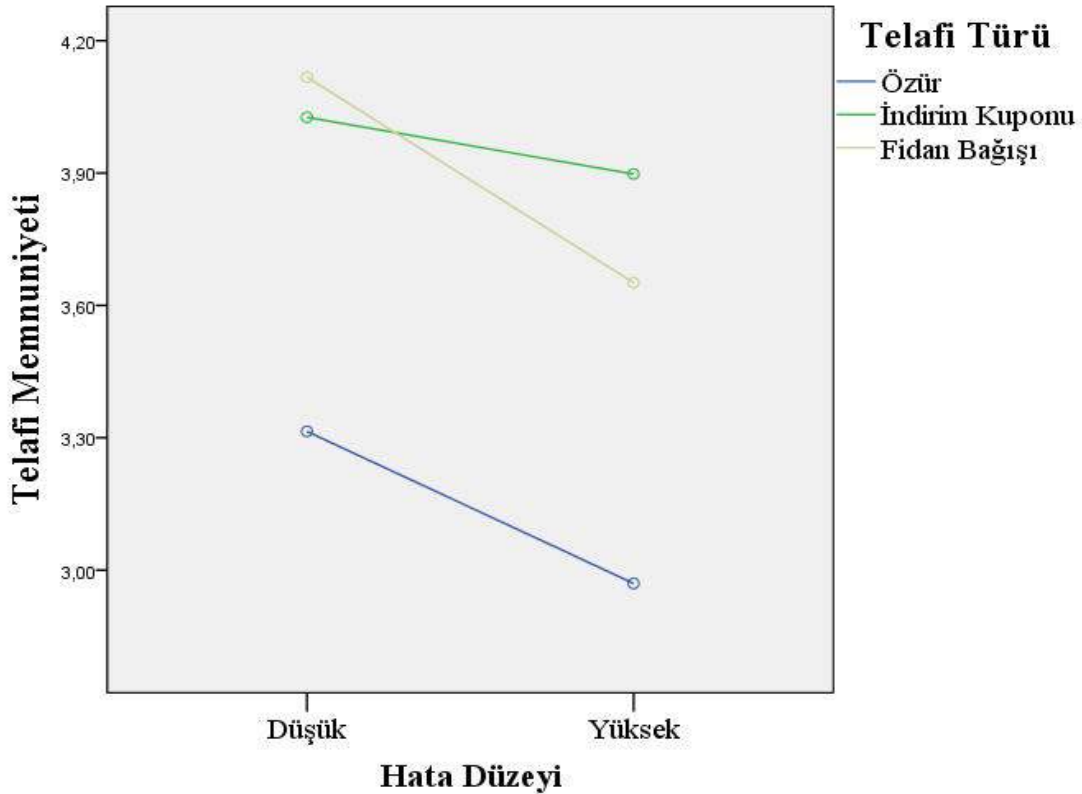
Elde edilen sonuçlar uygulanan telafi türünden bağımsız olarak düşük düzeyli hizmet hatasına maruz kalan katılımcıların yüksek düzeyli hizmet hatasına maruz kalan katılımcılardan daha yüksek düzeyde telafi memnuniyetine sahip olduğunu göstermektedir ($p<0,05$).

Tablo 7. Telafi Türüne Göre Telafi Memnuniyeti Ortalamaları

	Telafi Türü	Ort. Farkı	Std. Hata	Sig.
Özür	İndirim Kuponu	-,820*	,095	,000
	Fidan Bağışı	-,742*	,095	,000
İndirim Kuponu	Özür	,820*	,095	,000
	Fidan Bağışı	,078	,095	,413
Fidan Bağışı	Özür	,742*	,095	,000
	İndirim Kuponu	-,078	,095	,413

Maruz kalınan hizmet hatası düzeyinden bağımsız olarak uygulanan telafi türlerine göre katılımcıların telafi memnuniyeti ortalamalarının farklılaştığı görülmektedir. Ortaya çıkan bu farklılardan indirim kuponu ve fidan bağışı anlamlı değilken ($p>0,05$) indirim kuponu ve özür ile fidan bağışı ve özür arasında hesaplanan farkların anlamlı olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Elde edilen sonuçlar sırasıyla indirim kuponu ve fidan bağışının özürden daha yüksek düzeyde telafi memnuniyeti oluşturduğunu göstermektedir.

Çalışmada son olarak, hizmet hatası düzeyi ve uygulanan telafi türünün birlikte telafi memnuniyetine etkisi incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar anlamlı bir farklılaşmanın bulunmadığını gösterse de ilgili ortalamalar arasında küçük farkların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durumun daha detaylı ele alınması için aşağıda yer alan eğim grafiği incelenebilir.

**Grafik 1.** Hizmet Hatası Düzeyi ve Telafi Türüne Göre Telafi Memnuniyeti Ortalaması

Grafik 1’de müşterilerin maruz kaldığı hizmet hatasının düzeyi ve uygulanan telafi türüne göre telafi memnuniyeti ortalamaları aktarılmıştır. Elde edilen sonuçlar düşük düzeyli hizmet hatalarında en yüksek telafi memnuniyetinin telafi olarak fidan bağışısı sunulan grupta yüksek düzeyli hizmet hatalarında ise telafi olarak indirim kuponu sunulan grupta gerçekleştiğini göstermektedir. En düşük telafi memnuniyeti ise hem yüksek düzeyli hizmet hatasında hem de düşük düzeyli hizmet hatasında telafi olarak özrün sunulduğu grupta gerçekleşmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada konaklama sektörü açısından kaçınılmaz bir durum olarak görülen hizmet hatalarının ve bu hatalar karşısında işletmeler tarafından uygulanan telafi yöntemlerinin telafi memnuniyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar, müşterilerin maruz kaldığı hizmet hatasının düzeyinin ve uygulanan telafi türünün ayrı ayrı ele alındığı modellerde telafi memnuniyeti üzerinde farklılık oluşturduğunu göstermektedir. Ayrıca uygulanan telafi türü telafi memnuniyeti üzerinde daha etkilidir. Literatürde de hizmet hatası düzeyi ve uygulanan telafi türünün telafi memnuniyeti üzerinde etkili olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Wang vd., 2011; Krishna vd., 2014; Cho vd., 2017; Lee, 2018; Cheng vd., 2019).

Beklenti teorisinde (Kahneman ve Tversky, 1979) insanların olumsuz deneyimlere olumlu deneyimlerden daha fazla önem verdiği belirtilmektedir. Biliş güncelleme teorisinde ise (Boulding vd., 1993) işletme ile müşteri arasında yaşanan her yeni karşılaşma müşterinin yeni bilgiler edinerek işletmeye karşı düşüncelerini güncellediği bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bu durum yaşanan hizmet hatası neticesinde müşterinin geliştirdiği olumsuz düşüncelerin sunulan telafi ile birlikte olumlu düşüncelere dönüştürülebileceği şeklinde yorumlanabilir. Fakat müşteri, işletme hakkındaki düşüncelerini güncellerken işletme ile ilgili önceki deneyimlerinden de etkilenmektedir. Dolayısıyla, önceki deneyimlere ilişkin yaşanan olumsuz durumun düzeyi telafi sonrası güncellenen düşünceler üzerinde etkili olabilir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlarda bu düşünceleri desteklemektedir. Olumsuz deneyimin şiddetini ifade eden hizmet hatasının düzeyi telafi sonrası oluşan memnuniyet üzerinde etkilidir.

Uygulanan telafi türünden bağımsız olarak düşük düzeyli hizmet hatasına maruz kalan müşterilerin daha yüksek düzeyde telafi memnuniyetine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla hizmet hatasının düzeyi arttıkça telafiye ilişkin memnuniyetin sağlanması daha güç hale gelmektedir. Hizmet hatalarının konaklama işletmeleri açısından kaçınılmaz bir durum olarak görülmesi ilgili çalışmaların hizmet hatalarından bütünüyle kurtulmaya çalışmak yerine olumsuz etkilerini yönetmek ve olumlu çıktılara dönüştürmek üzerine odaklanmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda hizmet hatasının düzeyini kontrol altına almak hem hizmet hatalarının olumsuz sonuçlarını yönetmek hem de olumlu sonuçlar oluşturabilmek açısından önem kazanmaktadır.

Müşterilerin maruz kaldıkları hizmet hatası düzeyinden bağımsız olarak uygulanan telafi türü müşterilerin telafi memnuniyeti üzerinde etkilidir. En yüksek oranda telafi memnuniyeti telafi olarak indirim kuponu sunulan gruba ait olurken en düşük telafi memnuniyeti ise telafi olarak sadece özür sunulan gruba aittir. Dolayısıyla, hizmet hatalarının olumsuz sonuçlarını yönetmek ve olumlu sonuçlara dönüştürmek açısından uygulanan telafi türü önem kazanmaktadır. Daha yüksek düzeyde telafi memnuniyeti sağlamak için sunulan özre ek olarak fidan bağışısı ya da indirim kuponu gibi maddi unsurlarında telafiye eklenmesi önerilebilir.

Hizmet hatalarının telafi edilmesi konusunda kullanılacak en iyi yollardan birisi de internet ortamında yönetim tarafından verilen cevaplardır (Lee ve Blum, 2015). Buna karşın Xie ve diğerleri (2017) TripAdvisor’da yer alan yorumların sadece %4’ünün yönetim tarafından

cevaplandığını tespit etmiştir. Lee ve Blum ise (2015) konaklama işletmelerinin daha çok olumlu yorumlara cevap verdiğini belirtmektedir. Oysa online platformlarda uygulanacak başarılı bir telafi mevcut krizi fırsata dönüştürebilir (Zhu vd., 2021). Bu çalışmada da online platformda paylaşılan hizmet hataları karşısında yönetim tarafından uygulanan başarılı telafi yöntemleri ile müşterilerde olumlu düşünceler geliştirmenin mümkün olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, konaklama işletmeleri kendileri hakkında paylaşılan hizmet hatalarına uygun cevaplar vermeyerek önemli bir fırsatı kaçırmaktadır. Bu bağlamda, konaklama işletmelerinin online platformlarda paylaşılan hizmet hataları karşısında hızlı ve uygun telafi yöntemleri belirlemeleri hizmet hatalarının kriz oluşturan olumsuz sonuçlarının olumlu sonuçlara dönüştürülmesi açısından önemlidir.

Çalışmada son olarak hizmet hatası düzeyi ve telafi türünün birlikte telafi memnuniyetine etkisi incelenmiştir. Tek değişkenli varyans analizi bu karşılaştırmada anlamlı bir farklılık olmadığını göstermiş olsa da ilgili ortalamalarda küçük farklılıklar olduğu görülmektedir. Düşük düzeyli hizmet hatası grubunda en yüksek telafi memnuniyeti telafi olarak sunulan fidan bağışına aittir. Yüksek düzeyli hizmet hatası grubunda ise indirim kuponu daha etkili bir sonuç vermektedir. İlgili literatür müşterilerin maruz kaldıkları hata türüne göre farklı beklentiler oluşturduğunu ifade etmektedir. İşletmelerin ise oluşan telafi beklentilerini karşılayacak telafi yöntemleri geliştirirken daha çok maliyet odaklı davrandığı bilinmektedir. Bu bağlamda telafi türünün belirlenmesinde hizmet hatası düzeyinin tespit edilmesi hem telafi memnuniyeti sağlama hem de kaynak israfından kaçınarak maliyet odaklı stratejiler geliştirmek açısından önem kazanmaktadır. Düşük düzeyli hizmet hatalarında daha düşük maliyetli yöntemlerle telafi memnuniyeti sağlanabilirken yüksek düzeyli hatalarda ise maddi unsurların ön plana çıkarılması önem kazanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akgöz, E. ve Tengilimoğlu, E. (2015). Online Müşteri Değerlendirmelerinin, Tesis Özellikleri Açısından İncelenmesi; Booking.Com Örneği. 16. Ulusal Turizm Kongresi, 12-15 Kasım; 2015, Çanakkale/Türkiye.
- Amaro, S. and Duarte P. (2015). An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online. *Tourism Management*, 46(2015), 64-79.
- Andreassen, E. W. (2000). Antecedents to satisfaction with service recovery. *European Journal of Marketing*, 34(1/2), 156-175.
- Bacile, T. J., Wolter, J. S., Allen, A. M. and Xu, P. (2018). The effects of online incivility and consumer to consumer interactional justice on complainants, observers, and service providers during social media service recovery. *Journal of Interactive Marketing*, 44(4), 60-81.
- Balouchi, M., Aziz, Y. A., Rahman, A., Hasangholipour, T., Khanlari, A., Rahmani A. A. and Raja-Yusof, R. N. (2017). Explaining and predicting online tourists' behavioural intention in accepting consumer generated contents. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(2), 168-189.
- Bilgihan A., Nusair K., Okumus F. and Cobanoglu, C. (2015). Applying flow theory to booking experiences: An integrated model in an online service context. *Information & Management*, 52(2015) 668-678.
- Blodgett, J. G., Hill, D. J. and Tax, S. S. (1997). The effects of distributive, procedural, and interactional justice on post complaint behavior. *Journal of Retailing*, 73(2), 185-210.

- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. and Zeithaml, V.A. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1993), 7-27.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural Equation Modeling with Amos*, (3rd ed.). Routledge, New York.
- Chang, H. H., Tsai, Y. C., Wong, K. H., Wang, J. W., and Cho, F. J. (2015). The effects of response strategies and severity of failure on consumer attribution with regard to negative word-of-mouth. *Decision Support Systems*, 71(2015), 48-61.
- Cheng, B. L., Gan, C., C., Imrie B., C. and Mansori, S. (2019). Service recovery, customer satisfaction and customer loyalty: Evidence from Malaysia's hotel industry. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 11(2), 187-203.
- Cho, S. B., Jang, Y. J. and Kim, W. G. (2017). The moderating role of severity of service failure in the relationship among regret/disappointment, dissatisfaction, and behavioral intention. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(1), 69-85.
- Ding, M., C. and Lii, Y., S. (2016). Handling online service recovery: Effects of perceived justice on online games. *Telematics and Informatics*, 33(2016), 881-895.
- Ekiz, E., Lattimore, C., D. and Memarzadeh, F. (2012). Air the anger: Investigating online complaints on luxury hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3(2), 96-106.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). London: Sage Publications Inc.
- Fu, H., Wu, D. C., Huang, S. S., Song, H. and Gong, J. (2015). Monetary or nonmonetary compensation for service failure? A study of customer preferences under various loci of causality. *International Journal of Hospitality Management*, 46(2015), 55-64.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- Hair, J. F. JR., Black, W. C., Babin, B. J. and Andersoni R. E. (2008). *Multivariate Data Analysis*, (7th ed.). Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Hair, J., F., Hult, G., T., Ringle, C., M., and Sarstedt M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, (1st ed.). SAGE Publications, London.
- Hess, R. L., Jr., Ganesan, S. and Klein, N. M. (2003). Service failure and recovery: The impact of relationship factors on customer satisfaction. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2), 127-145.
- Ho, V. (2017). Achieving service recovery through responding to negative online reviews. *Discourse & Communication*, 11(1), 31-50.
- Hogreve, J., Bilstein, N. and Hoerner, K. (2019). Service recovery on stage: Effects of social media recovery on virtually present others. *Journal of Service Research*. 22(4), 421-439.
- Holloway, B. B. and Beatty, S. E. (2003). Service failure in online retailing a recovery opportunity. *Journal of Service Research*, 6(1), 92-105.
- Hong, H., Xu D., Wang, G. A. and Fan, W. (2017) Understanding the determinants of online review helpfulness: A meta-analytic investigation. *Decision Support Systems*, 102(2017), 1-11.
- Hsieh, Y., H. and Yeh, S., Y. (2018). Modeling dynamic service recovery strategies: A signaling game approach. *Kybernetes*, 47(5), 888-919.
- Hu, Y. H. and Chen, K. (2016). Predicting hotel review helpfulness: The impact of review visibility and interaction between hotel stars and review ratings. *International Journal of Information Management*, 36(2016), 929-944.

- Hur, J. Y. and Jang, S. C. (2019). Is consumer forgiveness possible? Examining rumination and distraction in hotel service failures. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(4), 1567-1587.
- Javornik, A., Filieri, R. and Gumann, R. (2020). Don't forget that others are watching, too!" The effect of conversational human voice and reply length on observers' perceptions of complaint handling in social media. *Journal of Interactive Marketing*, 50(2020), 100-119.
- Jeong, M. and Lee, S. A. (2017). Do customers care about types of hotel service recovery efforts? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(1), 5-18.
- Kahneman, D. and Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(1979), 263-291.
- Karimi, S. and Wang, F. (2017). Online review helpfulness: Impact of reviewer profile image. *Decision Support Systems*, 96(2017), 39-48.
- Koç, E. (2019). Service failures and recovery in hospitality and tourism: A review of literature and recommendations for future research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(5), 513-537.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Krishna, A., Dangayach, G. S. and Sharma, S. (2014). Service recovery paradox: The success parameters. *Global Business Review*, 15(2), 263-277.
- Kuo, Y. F. and Wu, C. M. (2012). Satisfaction and post-purchase intentions with service recovery of online shopping websites: Perspectives on perceived justice and emotions. *International Journal of Information Management*, 32(2), 127-138.
- Law, R., Buhalis, D. and Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727-750.
- Lee, H. and Blum, S. C. (2015). How hotel responses to online reviews differ by hotel rating: An exploratory study. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(3), 242-250.
- Lee, P. J., Hu, Y. H. and Lu, K. T. (2018). Assessing the helpfulness of online hotel reviews: A classification-based approach. *Telematics and Informatics*, 35(2018), 436-445.
- Lee, S. H. (2018). Guest preferences for service recovery procedures: Conjoint analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1(3), 276-288.
- Lewis, B. R. and McCann, P. (2004). Service failure and recovery: Evidence from the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(1), 6-17.
- Liu, H., Jayawardhena, C., Dibb, S. and Ranaweera, C. (2019). Examining the trade-off between compensation and promptness in e-wom triggered service recovery: A restorative justice perspective. *Tourism Management*, 75(2019), 381-392.
- Liu, Z. and Park, S. (2015). What makes a useful online review? Implication for travel product websites. *Tourism Management*, 47(2015), 140-151.
- Liu, Z., Zhang, Z., Law, R. and Zhang, A. (2019). Posting reviews on OTAs: Motives, rewards and effort. *Tourism Management*, 70(2019), 230-237.
- Manu C. and Sreejesh S. (2020). Addressing service failure and initiating service recovery in online platforms: Literature review and research agenda. *Journal of Strategic Marketing*, 1(2020), 1-32.

- McDougall, G. and Levesque, T. (1999). Waiting for service: The effectiveness of recovery strategies, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(1), 6-15.
- Pai, F. Y., Yeh, T. M. and Lin, L. Y. (2018). Relationship Level and Customer Response to Service Recovery. *Social Indicators Research*, 140(2018), 1301-1319.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. and Zeithaml, V. A. (1991). Perceived service quality as a customer-based performance measure: An empirical examination of organizational barriers using an extended service quality model. *Human Resource Management*, 30(3), 335-364.
- Park, S. and Nicolau J., L. (2015). Asymmetric effects of online consumer reviews. *Annals of Tourism Research*, 50(2015): 67-83.
- Park, S., Yin, Y. and Son, B., G. (2018). Understanding of online hotel booking process: A multiple method approach. *Journal of Vacation Marketing*, 25(3); 334-348.
- Plymire, J. (1991). Complaints as opportunities. *The Journal of Consumer Marketing*, 8(2), 39-43.
- Rojas, O. A., Herrera, C. F. and Blanco, C. F. (2015). What may lead you to recommend and revisit a hotel after a service failure instead of complaining? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(2), 214-235.
- Singh, J. and Crisafulli, B. (2016). Managing online service recovery: Procedures, justice and customer satisfaction. *Journal of Service Theory and Practice*, 26(6), 764-787.
- Sparks, B. A., So, K. K. F. and Bradley, G. L. (2016). Responding to negative online reviews: The effects of hotel responses on customer inferences of trust and concern. *Tourism Management*, 53(2016), 74-85.
- Sreejesh, S. and Anusree, M. R. (2016). The impacts of customers' observed severity and agreement on hotel booking intentions: Moderating role of web care and mediating role of trust in negative online reviews. *Tourism Review*, 71(2), 77-89.
- Sreejesh, S., Anusree, M. R. and Abhilash, P. (2019). Can online service recovery interventions benignly alter customers' negative review evaluations? Evidence from the hotel industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(6), 711-742.
- Surachartkumtonkun, J., Grace, D. and Ross, M. (2021). Unfair customer reviews: Third-party perceptions and managerial responses. *Journal of Business Research*, 132(2021), 1-10.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5th ed.). Boston: Pearson, Allyn & Bacon.
- Tax, S. S., Stephen W. B. and Murali C. (1998). Customer evaluations of service complaint experiences: Implications for relationship marketing. *Journal of Marketing*, 62(1), 60-76.
- Tengilimoğlu E. and Hassan A. (2020). Applying flow theory to the online booking experience: The role of utilitarian and hedonic Features. *Journal of Tourismology*, 6(1): 1-12.
- Tengilimoğlu, E. (2019). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitim öncesinde ve eğitim sürecinde sektöre ilişkin algıları. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(7):491-507.
- Tengilimoğlu, E. ve Öztürk, Y. (2020). Online yorumların faydalı bulunma durumunun incelenmesi: Konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 686-698.
- Tsao, W. C. (2018). Star power: The effect of star rating on service recovery in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(2), 1092-1111.

- Tsao, W. C., Hsieh, M. T., Shih, L. W. and Lin, T. M. Y. (2015). Compliance with e-wom: The influence of hotel reviews on booking intention from the perspective of consumer conformity. *International Journal of Hospitality Management*, 46(2015), 99-111.
- Ülker, M., Şahbaz, R. P. and Karamustafa, K. (2021). The role of culture on service failure perceptions and service recovery expectations in restaurants, *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 9(2):390-417.
- Vaerenbergh, Y. V., Varga, D., Keyser, A. D. and Orsingher, C. (2019). The service recovery journey: Conceptualization, integration, and directions for future research. *Journal of Service Research*, 22(2), 103-119.
- Wang, Y. S., Wu, S. C., Lin, H. H. and Wang, Y. Y. (2011). The relationship of service failure severity, service recovery justice and perceived switching costs with customer loyalty in the context of e-tailing. *International Journal of Information Management*, 31(4), 350-359.
- Weitzl, W. J. and Hutzinger, C. (2019). Rise and fall of complainants' desires: The role of pre-failure brand commitment and online service recovery satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 97(8), 116-129.
- Wong, C. U. I. and Qi, S. (2017). Tracking the evolution of a destination's image by text mining online reviews: The case of Macau. *Tourism Management Perspectives*, 23(2017), 19-29.
- Xie, L., Poon, P. and Zhang, W. (2017). Brand experience and customer citizenship behavior: The role of brand relationship quality. *Journal of Consumer Marketing*, 34(3), 268-280.
- Xu, Y., Roger, B. E. and Bard T. (2014). Show you care: Initiating co-creation in service recovery. *Journal of Service Management*, 25 (3), 369-387.
- Xu, Y., Yap, S. F. C. and Hyde, K. F. (2016). Who is talking, who is listening? Service recovery through online customer-to-customer interactions. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(3), 1-30.
- Zhao, X., Liu, Y., Bi, H. and Law, R. (2014). Influence of coupons on online travel reservation service recovery. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21(2014), 18-26.
- Zhu, T., Liu, B., Song, M. and Wu, J. (2021). Effects of service recovery expectation and recovery justice on customer citizenship behavior in the e-retailing context. *Frontiers in Psychology*. 12(2021), 1-15.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Bağdaşıklık Unsurlarını Kullanma Düzeyleri*

Dr. Öğr. Üyesi Nuray KAYADİBİ, Kırıkkale Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Kırıkkale, e-posta: nuraykayadibi@kku.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9644-1449>

Öz

Bağdaşıklık kavramı semantik bir kavramdır, metin içinde var olan ve onu bir metin olarak tanımlayan anlam ilişkilerini ifade eder. Söylemdeki bazı öğelerin yorumlanmasının bir diğer öğeye bağlı olduğu durumlarda ortaya çıkar. Bu ise metnin temel özelliklerindedir. Bu çalışmada öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında bağdaşıklık unsurlarını kullanma düzeylerini belirlemek amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılmış, doküman incelemesi yapılmıştır. Çalışma grubunu bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde öğrenim gören 53'ü kadın, 16'sı erkek toplam 69 öğrenci oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak "Bağdaşıklık Düzeyi Değerlendirme Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırma kapsamında öğretmen adaylarının en çok bağlama ögesi kullandıkları, daha sonra sırasıyla gönderim ögesi, sözcüksel bağdaşıklık ögesi, eksilteli anlatım ögesi ve değiştirim ögesi kullandıkları belirlenmiştir. Eksilteli anlatım ögesi kullanımının oldukça az kullanıldığı, kullanımın yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Değiştirim ögesi kullanımının yok denecek kadar az olması dikkat çekmektedir. Metin yazımında bağdaşıklık araçlarını kullanmak tutarlı bir metin oluşturmak için önemlidir. Yazma eğitiminin bu durum göz önünde bulundurularak şekillendirilmesi gerekmektedir.

* Bu çalışma II. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi'nde (2. International Scientific Researches Congress) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bağdaşıklık, Metin Dilbilim, Yazılı Anlatım.

Makale Gönderme Tarihi: 19.08.2022

Makale Kabul Tarihi: 07.10.2022

Önerilen Atf:

Kayadibi, N. (2022). Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Bağdaşıklık Unsurlarını Kullanma Düzeyleri, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1437-1450.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2022, 5(10): 1437-1450. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1108](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1108)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

**Levels of Pre-service Teachers' Use of Cohesion Elements in their Written
Expressions**

Assistant Prof. Dr. Nuray KAYADİBİ, Kırıkkale University, Faculty of Education, Kırıkkale, e-mail: nuraykayadibi@kku.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9644-1449>

Abstract

The concept of cohesion is a semantic concept, it expresses the meaning relations that exist in the text and define it as a text. It occurs when the interpretation of some elements in the discourse depends on another element. This is one of the main features of the text. In this study, it was aimed to determine the level of use of cohesion elements in the written expressions of pre-service teachers. Qualitative research method was used and document analysis was done. The study group consists of 69 students, 53 female and 16 male, studying at the education faculty of a state university. "Cohesion Level Evaluation Scale" was used as data collection tool. Within the scope of the research, it was determined that the pre-service teachers used the conjunction item the most, followed by the reference item, the lexical cohesion item, the elliptical item and the substitution item, respectively. It has been concluded that the use of elliptical expression element is used very little and the usage is insufficient. It is noteworthy that the use of the replacement element is negligible. Using cohesion tools in copywriting is important for creating coherent text. Writing education should be shaped with this situation in mind.

Keywords: Cohesion, Text Linguistics, Written Expression.

Received: 19.08.2022

Accepted: 07.10.2022

Suggested Citation:

Kayadibi, N. (2022). Levels of Pre-service Teachers' Use of Cohesion Elements in their Written Expressions, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1437-1450.

GİRİŞ

Yazma belirli bir konu üzerinde var olan bilgileri ve deneyimleri planlamak, sınıflandırmak ve düzenlemek gibi düşünceyi yansıtan çok yönlü bir faaliyettir. Yazının tam olarak anlaşılması için uygun bir üslup ve dil kullanılması önemlidir.

Herhangi bir durum bağlamında işlevsel olan herhangi bir dil parçası bir metin oluşturur. Bir metnin uzun ya da kısa sözlü ya da yazılı mutlaka birtakım unsurları içermesi gerekir. Bu unsurlar metinsellik ölçütleri olarak Beaugrande ve Dressler (1981) tarafından yedi kategori olarak belirlenmiştir. Bunlar; “bağdaşıklık, tutarlılık, amaçlılık, kabul edilebilirlik, bilgisellik, durumsallık, metinlerarasılık”tır. Özellikle bağdaşıklık ve tutarlılık metinde en çok irdelenen unsurlardır.

Bir metinde onu bir bütün yapan hem açık hem de örtük bağlantılar vardır. Bu bağlantılar bağdaşıklık ve tutarlılık olarak ikiye ayrılır; burada bağdaşıklık açık bağlantılara, tutarlılık ise örtük bağlantılara atıfta bulunur. Bağdaşıklık, bir metindeki cümleleri birbirine bağlayan açık dilsel aygıtları ifade eder (Watson Todd, Khongput ve Darasawang, 2007).

Bağdaşıklık kavramı semantik bir kavramdır, metin içinde var olan ve onu bir metin olarak tanımlayan anlam ilişkilerini ifade eder. Bağdaşıklık, söylemdeki bazı öğelerin yorumlanmasının bir diğer öğeye bağlı olduğu durumlarda ortaya çıkar. Biri diğerini önceden varsayar, çünkü ona başvurmadan etkin bir şekilde kodu çözülemez. Bu gerçekleştiğinde, bağdaşıklık ilişkisi kurulur ve bu iki unsur potansiyel olarak bir metinde bütünleşir (Halliday ve Hasan, 1976: 4).

Genellikle herhangi bir metinde, ilk cümle hariç bir önceki cümleyle bir tür uyum söz konusudur. Her cümle en az bir ardışık bağ içerir. Metin boyunca bağlantının devam etmesi için tekrarlar yapılır, kelimelerin eş anlamlıları yazılır, kelime yerine zamir kullanılabilir, tekrara düşmemek için eksilti yapılabilir, bağlaç kullanılabilir. Halliday ve Hasan (1976) bu bağlantılardan yola çıkarak bağdaşıklık unsurlarını “gönderim, eksilteli anlatım, değiştirim, bağlama öğeleri, sözcüksel bağdaşıklık” olarak belirlemiştir.

Bağdaşıklık bir metinde aktarılan kelimelerin, bileşenlerin ve fikirlerin belirli dil, söylem ve dünya görüşü seviyelerinde nasıl bağlantılı olduğunu temsil eder. Tüm sembolik ve anlamsal sistemlerde olduğu gibi, bu tür unsurlar belirlenmiş bir sosyokültürel bağlamda (yani hedeflenen dil ve kültürel topluluk) yorumlanır (McNamara, Louwse ve Graesser, 2002).

Bağdaşıklığın anlama üzerindeki etkisi, okuyucunun bilgisine ve okuma becerisine bağlıdır (Crossley ve McNamara, 2010). Metinsel bağdaşıklık gibi metin analizi teorilerini, okuyucuyu hesaba katan, hem okuma hem de yazmayı etkileşimli süreçler olarak gören daha geniş, daha güçlü teorilerle değiştirmek gerekir (Carrell, 1982). Bu doğrultuda metin analizine yaklaşmak daha sağlıklı sonuç ve uygulamalara yönlendirecektir.

Bağdaşıklık yazma kalitesini tanımlamak için önemli bir ölçü olarak görülebilir ancak tek başına yeterli değildir. Sadece bağdaşıklığı değil, aynı zamanda metnin tutarlılığını da dikkate almak gerekir. Tutarlılık, anlamsal bir ilişkiye dayanırken, bağdaşıklık sözcüksel ve dil bilimsel anlamlar arası ilişkiler tarafından belirlenir. Bağdaşıklık, tutarlılığın temelini oluşturur.

Metin yazarken ya da oluştururken metindeki özellikle bağdaşıklık unsurlarını dengeli ve doğru şekilde kullanmak önem arz etmektedir. İlköğretimden yüksek öğretime kadar öğrencilerin yazılı anlatımlarına yönelik daha çok şekilsel değerlendirmelerin yapıldığı gözlemlenirken metnin uyumu, anlam örtüşmesi bakımından yönlendirmelerin daha az olduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmada öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında bağdaşıklık unsurlarını kullanma düzeylerini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın alt problemleri şunlardır:

- 1- Öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında bağdaşıklık unsurlarını kullanma düzeyleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
- 2- Öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında bağdaşıklık unsurlarını kullanma düzeyleri eğitim aldıkları bölüme göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Öğretmen adaylarının yazılı metinlerinin incelendiği çalışmada nitel yöntem kullanılmıştır. Nitel yöntemler derin ve ayrıntılı konularda çalışmaya imkân vermektedir. Analizlerde önceden belirlenmiş kategorilerin bir sınırlandırması olmaksızın gerçekleştirilen bir alan çalışması nitel araştırmanın derinliğini, açıklığını ve detaycılığını desteklemektedir (Patton, 2014: 14). Veriler doküman incelemesi yöntemiyle toplanmıştır. Doküman inceleme hem basılı hem de elektronik (bilgisayar tabanlı ve İnternet üzerinden iletilen) materyalleri gözden geçirmek veya değerlendirmek için kullanılan sistematik bir yöntemdir. Nitel araştırmalardaki diğer analitik yöntemler gibi doküman analizi de anlamı ortaya çıkarmak, anlayış kazanmak ve ampirik bilgiyi geliştirmek için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektirir (Bowen, 2009:27).

Araştırmanın Çalışma Grubu

Çalışma grubunu bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesi 1. sınıflarında öğrenim gören 69 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilerin bir kısmı sayısal alanla ilgili bir bölümden bir kısmı da sözel alanla ilgili bir bölümden seçilmiştir. Çalışmada kolay ulaşılabilir örneklem yöntemi kullanılmıştır. Ortaöğretim sonrası durum tespiti yapmak için özellikle 1. sınıflar tercih edilmiştir.

Öğretmen adaylarının cinsiyet ve eğitim aldıkları bölüm değişkenine göre dağılımları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Çalışma Grubunu Oluşturan Öğretmen Adaylarının Cinsiyet ve Bölüm Değişkenine Göre Dağılımları

Değişken	Cinsiyet/Program	N	%
Cinsiyet	Kadın	53	77
	Erkek	16	23
Öğrenim Görülen Program	Türkçe Öğretmenliği	33	48
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	52

Tablo 1’de görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğretmen adaylarının %77’si (53) kadın, %23’ü (16) erkektir; %48’i (33) Türkçe Öğretmenliği Programında, %52’si (36) Fen Bilgisi Öğretmenliği Programında öğrenim görmektedir. Katılımcıların çoğunluğunu kadın öğretmen adayları oluştururken, bölüm bazında eşit bir dağılımın olduğu görülmektedir.

Kırıkkale Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nda 22.04.2022/04 tarihli/oturum numaralı kararla araştırmmanın etik ilkelere uygun olduğuna karar verilmiştir.

Veri Toplama Süreci

Araştırmada öncelikle sınıf seviyesi belirlenmiş ve alan uzmanlarının görüşleri alınarak "Türkçe, çevre, gelecek" kavramları seçilmiştir. Öğretmen adaylarına yönerge sunulmuştur. Belirlenen kavramlardan birini seçerek bu konu ile ilgili bir serbest türde bir metin yazmaları istenmiştir. Öğretmen adaylarına bir ders saati kadar süre verilmiştir.

Coşkun (2005) tarafından geliştirilen Bağdaşıklık Düzeyi Değerlendirme Ölçeği, Dolunay ve Manti (2018) tarafından ufak değişikliklerle güncellenmiştir. Veri toplama aracı olarak son güncel ölçek (Dolunay ve Manti, 2018) kullanılmıştır. Ölçeğe göre her metin incelenmiş ve ayrı ayrı yorumlanmıştır. Öğretmen adaylarının bağdaşıklık kullanma düzeyleri, bağdaşıklık araçlarını kullanım sıklıklarına bakılarak değerlendirilmiştir.

Ölçeğin "gönderim, eksilteli anlatım, değiştirim, bağlama ögeleri, sözcüksel bağdaşıklık, metinde kullanılan toplam kelime sayısı" olmak üzere 6 alt boyutu bulunmaktadır. Ayrıca Gönderim "Zamirler (Şahıs Zamirleri, Dönüşlülük Zamiri, İşaret Zamirleri, İlgi Zamiri), İşret Sıfatları, Karşılaştırma"; Eksilteli Anlatım "Cümlelerin Düşürülmesi, Ortak Ögelerin Düşürülmesi, Eklerin Düşürülmesi"; Değiştirim "İsme Dayalı Değiştirim, Fiile Dayalı Değiştirim, Cümleye Dayalı Değiştirim"; Bağlama Ögeleri "Ekleyici, Ayırt Edici, Zıtlık Bildiren, Zaman Bildiren, Sıralama Bildiren, Koşul Bildiren, Açıklama Bildiren, Örnekleme Bildiren, Varsayım Bildiren, Sebep + Sonuç İlişkisi Kuran"; Sözcüksel Bağdaşıklık "Aynı Kavram Alanından Kelime Kullanma, Tekrar, Kelime Seçimi" alt başlıklarından oluşmaktadır.

Verilerin Analizi

Öğretmen adaylarının ölçeğe göre almış oldukları puanlar SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilere betimsel istatistik uygulanmış ve toplam ortalama alınmış, standart sapma belirlenmiştir. Ayrıca ölçekteki her bir madde için yüzde ve frekans hesaplanmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde, araştırmaya katılan öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında bağdaşıklık unsurlarını kullanma durumları cinsiyet ve öğrenim görülen program değişkenlerine göre tablolar hâlinde sunulmuştur. Tablo 2'de öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında gönderim ögelerini kullanma durumlarının cinsiyete göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 2'de yer alan ortalama değerler incelendiğinde araştırmaya katılan kadın ve erkek öğretmen adaylarının gönderim ögelerinden en çok işaret sıfatlarını kullandıkları görülmektedir. İlgi zamirini kadın öğretmen adaylarının hiç kullanmadıkları, erkek öğretmen adaylarının ise yok denilebilecek kadar az sayıda kullandıkları belirlenmiştir. Dönüşlülük zamiri, işaret zamirleri ve karşılaştırma ögelerinin kullanım ortalamaları birbirine oldukça yakındır. Gönderim ögelerinin genel kullanım ortalaması değerlerine göre kadın öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında gönderim ögelerine erkek öğretmen adaylarından daha fazla yer verdiği belirtilebilir. Ancak grup ortalamaları birbirine oldukça yakın olmakla birlikte standart sapma değerlerine göre erkek öğretmen adaylarının daha homojen bir grup olduğu söylenebilir.

Tablo 2. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Gönderim Ögelerini Kullanma Durumlarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Gönderim Ögesi	Cinsiyet	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
Şahıs Zamirleri	Kadın	53	86	1,62	2,04
	Erkek	16	17	1,06	1,38
Dönüşlülük Zamiri	Kadın	53	41	,77	1,10
	Erkek	16	8	,50	1,09
İşaret Zamirleri	Kadın	53	57	1,07	1,46
	Erkek	16	13	,81	1,51
İlgi Zamiri	Kadın	53	0	,00	,00
	Erkek	16	3	,18	,75
İşaret Sıfatları	Kadın	53	112	2,11	2,15
	Erkek	16	27	1,68	1,77
Karşılaştırma	Kadın	53	64	1,20	1,52
	Erkek	16	21	1,31	1,57
Gönderim Ögeleri Genel	Kadın	53	360	6,79	5,05
	Erkek	16	89	5,56	4,42

Tablo 3. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Gönderim Ögelerini Kullanma Durumlarının Öğrenim Gördükleri Programa Göre Dağılımı

Gönderim Ögesi	Öğrenim Görülen Program	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
Şahıs Zamirleri	Türkçe Öğretmenliği	33	42	1,27	1,85
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	61	1,69	1,96
Dönüşlülük Zamiri	Türkçe Öğretmenliği	33	17	,51	1,12
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	32	,88	1,06
İşaret Zamirleri	Türkçe Öğretmenliği	33	33	1,00	1,65
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	37	1,02	1,29
İlgi Zamiri	Türkçe Öğretmenliği	33	3	,09	,52
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	0	,00	,00
İşaret Sıfatları	Türkçe Öğretmenliği	33	68	2,06	2,35
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	71	1,97	1,79
Karşılaştırma	Türkçe Öğretmenliği	33	30	,90	,97
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	55	1,52	1,85
Gönderim Ögeleri Genel	Türkçe Öğretmenliği	33	193	5,84	5,30
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	256	7,11	4,50

Araştırma kapsamında yer alan öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında gönderim ögelerini kullanma durumlarının öğrenim gördükleri programa göre dağılımı Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3'e göre Türkçe öğretmenliği ve fen bilgisi öğretmenliği programlarında öğrenim gören öğretmen adayları yazılı anlatımlarında gönderim ögelerinden en çok işaret sıfatlarına yer vermektedirler. Fen bilgisi öğretmenliği programında öğrenim gören öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında; şahıs zamirleri, dönüşlülük zamiri, işaret zamirleri ve karşılaştırma ögelerine Türkçe öğretmenliği programında öğrenim gören öğretmen adaylarından daha fazla yer verdiği belirlenmiştir. Bu durum, gönderim ögelerinin genel kullanım ortalamalarına da yansımış ve Fen bilgisi öğretmeni adaylarının gönderim ögelerini Türkçe öğretmeni adaylarından daha fazla kullandıkları tespit edilmiştir. Gönderim ögeleri kullanımına yönelik genel değerlerin standart sapması, fen bilgisi öğretmeni adaylarının Türkçe öğretmeni adaylarına göre daha homojen bir yapıda olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte ilgi zamiri ögesini fen bilgisi öğretmeni adaylarının hiç kullanmadıkları, Türkçe öğretmeni adaylarının ise oldukça az sayıda kullandıkları görülmüştür.

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında eksilteli anlatım ögelerini kullanma durumlarının cinsiyete göre dağılımı Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Eksilteli Anlatım Ögelerini Kullanma Durumlarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Eksilteli Anlatım Ögesi	Cinsiyet	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
Cümlelerin Düşürülmesi	Kadın	53	0	,00	,00
	Erkek	16	1	,06	,25
Ortak Ögelerin Düşürülmesi	Kadın	53	79	1,49	2,13
	Erkek	16	23	1,43	2,06
Eklerin Düşürülmesi	Kadın	53	24	,45	1,10
	Erkek	16	9	,56	,89
Eksilteli Anlatım Ögeleri Genel	Kadın	53	103	1,94	2,60
	Erkek	16	33	2,06	2,46

Tablo 4 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın ve erkek öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında eksilteli anlatım ögelerinden en çok ortak ögelerin düşürülmesine yer verdikleri görülmektedir. Ancak cümlelerin düşürülmesi ögesinde erkek öğretmen adaylarının kullanım sayısının 1, kadın öğretmen adaylarının kullanım sayısının 0 olduğu dikkate alındığında bu ögeye hiç yer vermedikleri söylenebilir. Eklerin düşürülmesi ögesinde de ortalama kullanımın oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Kadın ve erkek öğretmen adaylarının eksilteli anlatım ögelerinin kullanımına yönelik genel ortalama puanlarının birbirine oldukça yakın olduğu ve puanların oldukça düşük olduğu dikkat çekmektedir.

Katılımcıların yazılı anlatımlarında eksilteli anlatım ögelerini kullanma durumlarının öğrenim gördükleri programa göre dağılımı Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5'te yer alan analiz sonuçları, yazılı anlatımda eksilteli anlatım ögelerini kullanma durumu bakımından fen bilgisi öğretmeni adaylarının Türkçe öğretmeni adaylarından daha iyi durumda olduğunu göstermektedir. Cümlelerin düşürülmesi ögesine her iki grubunda neredeyse hiç yer vermediği; ortak ögelerin düşürülmesi, eklerin düşürülmesi ve eksilteli anlatım ögelerinin

kullanımına yönelik genel ortalama puanlarda fen bilgisi öğretmeni adaylarının daha yüksek değerler aldığı belirlenmiştir. Ancak her iki programda öğrenim gören öğretmen adaylarında yazılı anlatımlarında eksiltili anlatıma oldukça az yer verdikleri; standart sapma değerlerine göre yazılı anlatımda eksiltili anlatım öğelerini kullanma bakımından Türkçe öğretmeni adaylarının daha homojen bir yapı sergilediği söylenebilir.

Tablo 5. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Eksiltili Anlatım Öğelerini Kullanma Durumlarının Öğrenim Gördükleri Programa Göre Dağılımı

Eksiltili Anlatım Ögesi	Öğrenim Görülen Program	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
Cümlelerin Düşürülmesi	Türkçe Öğretmenliği	33	0	,00	,00
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	1	,02	,16
Ortak Öğelerin Düşürülmesi	Türkçe Öğretmenliği	33	17	,51	,61
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	85	2,36	2,56
Eklerin Düşürülmesi	Türkçe Öğretmenliği	33	8	,24	,43
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	25	,69	1,36
Eksiltili Anlatım Ögeleri Genel	Türkçe Öğretmenliği	33	25	,75	,79
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	111	3,08	3,07

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında değiştirim öğelerini kullanma durumlarının cinsiyete göre dağılımına yönelik bulgular Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Değiştirim Öğelerini Kullanma Durumlarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Değiştirim Ögesi	Cinsiyet	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
İsme Dayalı Değiştirim	Kadın	53	10	,18	,48
	Erkek	16	1	,06	,25
Fiile Dayalı Değiştirim	Kadın	53	5	,09	,29
	Erkek	16	1	,06	,25
Cümleye Dayalı Değiştirim	Kadın	53	5	,09	,35
	Erkek	16	1	,06	,25
Değiştirim Öğeleri Genel	Kadın	53	20	,37	,68
	Erkek	16	3	,18	,40

Tablo 6'ya göre kadın öğretmen adayları isme, fiile ve cümleye dayalı değiştirim öğelerini erkek öğretmen adaylarından daha fazla kullanmaktadırlar. Her üç öğede de erkek öğretmen adaylarından sadece 1 adet kullanım olduğu dikkate alındığında erkek öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında değiştirim öğelerine neredeyse hiç yer vermedikleri ifade edilebilir. Ancak

değiştirim ögelerinin kullanımına yönelik genel ortalama puanlar dikkate alındığından hem kadın hem de erkek öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında değiştirim ögelerine oldukça az yer verdikleri söylenebilir.

Öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında değiştirim ögelerini kullanma durumlarının öğrenim gördükleri programa göre dağılımına yönelik bulgular Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Değiştirim Ögelerini Kullanma Durumlarının Öğrenim Gördükleri Programa Göre Dağılımı

Değiştirim Ögesi	Öğrenim Görülen Program	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
İsme Dayalı Değiştirim	Türkçe Öğretmenliği	33	7	,21	,48
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	4	,11	,39
Fiile Dayalı Değiştirim	Türkçe Öğretmenliği	33	3	,09	,29
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	3	,08	,28
Cümleye Dayalı Değiştirim	Türkçe Öğretmenliği	33	4	,12	,41
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	2	,05	,23
Değiştirim Ögeleri Genel	Türkçe Öğretmenliği	33	14	,42	,70
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	9	,25	,55

Tablo 7 incelendiğinde Türkçe öğretmeni adaylarının yazılı anlatımlarında değiştirim ögelerine fen bilgisi öğretmeni adaylarından daha fazla yer verdikleri görülmektedir. Ancak ortalama puanlar dikkate alındığında her iki grubun da yazılı anlatımlarında değiştirim ögelerini çok az kullandıkları ifade edilebilir.

Öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında bağlama ögelerini kullanma durumlarının cinsiyete göre dağılımına yönelik bulgular Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Bağlama Ögelerini Kullanma Durumlarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Bağlama Ögesi	Cinsiyet	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
Ekleyici	Kadın	53	172	3,24	3,07
	Erkek	16	37	2,31	2,08
Ayırt Edici	Kadın	53	31	,58	,81
	Erkek	16	5	,31	,60
Zıtlık Bildiren	Kadın	53	53	1,00	1,07
	Erkek	16	11	,68	,79
Zaman Bildiren	Kadın	53	49	,92	1,51
	Erkek	16	8	,50	,81
Sıralama Bildiren	Kadın	53	15	,28	,79
	Erkek	16	4	,25	,57
Koşul Bildiren	Kadın	53	24	,45	,82
	Erkek	16	10	,62	,88
Açıklama Bildiren	Kadın	53	32	,60	1,02
	Erkek	16	12	,75	1,12
Örnekleme Bildiren	Kadın	53	43	,81	,98
	Erkek	16	8	,50	,63
Varsayım Bildiren	Kadın	53	9	,16	,42
	Erkek	16	3	,18	,75
Sebeup-Sonuç İlişkisi Kuran	Kadın	53	46	,86	1,17
	Erkek	16	13	,81	1,10
Bağlama Ögeleri Genel	Kadın	53	474	8,94	4,47
	Erkek	16	111	6,93	4,10

Tablo 8’de yer alan analiz sonuçları kadın öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında ekleyici, ayırt edici, zıtlık bildiren, zaman bildiren, sıralama bildiren, örnekleme bildiren, varsayım bildiren, sebep-sonuç ilişkisi kuran bağlama ögelerini erkek öğretmen adaylarından daha fazla kullandıklarını göstermektedir. Erkek öğretmen adayları ise yazılı anlatımlarında koşul ve açıklama bildiren bağlama ögelerine kadın öğretmen adaylarından daha fazla yer vermektedir. Bağlama ögelerinin kullanımına yönelik genel ortalama puanları kadın öğretmen adaylarının erkek öğretmen adaylarından daha iyi durumda olduğunu göstermektedir. Ayrıca standart sapma değerlerine göre her iki grubun da benzer yapıda olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamında yer alan öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında bağlama ögelerini kullanma durumlarının öğrenim gördükleri programa göre dağılımı Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9 incelendiğinde Türkçe öğretmeni adaylarının yazılı anlatımlarında zıtlık bildiren, koşul bildiren, açıklama bildiren ve sebep-sonuç ilişkisi kuran bağlama ögelerine fen bilgisi öğretmeni adaylarından daha fazla yer verdikleri; diğer bağlama ögelerini ise fen bilgisi öğretmeni adaylarının daha fazla kullandıkları görülmektedir. Yazılı anlatımda bağlama ögelerini kullanma durumuna yönelik genel ortalama puanlara göre fen bilgisi öğretmeni adaylarının daha iyi durumda olduğu ve standart sapma değerlerine göre de her iki grubun benzer özellikler gösterdiği söylenebilir.

Tablo 9. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Bağlama Ögelerini Kullanma Durumlarının Öğrenim Gördükleri Programa Göre Dağılımı

Bağlama Ögesi	Öğrenim Görülen Program	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
Ekleyici	Türkçe Öğretmenliği	33	93	2,81	2,61
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	116	3,22	3,14
Ayırt Edici	Türkçe Öğretmenliği	33	9	,27	,57
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	27	,75	,87
Zıtlık Bildiren	Türkçe Öğretmenliği	33	33	1,00	1,14
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	31	,86	,89
Zaman Bildiren	Türkçe Öğretmenliği	33	10	,30	1,10
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	47	1,30	1,47
Sıralama Bildiren	Türkçe Öğretmenliği	33	7	,21	,48
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	12	,33	,92
Koşul Bildiren	Türkçe Öğretmenliği	33	27	,81	1,04
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	7	,19	,40
Açıklama Bildiren	Türkçe Öğretmenliği	33	26	,78	1,31
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	18	,50	,69
Örnekleme Bildiren	Türkçe Öğretmenliği	33	21	,63	,92
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	30	,83	,91
Varsayım Bildiren	Türkçe Öğretmenliği	33	2	,06	,24
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	10	,27	,65
Sebep-Sonuç İlişkisi Kuran	Türkçe Öğretmenliği	33	29	,87	,99
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	30	,83	1,29
Bağlama Ögeleri Genel	Türkçe Öğretmenliği	33	257	7,78	4,69
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	328	9,11	4,17

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında sözcüksel bağdaşıklık ögelerini kullanma durumlarının cinsiyete göre dağılımına yönelik bulgular Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Sözcüksel Bağdaşıklık Ögelerini Kullanma Durumlarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Sözcüksel Bağdaşıklık Ögesi	Cinsiyet	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
Aynı Kavram Alanından Kelime Kullanma	Kadın	53	61	1,15	1,90
	Erkek	16	14	,87	1,14
Tekrar	Kadın	53	84	1,58	2,31
	Erkek	16	22	1,37	1,31
Kelime Seçimi	Kadın	53	5	,09	,29
	Erkek	16	3	,18	,40
Sözcüksel Bağdaşıklık Ögeleri Genel	Kadın	53	150	2,83	3,44
	Erkek	16	39	2,43	1,82

Tablo 10'a bakıldığında yazılı anlatımları incelenen kadın öğretmen adaylarının aynı kavram alanından kelime kullanma, tekrar ögelerini erkek öğretmen adaylarına kıyasla daha çok kullandıkları görülmektedir. Kelime seçimi ögesi ise erkek katılımcılardan daha çok olmakla birlikte arada fark yoktur. Sözcüksel bağdaşıklık ögelerinin genel dağılımına bakıldığında da önemli bir farkla kadın öğretmen adaylarının daha çok kullandıkları belirlenmiştir.

Öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında sözcüksel bağdaşıklık ögelerini kullanma durumlarının öğrenim gördükleri programa göre dağılımına yönelik bulgular Tablo 11'de sunulmuştur.

Tablo 11. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Sözcüksel Bağdaşıklık Ögelerini Kullanma Durumlarının Öğrenim Gördükleri Programa Göre Dağılımı

Sözcüksel Bağdaşıklık Ögesi	Öğrenim Görülen Program	N	Kelime Kullanımı		
			Kullanım Sayısı	\bar{X}	S
Aynı Kavram Alanından Kelime Kullanma	Türkçe Öğretmenliği	33	23	,69	,98
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	52	1,44	2,19
Tekrar	Türkçe Öğretmenliği	33	34	1,03	1,07
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	72	2,00	2,68
Kelime Seçimi	Türkçe Öğretmenliği	33	7	,21	,41
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	1	,03	,16
Sözcüksel Bağdaşıklık Ögeleri Genel	Türkçe Öğretmenliği	33	64	1,94	1,81
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	125	3,47	3,85

Tablo 11'de yer alan analiz sonuçlarına göre fen bilgisi öğretmenliği programında öğrenim gören öğretmen adaylarının aynı kavram alanından kelime kullanma ve tekrar ögelerini Türkçe öğretmenliği programında öğrenim gören öğretmen adaylarından daha fazla kullandığı anlaşılmaktadır. Kelime seçimi ögesi ise fen bilgisi öğretmen adayları tarafından 1 kez, Türkçe öğretmeni adayları tarafından 7 kez kullanılmıştır. Bu öge kullanımı çok azdır. Genel ortalamaya bakıldığında sözcüksel bağdaşıklık ögelerini fen bilgisi öğretmen adaylarının daha fazla kullandıkları söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında kullandıkları toplam kelime sayısının cinsiyete ve öğrenim gördükleri programa göre dağılımına yönelik bulgular Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Kullandıkları Toplam Kelime Sayısının Cinsiyete ve Öğrenim Gördükleri Programa Göre Dağılımı

Değişken	Cinsiyet/Program	N	En Düşük	En Yüksek	\bar{X}	S
Cinsiyet	Kadın	53	68	273	133,26	43,18
	Erkek	16	74	227	119,18	32,72
Öğrenim Görülen Program	Türkçe Öğretmenliği	33	78	273	141,66	50,01
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	36	68	179	119,30	27,67

Tablo 12 incelendiğinde araştırmaya katılan kadın öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında erkek öğretmen adaylarına kıyasla daha çok kelime kullandıkları anlaşılmaktadır. En düşük ve en yüksek değerler arasında da fark olduğu görülmektedir. Öğrenim görülen program açısından değerlendirildiğinde Türkçe öğretmeni adaylarının fen bilgisi öğretmen adaylarına kıyasla daha uzun metin yazdıkları belirlenmiştir. Türkçe öğretmeni adayları arasında en düşük ve en yüksek değerler arasında çok fark bulunmaktadır. Fen bilgisi öğretmen adaylarının en düşük ve en yüksek değer aralığı Türkçe öğretmen adaylarına nispeten daha yakındır.

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında kullandıkları bağdaşıklık öğelerinin dağılımına yönelik bulgular Tablo 13’te verilmiştir.

Tablo 13. Öğretmen Adaylarının Yazılı Anlatımlarında Bağdaşıklık Unsurlarının Kullanım Durumlarına Göre Dağılımı

Bağdaşıklık Aracı	Kullanım Sıklığı
Gönderim	449
Eksilteli anlatım	136
Değiştirim	23
Bağlama ögesi	585
Sözcüksel Bağdaşıklık	189
Toplam	1382

Tablo 13 incelendiğinde öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında en çok bağlama ögesi kullandıkları, en az ise değiştirim ögesine başvurdıkları anlaşılmaktadır.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında bağdaşıklık unsurlarını kullanma durumları cinsiyet ve öğrenim görülen program değişkenlerine göre incelenmiştir. Şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Araştırma kapsamında öğretmen adaylarının en çok bağlama ögesi kullandıkları, daha sonra sırasıyla gönderim ögesi, sözcüksel bağdaşıklık ögesi, eksilteli anlatım ögesi ve değiştirim ögesi kullandıkları belirlenmiştir. Değiştirim ögesi kullanımının çok düşük olduğu anlaşılmaktadır. Keklik ve Yılmaz’ın (2013) 11.sınıf öğrencilerinin bağdaşıklık kullanımını inceledikleri çalışmada ilk sırada bağlama öğelerini, ikinci sırada gönderimi kullandıklarını belirlemişlerdir. Bu durum

çalışmamızın sonucu ile benzerlik göstermektedir. Özellikle bağlaç kullanımı yapılan çalışmalarda en sık kullanılan bağdaşıklık ögelerinden biri olarak dikkat çekmektedir (Coşkun, 2005; Karadeniz, 2017, Dolunay ve Manti, 2018). Değiştirim ögesi kullanımı ile ilgili, yapılan diğer çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır, öğrencilerin en az başvurduğu bağdaşıklık aracı olduğu anlaşılmaktadır (Coşkun, 2005; Dolunay ve Manti, 2018; Irmak, 2019).

Gönderim ögesi kullanımı kadın öğretmen adayları tarafından erkek öğretmen adaylarına kıyasla daha çok kullanılmaktadır. En çok işaret sıfatlarına başvurulmuştur. Gönderim ögelerinin genel kullanım ortalamaları dikkate alındığında fen bilgisi öğretmeni adaylarının gönderim ögelerini Türkçe öğretmeni adaylarından daha fazla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Her iki bölüm öğrencileri de en çok işaret sıfatını kullanmayı tercih etmişlerdir.

Eksilteli anlatım ögesi kullanımının oldukça az kullanıldığı, kullanımın yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadın öğretmen adayları da eksilteli anlatım ögelerini çok az kullanmışlardır. Yazılı anlatımda eksilteli anlatım ögelerini kullanma durumu bakımından fen bilgisi öğretmeni adaylarının Türkçe öğretmeni adaylarından daha iyi durumda olduğunu göstermektedir.

Değiştirim ögesi kullanımının yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Kadın öğretmen adayları nispeten erkek öğretmen adaylarına göre daha fazla kullanmıştır. Türkçe öğretmeni adaylarının yazılı anlatımlarında değiştirim ögelerine fen bilgisi öğretmeni adaylarından daha fazla yer verdikleri görülmektedir. Ancak ortalama puanlar dikkate alındığında her iki grubun da yazılı anlatımlarında değiştirim ögelerini çok az kullandıkları anlaşılmaktadır. Irmak'ın (2019) Türkçe öğretmeni adaylarıyla yapmış olduğu çalışmada da benzer şekilde değiştirim ögesinin çok az kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum çalışmamızı destekler niteliktedir.

Araştırma kapsamında bağlama ögelerinin en çok başvurulan bağdaşıklık aracı olduğu belirlenmiştir. Bağlama ögelerinin kullanımına yönelik kadın öğretmen adaylarının erkek öğretmen adaylarından daha iyi durumda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel ortalama açısından bağlama ögesi kullanımında fen bilgisi öğretmenlerinin daha iyi olduğu söylenebilir. Türkçe öğretmeni adaylarının yazılı anlatımlarında zıtlık bildiren, koşul bildiren, açıklama bildiren ve sebep-sonuç ilişkisi kuran bağlama ögelerine fen bilgisi öğretmeni adaylarından daha fazla yer verdikleri; diğer bağlama ögelerini ise fen bilgisi öğretmeni adaylarının daha fazla kullandıkları görülmektedir. Karatay (2010) öğretmen adaylarıyla yapmış olduğu benzer bir çalışmada bağlama ögelerinden özellikle zaman-sıralama, karşılaştırma-zıtlık, örnekleme ve koşul bildiren bağlaçları yazılı anlatım metinlerinde doğru anlamda kullanabilme becerilerinin yeterli düzeyde gelişmediğini vurgulamıştır.

Sözcüksel bağdaşıklık ögelerini önemli bir farkla kadın öğretmen adaylarının daha çok kullandıkları belirlenmiştir. Fen bilgisi öğretmen adaylarının Türkçe öğretmeni adaylarından daha fazla kullandıkları tespit edilmiştir. Fakat bu bağdaşıklık aracını kullanım düzeyinin yeterli olmadığı söylenebilir. Connor, (1984) da öğrencilerle yapmış olduğu çalışmada sözcüksel bağdaşıklığın yeterli kullanıma sahip olmadığını belirlemiştir. Bu sonuçtan farklı olarak Bae (2001), Dolunay ve Manti (2018), Irmak (2019) yapmış oldukları çalışmalarda sözcüksel bağdaşıklığın en çok kullanılan bağdaşıklık aracı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya sonucunda kadın öğretmen adaylarının yazılı anlatımlarında erkek öğretmen adaylarına kıyasla daha fazla kelime kullandıkları anlaşılmaktadır. Türkçe öğretmeni adaylarının fen bilgisi öğretmen adaylarına kıyasla daha uzun metin yazdıkları söylenebilir.

KAYNAKÇA

Bae, J. (2001). Cohesion and coherence in children's written English: Immersion and English-only classes. *Issues in Applied Linguistics*, 12(1), 51-88.

- Beaugrande, R.de and Dressler, W. (1981). *Introduction to text linguistics*. London & New York: Longman.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. doi:10.3316/qrj0902027
- Carrell, P. L. (1982). Cohesion Is Not Coherence. *TESOL Quarterly*, 16(4), 479-488. doi:10.2307/3586466
- Connor, U. (1984). A study of cohesion and coherence in English as a second language students' writing. *Paper in Linguistics*, 17(3), 301–316. doi:10.1080/08351818409389208
- Coşkun, E. (2005). İlköğretim Öğrencilerinin Öyküleyici Anlatımlarında Bağdaşıklık, Tutarlılık ve Metin Elementleri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Crossley, S. and McNamara, D. (2010). Cohesion, Coherence, and Expert Evaluations of Writing Proficiency. *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society*, 32(32): 984- 989.
- Dolunay, S. K. ve Mantı, M. İ. (2018). Türkçe Öğrenen Mısırlı Öğrencilerin Yazılı Anlatım Çalışmalarında Bağdaşıklık: Kahire Örneği. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 6 (2), 386-419. DOI: 10.16916/aded.403108
- Halliday, M.A.K. and Hasan R. (1976). *Cohesion in English*. New York: Longman Group UK Limited.
- Irmak, E. (2019). Türkçe öğretmeni adaylarının yazılı anlatımlarında bağdaşıklık düzeyleri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Karadeniz, A. (2017). Cohesion and Coherence in Written Texts of Students of Faculty of Education. *Journal of Education and Training Studies*, 5 (2): 93-99.
- Karatay, H. (2010). Bağdaşıklık araçlarını kullanma düzeyi ile tutarlı metin yazma arasındaki ilişki. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), 373 – 385.
- Keklik, S. ve Yılmaz, Ö. (2013). 11. Sınıf Öğrencilerine Ait Öyküleyici Metinlerin Bağdaşıklık ve Tutarlılık Açısından İncelenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4): 139- 157.
- McNamara, D. S., Louwerse, M. M., and Graesser, A. C. (2002). Coh-Metrix: Automated cohesion and coherence scores to predict text readability and facilitate comprehension. Technical report, Institute for Intelligent Systems, University of Memphis, Memphis, TN.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (M. Bütün ve S. B. Demir, Çev.). Ankara: PegemA.
- Watson Todd, R., Khongput, S., and Darasawang, P. (2007). Coherence, cohesion and comments on students' academic essays. *Assessing Writing*, 12(1), 10–25. doi:10.1016/j.asw.2007.02.002



ARAŞTIRMA MAKALESİ

İnsan Kaynakları Yönetiminde Eğitim ve Geliştirmenin İş Tatminine Etkisi

Hatice AKSAN Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, e-mail: hatice.aksn34@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1705-8319>

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ARSLAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İstanbul, e-posta: harslan@ticaret.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0046-8132>

Öz

İnsan kaynakları yönetiminde eğitim ve geliştirmenin iş tatminine etkisini incelenmesi literatür taraması ile birlikte araştırmanın amacına yönelik olarak kamu sektöründe çalışan 20 yaş ve üstü bireylerde anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmanın amacına uygun bir şekilde veri toplama araçları, verilerin analizlerine yönelik ayrıntılı bilgiler sunulmuş, demografik bilgilerin bağımlı değişkenlerle olan ilişkisi de incelenmiştir. Anket uygulaması 69'u kadın, 84'ü erkek olmak üzere 153 kamu çalışanını kapsamaktadır. İstatistiksel analizine bakıldığında iş doyum düzeyinin bireylerin cinsiyetlerine, yaş gruplarına, medeni durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla Levene homojenlik testi dikkate alınarak raporlaştırılmıştır. İş tatmin seviyesinin, eğitim düzeyi, işteki geçim süresi ve ücret baremine göre de tek yönlü varyans analizi olan (ANOVA) tekniği, sosyo demografik bilgileri yansıtan kişisel bilgi formu, Minnesota İş Doyumu Ölçeği ve Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Ölçeği de kullanılmıştır. Eğitim, geliştirme uygulama toplam puanının genel doyumunu pozitif yönde anlamlı yorumlanmıştır. Bulguların toplam puanının genel doyum toplam varyansının %46' ını açıkladığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları Yönetimi, Eğitim ve Geliştirme, İş Tatmini.

Makale Gönderme Tarihi: 18.07.2022

Makale Kabul Tarihi: 03.10.2022

Önerilen Atıf:

Aksan, H. ve Arslan, H. (2022). İnsan Kaynakları Yönetiminde Eğitim ve Geliştirmenin İş Tatminine Etkisi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1451-1471.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(10): 1451-1471. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1109](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1109)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

The Effect of Training and Development in Human Resources Management on Job Satisfaction

Hatice AKSAN MSc. Student, İstanbul Ticaret University, Institute of Social Sciences, İstanbul, e-mail: hatice.aksn34@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1705-8319>

Assistant Prof. Dr. Hüseyin ARSLAN, İstanbul Ticaret University, Faculty of Management, İstanbul, e-mail: harslan@ticaret.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0046-8132>

Abstract

The aim of this study is to examine the effect of training and development on job satisfaction in human resources management. In this context, along with the literature review, a questionnaire was conducted in individuals aged 20 and over working in the public sector for the purpose of the research. Participants were provided with detailed information on data collection tools and data analysis in accordance with the purpose of the study. In addition, the interaction and relationship of demographic information with dependent variables were also examined. The survey includes 153 public employees, 69 of whom are women and 84 are men. The ages of the participants range from 20 to 50 years and older. When the statistical analysis of the data in the survey is examined, the Levene homogeneity test was reported by taking into account the Levene homogeneity test in order to determine whether the level of job satisfaction differs according to the gender, age groups and marital status of the individuals. In addition, the one-way analysis of variance (ANOVA) technique, which is a one-way analysis of job satisfaction level according to education level, living time at work and wage barem, personal information form reflecting socio-demographic information, Minnesota Job Satisfaction Scale and Training and Development Practices scale were also used. According to the findings, it is seen that the total score of training and development practice predicts the overall satisfaction in a positive way. It was determined that the total score of training development and implementation explained 46% of the overall satisfaction total variance.

Keywords: Human Resource Management, Training and Development, Job Satisfaction.

Received: 18.07.2022

Accepted: 03.10.2022

Suggested Citation:

Aksan, H. and Arslan, H. (2022). The Effect of Training and Development in Human Resources Management on Job Satisfaction, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1451-1471.

GİRİŞ

Günümüzde küreselleşmeyle alakalı yaşanan çok hızlı ilerlemeler akabinde ciddi rekabet şartlarını, hızlı ve farklı değişimleri beraberinde getirmektedir. İşletmelerin zorlu rekabet şartlarında ayakta durabilmesi güçlü bir şekilde ilerleyebilmesi, rekabet üstünlüğü sağlaması ve hedeflerine ulaşabilmesi için çok büyük oranda insan kaynağına bağlıdır. İnsan kaynağının önemle üstünde durulmasının ana sebebi, işletmelerin elindeki bütün kaynaklarının taklit edilmesine rağmen insan kaynağının taklit edilememesidir. Bunun yanında küreselleşen dünyada teknolojik, yapısal ve yönetsel ilerlemelere adapte olarak başarılı olmak lakin insana gereken değerin verilmesiyle sağlanabilmektedir. İş görenlerin kendilerine değer verildiğini anlamaları durumunda motivasyonlarında ciddi anlamda artış olduğu gözlemlenmektedir. Motivasyon, iş tatmini kısaca bireyin gereksinim hissetmesi neticesinde eyleme geçerek, ihtiyacını karşılaması sonucu tatmin olması hali olarak ifade edilir. Bir başka ifadeyle, içten gelen güdüyle davranışta bulunulmasıdır.

Yapılan araştırmalar sonucunda İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının iş görenlerin motivasyonlarında çok önemli bir yere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu uygulamalardan biri olan eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin çalışan motivasyonu üzerinde oldukça tesir ettiği gözlemlenmektedir. Eğitim ve geliştirme, çalışanların yeni durumlara kolay adapte olmalarını, karar verme ve aynı zamanda problemleri hızlı bir şekilde sorunsuz çözüme becerilerini arttırmalarına yönelik olan, devamlılık arz eden bir İnsan Kaynakları Yönetimi fonksiyonudur. Eğitim ve geliştirme faaliyetleri, çalışana verilen değerin bir yansıması olup, işletmelerin kişilere yaptıkları yatırımın önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Çalışanlar bakımından masrafları işletme tarafından karşılanan eğitim programlarına katılmak hem kendilerini farklı hissetmelerini hem de bilgi ve kabiliyetlerini geliştirmelerini sağlamaktadır. Böylece, sorumluluk aldıkları görevleri kendilerinde bir eksiklik hissetmeden çok daha motive olmuş bir şekilde uygulamaktadırlar.

Araştırmada belirli bir örneklem grubu vardır ve bu gruba sınırlıdır. Kişisel bilgilendirme formu. Minnesota iş doyumu ölçeği ve eğitim ve geliştirme uygulamaları ölçekleri kullanılmıştır. Alan araştırmasının örnek kümesini Kamu sektöründe 20 yaş ve üzeri 153 birey ile sınırlıdır.

Araştırma tanımlayıcı bir araştırmadır. Uygulama aşamasında anket yöntemi kullanılmakta olup, verilerin istatistiksel analizinde IBM SPSS 22.0 paket programı aracılığıyla analiz sonuçlarına ulaşılmıştır. Araştırmanın yalnızca Kamu Sektörü ile sınırlı olması araştırmanın en önemli kısıtıdır. Bu açıklamadan da ifade edildiği gibi neticelerin genellenebilirliğinin de sınırlı olduğunu ifade etmek mümkündür. Sonuç bölümünde, uygulamanın neticesindeki bulgular yorumlanmakta ve genel bir kaniye varılmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnsan Kaynakları Yönetiminde Eğitim ve Geliştirme

İnsan kaynakları yönetimi, yaşantımıza ilk katılan şirketler için stratejik bir kavramdır. Geleneksel tarzdan modern tarza yönelişte, insan kavramını ve insani değerleri baz alan, değişik araştırmacılar, yazarlar tarafından birbirine çok yakın ama farklı tanımlar yapılmıştır.

Ulaştırın (2014)' a göre insan kaynakları yönetimi gelişmeye açık, insan örgüt ve çevreyi bütünsel bir yaklaşımla ele alan, dinamik ve esnek bir anlayışı temsil etmektedir. Bunun yanında personel seçme aşamasının önemini de Kızıloğlu (2011) şöyle açıklamaktadır; bir işletmedeki insan kaynaklarının kalitesi, büyük oranda iş gören bulma sürecindeki başarıya bağlıdır. İş gören tespiti aşamasında kafi rakamda ve uygun özelliklere sahip adayın bulunamaması, birtakım boş

işlerin doldurulamamasına veya işin gerektirdiği özelliklere yeterli derecede sahip olmayan iş görenlerin işe alınmasına neden olabilir.

İşe uygun kalifiye adayların tespiti için önceden personel havuzları oluşturulabilir. Aynı şekilde personel havuzları iç veya dış kaynaklardan temin edilebilir. Personel havuzları devamlı güncel tutulmalı ve adaylar iyi analiz edilmelidir. Bu aşamada ise personel açığı oluşan pozisyonun gereklilikleri çok iyi belirlenmeli ve karşı tarafa doğru aktarılmalıdır. En önemli hususta adaylara doğru kanallardan ulaşılmasıdır. Gazete ilanlarından, sosyal medya ve kariyer sitelerine verilen personel bulma aşaması için doğru adaya hangi yollardan ulaşılabilceği iyi tespit edilmelidir.

İç kaynaklar ifadesi, firma içi hareketlilik anlamındadır. Firma boş bir pozisyon için uygun gördüğü elemanı, firma içinden seçebilir. Bu firma içi hareketlilik terfi ya da transfer şeklinde, yurt içi veya yurt dışı ofislerinde olabilmektedir. Dış kaynaklar ise firma dışında oluşturulan aday havuzlarıdır. Çok fazla adaya ulaşma olanağı sağlamaktadır. Aşamanın en önemli ögesinin değişen ve gelişen insan olduğunu göz önünde bulundurursak daha sonraki aşama olan mülakatların önemi daha iyi anlaşılabilir. Adayla samimi bir diyalog sağlandıktan sonra görüşmeci adayın özgeçmişini, kişiliğini ve başka özelliklerini öğrenmeye çalışır. Şüphesiz aday üstün pozitif yönlerini göstermeye negatif yönlerini ise gizlemeye çalışacaktır. Burada görüşmeciye çok önemli rol düşer. Adaya sorulacak zekice sorularla, onun her yönünü anlamaya çalışmalıdır. Görüşmeci hangi tarzı uygulayacağını bilinci içinde adaya, iş deneyimleri, eğitim durumu, katıldığı seminerler, kurslar, aldığı sertifikalar, ilgi alanları, aile yapısı, sağlık durumu vb. konularda sorular yöneltmelidir (Çevik, 2010: 55). Süreç dahilinde yapılan kişilik analiz testleri, iş bilgisi testleri ve buna benzer testler sözlü iletişim kadar çok önemlidir fakat esas nokta gerekli testler yapılmalı ve doğru analiz edilebilmelidir.

İnsan kaynakları yönetiminin esas gayesi; örgütsel hedefler doğrultusunda insan kaynağının verimli kullanılmasının ve insan kaynaklarının gereksinimlerinin karşılanıp mesleki açıdan ilerlemelerinin sağlanmasıdır. Bu bağlamda eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin iş gören verimliliği üzerindeki tesirine bakmak gerekir. Firmanın ne seviyede olursa olsun, işgörene yönelik yapılan eğitim ve geliştirme faaliyetleri verimlilik açısından değerlidir. "İşletmelerde eğitim ve geliştirme olayı, iş görenlerin sorun çözme, karar verme, yeni durumlara uyarlanma, işletme politikalarını ve işlemlerini anlama ve kavrama kabiliyetlerinin geliştirilmesi ile alakalı çalışmaları içerirken bilgi, görgü ve kabiliyetlerini arttıran eğitsel olayların bütünüdür. Bu olay, çalışanların bireysel ve mesleki gelişimlerini sağlamanın yanında, örgütsel etkinliğin arttırılmasına da katkıda bulunur. Başka bir ifadeyle, vasıflı çalışanlar oluşturma konusunda eğitim ve geliştirme faaliyetleri çok büyük önem arz etmektedir. Bundan dolayıdır ki işletmelerdeki insan faktörü kurumun başarısını veya başarısızlığını anında etki eden en önemli üretim faktörüdür.

İşe alımda insanları doğru tanımadan özelliklerini belirlemeden yapılan alımlar eksik yetersiz personel bulmayı beraberinde getirir bunun için ilk önce eğitime önem verilmelidir. İş görenlere uygun eğitim programları atanmazsa yeterli bilgi beceriler kazandırılmazsa işletmeye büyük oranda maddi ve manevi zarar olarak geri dönecek hatalı üretim maliyetlerde artışları getirecektir.

Çok hızlı ilerleyen teknolojinin yanında makineleşme ve otomasyon gibi gelişmeler eğitimin önemini bir kez daha karşımıza çıkarmaktadır. Bazı görevlere dair işler artarak, yeni bilgi ve beceri gerektirirken birtakım görevlerin de alanı daralmaktadır. Onun içindir ki insan kaynaklarının bir faaliyeti olan eğitim ve geliştirme kurumların rekabet dünyasında ayakta güçlü durabilmeleri insan kaynağının gelişimi ve ilerlemesi açısından önem arz etmektedir. İşletmeler çalışanların yeniliklere kolay adapte olmaları verimliliğini ve performansını yükseltmeleri için güncel eğitim faaliyetleri gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Eğitim değişim sürecidir.

Geliştirme; personelin şirkete başlayışı ve ayrılana kadar olan sürede performansının artırılması için idarece girişilen çabalardır. Bunun yanında çalışanda da kendini geliştirme isteğinin olması gerekmektedir yoksa şirket ilerleyemez güçlü bir şekilde ayakta durup rakip firmalara karşı rekabet edemez. İşe alınan her personel geliştirilmelidir. Bundan kasıt yaptığı işi daha iyi yapabilmesi, bilgisini ve becerisini daha üst seviyeye çıkarmaktır. Çalışan hata yaparak başkasını gözlemleyerek kendisini geliştirir fakat oluşacak zaman kaybı ve zarardan örgüt etkilenir. Bu sebeple işveren ve menfaatleri karşı karşıya gelmektedir.

İnsan kaynakları yönetimin verimli ve güçlü olabilmesi için yönetimin esasları olan, motivasyon, iletişim, liderlik, ücretler, eğitim ve geliştirme vb. faaliyetlerle kapasitesini uygun biçimde kullanmasına bağlıdır. İşletmenin temelinde kar elde etmek vardır. Eğitim ve geliştirmenin amacı örgütün esas amaçları olan kar ve verimliliği arttırmaktır. Buda yeni teknolojilerle mümkündür. Buda ürünün kalitesini ve niceliğini artırır. Eğitim ve geliştirme ile iş kazaları azaltılarak, araç-gereç bakımları daha iyi sağlanır. Eğitim faaliyetlerinin başka amaçları olarak; ekonomik, toplumsal ve bireysel olarak sıralanabilir. Ekonomik amaçlar kalitede artış, maliyetlerde azalma, zamandan tasarruf, iş kazalarında azalma, iş güvenliğinin sağlanması, Makine ile teçhizatın rasyonel kullanımı, Personel devir hızının düşmesi, devamsızlıklarda azalma ve hata oranlarında düşme şeklinde sıralanabilir. Toplumsal ve bireysel amaçlar ise; iş görenlerin örgütlerine olan bağlılıklarını arttırarak bütünleşmelerini sağlar, iş görenleri motive eder, iş görenler arası iş birliği ve dayanışmayı arttırır, iş görenlerin moral ve özgüven duygularını yükseltir, iş görenlerin bilgi ve kabiliyetlerini arttırarak yükselme imkanı sağlar, ücret seviyelerini yükseltir, örgütsel hedefler ile kişisel amaçları bütünleştirir, iş görenlerin yaratıcılıklarını geliştirir ve iş bilgisi ve deneyiminin artması neticesinde iş tatmini yükseltir.

Birçok işletmede eğitim maliyet unsuru zarar olarak görünse de eğitimin etkilerinin zamanla ortaya çıkması bu düşünceye sebep olabilir. Fakat eğitime harcanan para bir gider değil işletme için yatırım olarak değerlendirilebilir.

İş Tatmini

İş tatmini çalışanların gerçekleştirdikleri işin, denetim, ücret, çalışma koşulları, çalışanların kendilerini geliştirme olanakları, sosyal ilişkiler ve iş çevresi gibi çeşitli etkenlere dair pozitif hissetmenin bir neticesi olarak oluşan memnuniyet olarak düşünülebilir (Çetin ve Basım, 2011: 84). Bireyin işine yönelik tepki ya da duygularının tamamıdır. Bireyin işine karşı sergilediği genel tutumlardır. Bu tutumlar bazen olumlu veya olumsuz olabilir. Kişinin iş tecrübelerindeki ruh hali, çalışanın işine karşı duyduğu negatif tepkiler de iş tatminsizliği olarak tanımlanabilir (Erdoğan, 1999: 231). İş tatmini, organizasyon ve birey arasındaki oluşan iyi bir denge, uyum seviyesi ve algılamalardan doğar ve iş çevresindeki denetim tarzları, izlenen politika, iş grubu üyeliği, çalışma şartları, terfi olanakları gibi etkenlerden oluşmaktadır. Bir birey yüksek düzeyde tatmin olmuş ise olumlu tutum ve davranışlar gösterir, tatmin derecesi düşükse işine karşı tutum ve davranışları olumsuzdur (Price ve Muller, 1981: 545).

İş tatmininin önemi 1930' lu senelerde Hawthorne araştırmalarıyla anlaşılmıştır. Günümüzde birinci olarak; iş görenlerin işleri hakkındaki düşüncelerinin ve algılarının bilinmesi arzusudur. İkincisi ise; yöneticiler tarafından çalışanların işleri hakkındaki tutumlarının, performans, verimlilik, yaratıcılık gibi sonuçlara olan etkisinin bilinmesi isteğidir (Türk, 2007: 69). Şirketler çalışanın işe başlamasıyla yazılı olmayan psikolojik sözleşme de yapmış olurlar. Sadece ücrete önem verip psikolojik anlaşmaya önem vermezlerse çalışanlar işe olan bağlılıklarını dikkatlerini yitirmiş olurlar. Motive etmek çok önemlidir. İdareciler çalışanların duygularına da hitap etmek zorundadırlar. Onları gözlemleyerek iş tatminleri hakkında bilgi edinebilirler. Çalışanın

beklentisi olumlu yönde ise büyük bir haz duyar doğru orantılı iş tatmini gerçekleşir. İş tatmini veya doyumunu genel olarak çalışan kişilerin işlerinden hoşlanma durumlarını ifade eder (Price ve Muller, 1981: 545). İş tatmini özellikle hizmet sektöründe önemlidir. İş tatminini arttırarak kurumun başarısını yükseltir. İnsanın insana hizmet sunduğu sektörlerde, çalışanların tutum ve davranışları mal ve hizmetin sunumunda kalitenin belirleyicisi olduğu belirtilmektedir (Ehtiyar, 1996: 109-121).

Çalışma hayatı kalitesinin iş tatmini üstünde doğru orantılı etkisi bulunmaktadır. Çalışanların iş tatmin doyumuna ulaşmaları sayesinde psikolojilerinin çok iyi seviyeye gelmesine ve mutluluklarının artmasına neden olacaktır. Bu da hem aile hayatını hem de işten sonraki yaşantısını pozitif yönde etkileyecek buna mukabil işteki performansını yükseltecektir. Sonuç olarak insan kaynakları yönetiminde eğitim ve geliştirme süreci örgütün iş gücünün geliştirilmesinde ve çalışanların iş tatmini üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırma, kamu sektöründe çalışan bireylerin eğitim ve geliştirme uygulamalarının iş tatmini üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama araçlarına ve verilerin analizlerine ilişkin ayrıntılı bilgiler sunulmuştur.

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, kamu sektöründe çalışan 20 yaş ve üzerindeki bireylerde eğitim ve geliştirme uygulamalarının iş tatmini üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Ek olarak, demografik bilgilerin bağımlı değişkenlerle olan etkileşim ve ilişkisi de incelenmiştir. Araştırmada nicel desenlerden ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Tarama modeli, belirlenen evrenden seçilen örneklem üzerinde yapılan araştırma yoluyla evrenin nicel olarak betimlenmesini sağlar (Cresswell, 2012:376). Korelasyonel araştırma, bazı ilişki türü ya da türlerinin ne dereceye kadar olduğunu bulmaya çalışır. Bu yaklaşımda araştırmacının, istenilen verilerin toplanması için gerekli olan araçların uygulanması dışında sürece etki etmemesi esastır (Büyüköztürk vd., 2018:16). İlişkisel tarama modeli kullanılan araştırmalarda iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin belirlenmesi hedeflenmektedir.

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini; İstanbul Tarihi Yarımada yerleşkesinde bulunan İstanbul Büyükşehir Belediyesindeki kamu çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; 2020-2021 tarihleri arasında Büyükşehir Belediyesinde çalışan yüz yüze gerçekleştirilen anket uygulamasına katılan 69'u kadın, 84'ü erkek olmak üzere 153 kamu çalışanını kapsamaktadır. Araştırmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Basit tesadüfi örnekleme yönteminde evren, kesin sınırlar ile belirlenir ve katılımcılar şansa bağlı olarak rastgele seçilir (Ural, 2011:38).

Veri Toplama Araçları

Veri toplamak amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu, Minnesota İş Doyumu Ölçeği, Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Ölçekleri ile bir anket oluşturulmuştur. Anket yoluyla veriler toplanmıştır. Araştırmacı tarafından kamu çalışanlarına yönelik cinsiyet,

yaş eğitim düzeyi, medeni durumu, işteki geçim süresi, ücret baremi vb. sorularla kişisel bilgi formu düzenlenmiştir. Ayrıca 20 maddeden oluşan iş tatmin ölçeği ve 15 maddeden oluşan eğitim ve geliştirme ölçeği kullanılarak hedefe ulaşmak istenilmiştir.

Kişisel Bilgi Formu

Çalışmanın amacına ulaşabilmesi için bazı sosyo-demografik bilgiler içeren Kişisel Bilgi Formu araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Kişisel Bilgi Formunda katılımcılara ait cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durumu, işteki geçim süresi, ücret baremi vb. sorular yer almaktadır.

Minnesota İş Doyumu Ölçeği

MİDÖ, iş doyum düzeyini belirlemek amacıyla, Weis ve ark. Tarafından (1967) geliştirilmiş olup geçerlik-güvenirlilik Türkçe uyarlaması Baycan (1985) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin cronbach alpha katsayısı 0.77'dir. MİDÖ içsel ve dışsal doyum faktörlerini ortaya çıkarıcı özelliklere sahip, 20 sorudan oluşan, beşli Likert tipi genel doyum, içsel doyum, dışsal doyum puanları elde edilebilen bir ölçme aracıdır. Ölçeğin alt boyutlarından İçsel Doyum (İD); başarı, tanınma veya takdir edilme, işin kendisi, işin sorumluluğu, yükselme ve terfiye bağlı görev değişikliği gibi işin içsel niteliğine ilişkin tatminkârlıkla ilgili öğelerden, Dışsal Doyum (DD); kurum politikası ve yönetimi, denetim şekli, yönetici, çalışma ve astlarla ilişkiler, çalışma koşulları ve ücret gibi işin çevresine ait öğelerden oluşmaktadır. Genel doyum (GD); hem içsel hem dışsal doyumunu yani tüm maddeleri kapsamakta olup tüm sorulardan elde edilen puanların ortalaması kullanılarak edilmiştir.

Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Ölçeği

Eğitim ve geliştirme uygulamaları ölçeği, araştırmacı tarafından geliştirilen olumsuz madde içermeyen, 15 maddelik 6'lı likert tipte bir ölçektir. Ölçeğin cronbach alpha katsayısı 0.75'dir. Ölçek 15 maddeden oluşmakta olup, maddelerden alınan puanların toplanması sonucunda toplam puan elde edilmektedir. Toplam puan yükseldikçe katılımcıların eğitim ve kendini geliştirmeye yönelik motivasyonlarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Verilerin Analizi

Çalışmanın verileri 2020-2021 tarihleri arasında birebir anket çalışmasıyla 153 bireyden elde edilmiştir. Araştırma sorularını yanıtlamadan öncelikle varsayımlar kontrol edilmiştir. Değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermedikleri incelenmiştir. Bunun için her bir değişkene ait çarpıklık ve basıklık katsayıları hesaplanmıştır. İş doyumunu düzeyinin alt boyutları olan içsel doyum, dışsal doyum ve genel doyum puanına ait çarpıklık katsayılarının -.613 ile -.035 ve basıklık katsayılarının -.613 ile -.35 arasında olduğu görülmektedir. Eğitim ve geliştirme toplam puanına ait çarpıklık katsayısının -.459 ve basıklık katsayısının -.311 olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla tüm değişkenlerin çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 2 kritik değer içerisinde oldukları için normal dağılım sergiledikleri anlaşılmaktadır.

İş doyumunu düzeyinin bireylerin cinsiyetlerine, yaş gruplarına, medeni durumuna göre anlamlı farklılaşıp farklılaşmadığı belirleyebilmek için bağımsız örneklem *t* testi kullanılmıştır. Levene homojenlik testi dikkate alınarak ilgili *t* değerleri göz önüne alınarak raporlaştırma gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan, İş doyumunu düzeyinin eğitim düzeyi, işteki geçim süresi ve

ücret baremine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği kullanılmıştır. ANOVA’da varyansların homojen olup olmadığı Levene testi ile incelenmiş ve homojen olmadığı görüldüğünde Welch testi kullanılmıştır. Anlamli farklılığın belirlendiği araştırma sorularında farkın hangi ortalamalar arasından kaynaklandığını belirlemek için Tukey çoklu karşılaştırma test gerçekleştirilmiştir.

Eğitim ve geliştirme uygulamalarının iş doyumunu yordamasına ilişkin araştırma sorularına yanıt bulabilmek için çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizi öncesinde de varsayımlar test edilmiştir. Varsayımlarda ilk olarak tekillik ele alınmış ve değişkenler arası çok yüksek korelasyon katsayısının olmadığı diğer bir deyişle tekillik ihlal edilmediği belirlenmiştir. Ayrıca, çoklu bağıntının incelenmesinde VIF değerleri hesaplanmıştır. VIF değerlerinin 1.014 ile 1.527 arasında olduğu ve dolayısıyla Tabachnick ve Fidell’in (2001) önerdiği gibi 10’dan küçük oldukları için çoklu bağıntının da olmadığı saptanmıştır. Son olarak artık terimlerin bağıntılı olup olmadığını belirleyebilmek için Durbin-Watson değerleri incelenmiş ve ilk regresyon analizinde 2.030; ikinci regresyon analizinde 2.101 oldukları ve bunların da Fidell’in (2005) önerdiği 1 ile 3 arasında olması gerekliliğini karşıladığı için artık terimlerin bağıntılı olmadıkları da söylenebilir. Verilerin istatistiksel analizinde IBM SPSS Statistics 22 paket programı kullanılmıştır.

BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında araştırma sorularına dair gerçekleştirilen analizler sonucu sırasıyla ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Minnesota İş Doyumu Ölçeğinin Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesine Yönelik Bulgular

Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre İş Doyumu Düzeyleri

Çalışmanın birinci araştırma sorusunda katılımcılarını meydana getiren bireylerin iş doyum düzeyleri açısından cinsiyetlerine göre istatistiksel düzeyde anlamlı farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. İş doyum düzeyi; içsel ve dışsal doyum alt boyutları ile ele alınmıştır. Bu araştırma sorusunu cevap verebilmek amacıyla İki Ortalama Arasındaki Farkın Anlamlılık Testi olan “t” testi tekniği gerçekleştirilmiştir. Analizler sonrasında ortaya çıkan bulgular Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyetleri Açısından İş Doyumu Düzeylerine Yönelik T Testi Tablosu

Değişken	Cinsiyet	N	\bar{X}	ss	t	sd	p
İçsel doyum	Kadın	182	16.95	4.22	3.488	298	.001*
	Erkek	118	18.62	3.77			
Levene F = 1.83, p = .15							
Dışsal doyum	Kadın	182	21.05	5.10	1.915	298	.056
	Erkek	118	22.19	4.93			
Levene F = .91, p = .30							
Genel doyum puanı	Kadın	182	22.82	4.70	.969	222.06	.334
	Erkek	118	22.23	5.50			
Not: Levene F = 7.81, p = .003							

Tablo 1’te; kadın ve erkek katılımcıların İş doyumunu düzeyinin alt boyutlarına ait puan ortalamaları ve bu puanlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır. Bulgular ele alındığında; katılımcıların cinsiyetleri açısından iş doyumunu düzeyinin *içsel doyum* boyutunun istatistiksel olarak anlamlı biçimde farklılaştığı görülmektedir. ($t_{0.05: 298} = 3.488, p < .05$). Bu farklılık kadın katılımcıların içsel doyum puan ortalamalarının ($\bar{X} = 22.82, ss = 4.70$), erkek katılımcıların içsel doyum puan ortalamalarından ($\bar{X} = 22.23, ss = 5.50$) daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre İş Doyumu Düzeyleri

Araştırmanın bu sorusunda, katılımcıları meydana getiren bireylerin iş doyumunu düzeyleri eğitim düzeyleri açısından anlamlı bir farklılaşma gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla eğitim düzeyleri “lise”, “ön lisans”, “lisans” ve “yüksek lisans” olan katılımcıların iş doyumunu ölçeği toplam puan ve alt boyutlarına göre karşılaştırılmalarını yapabilmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Eğitim Düzeyleri Açısından İş Doyumu Düzeylerine Yönelik Betimsel İstatistikleri

Değişken	Eğitim düzeyi	N	\bar{X}	ss
İçsel doyum	Lise	25	3,5700	1,13286
	Ön lisans	22	3,6098	,85658
	Lisans	72	3,6412	,73274
	Yüksek lisans	29	3,6868	,64536
Dışsal doyum	Lise	25	3,6250	1,12847
	Ön lisans	22	3,5568	,99383
	Lisans	73	3,7483	,76928
	Yüksek lisans	29	3,7672	,68687
Genel doyum toplam puanı	Lise	25	3,5920	1,11184
	Ön lisans	21	3,6024	,91726
	Lisans	71	3,6937	,72884
	Yüksek lisans	29	3,7190	,63953

Tablo 2 incelendiğinde; eğitim düzeyleri farklı olan katılımcıların iş doyumunu alt boyutlarına ait puan ortalamaları ile bu puanlara yönelik standart sapma değerleri görülmektedir. *İçsel doyum* boyutunda; eğitim düzeyi lise olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, yüksek lisans eğitimi olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır. *Dışsal doyum* boyutunda; eğitim düzeyi ön lisans olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, yüksek lisans eğitimi olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Son olarak, *genel doyum toplam puanının*;

eğitim düzeyi ön lisans olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, yüksek lisans eğitimi olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre İş Doyumu Düzeyleri

Çalışmanın dördüncü araştırma sorusunda katılımcılarını meydana getiren bireylerin iş doyumu düzeyleri açısından romantik ilişki durumlarına göre istatistiksel düzeyde anlamlı farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Bu araştırma sorusunu cevap verebilmek amacıyla İki Ortalama Arasındaki Farkın Anlamlılık Testi olan "t" testi tekniği gerçekleştirilmiştir. Analizler sonrasında ortaya çıkan bulgular Tablo 3'da sunulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların Medeni Durumları Açısından İş Doyumu Düzeylerine Yönelik T Testi Tablosu

Değişken	Medeni durum	N	\bar{X}	ss	t	sd	p
İçsel doyum	Evli	109	3,6116	,83843	-,547	146	,585
	Bekar	39	3,6944	,72682			
Levene F = 1.25, p= .12							
Dışsal doyum	Evli	111	3,6374	,90547	-1,611	147	,109
	Bekar	38	3,8947	,65665			
Levene F = 1.20, p= .17							
Genel doyum puanı	Evli	108	3,6264	,85545	-1,049	144	,296
	Bekar	38	3,7868	,66705			
Levene F = 6.20, p= .001							

Tablo 3'da; medeni durumu evli ya da bekar olan katılımcıların iş doyumu düzeyinin alt boyutlarına ait puan ortalamaları ve bu puanlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır. Bulgular ele alındığında; katılımcıların medeni durumları açısından iş doyumu düzeyinin içsel doyum ($t_{0.05; 146} = -,547, p > .05$), dışsal doyum ($t_{0.05; 147} = -1,611, p > .05$) boyutlarının ve genel doyum toplam puanının ($t_{0.05; 144} = -1,049, p > .05$) istatistiksel olarak anlamlı biçimde farklılaşmadığı anlaşılmaktadır. Bu bulgular değerlendirildiğinde ise evli ve bekâr katılımcıların iş doyumu düzeyinin içsel doyum, genel doyum toplam puanı ve dışsal doyum açısından birbirlerine benzer düzeyde oldukları ifade edilebilir.

Katılımcıların Yaş Grubuna Göre İş Doyumu Düzeyleri

Araştırmanın bu sorusunda, katılımcıları meydana getiren bireylerin iş doyumu düzeyleri eğitim düzeyleri açısından anlamlı bir farklılaşma gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla eğitim düzeyleri "lise", "ön lisans", "lisans" ve "yüksek lisans" olan katılımcıların iş doyumu ölçeği toplam puan ve alt boyutlarına göre karşılaştırılmalarını yapabilmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4. Yaş Grubu Açısından İş Doyumu Düzeylerine Yönelik Betimsel İstatistikleri

Değişken	Eğitim düzeyi	N	\bar{X}	ss
İçsel doyum	20-30 yaş	26	3,9006	,74760
	30-40 yaş	48	3,6146	,71946
	40-50 yaş	57	3,6330	,78219
	50 ve üstü	17	3,2794	1,10748
Dışsal doyum	20-30 yaş	26	3,9519	,85956
	30-40 yaş	48	3,6250	,86063
	40-50 yaş	57	3,7588	,69591
	50 ve üstü	18	3,3750	1,17808
Genel doyum toplam puanı	20-30 yaş	26	3,9212	,78041
	30-40 yaş	47	3,6340	,75901
	40-50 yaş	56	3,6902	,72766
	50 ve üstü	17	3,3029	1,13543

Tablo 4 incelendiğinde; yaş grubu farklı olan katılımcıların iş doyumu alt boyutlarına ait puan ortalamaları ile bu puanlara yönelik standart sapma değerleri görülmektedir. *İçsel doyum* boyutunda; yaş grubu 20-30 olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 50 ve üstü olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır. *Dışsal doyum* boyutunda; yaş grubu 20-30 olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 50 ve üstü olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Son olarak, *genel doyum toplam puanının*; yaş grubu 20-30 olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 50 ve üstü olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların İşteki Geçim Süresine Göre İş Doyumu Düzeyleri

Araştırmanın bu sorusunda, katılımcıları meydana getiren bireylerin iş doyumu düzeyleri eğitim düzeyleri açısından anlamlı bir farklılaşma gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla eğitim düzeyleri "lise", "ön lisans", "lisans" ve "yüksek lisans" olan katılımcıların iş doyumu ölçeği

toplam puan ve alt boyutlarına göre karşılaştırılmalarını yapabilmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği gerçekleştirilmiştir.

Tablo 5. İşteki Geçim Süresi Açısından İş Doyumunu Düzeylerine Yönelik Betimsel İstatistikleri

Değişken	İşteki geçim süresi	N	\bar{X}	ss
İçsel doyum	5-10 yıl	48	3,6858	,89625
	10-15 yıl	37	3,5090	,82139
	15-20 yıl	19	3,6184	,89292
	20 ve üzeri	44	3,6875	,66403
Dışsal doyum	5-10 yıl	48	3,7109	1,03308
	10-15 yıl	37	3,5541	,86980
	15-20 yıl	19	3,8947	,70003
	20 ve üzeri	45	3,7361	,67799
Genel doyum toplam puanı	5-10 yıl	47	3,7128	,94360
	10-15 yıl	36	3,5333	,82903
	15-20 yıl	19	3,7289	,78551
	20 ve üzeri	44	3,7045	,65582

Tablo 5 incelendiğinde; işteki geçim süresi farklı olan katılımcıların iş doyumunu alt boyutlarına ait puan ortalamaları ile bu puanlara yönelik standart sapma değerleri görülmektedir. *İçsel doyum* boyutunda; işteki geçim süresi 20 ve üzeri olan katılımcıların puan ortalamalarının en yüksek, 10-15 yıl olan katılımcıların ise en düşük olduğu anlaşılmaktadır. *Dışsal doyum* boyutunda; işteki geçim süresi 10-15 yıl olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 15-20 yıl olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Son olarak, *genel doyum toplam puanının*; işteki geçim süresi 10-15 yıl olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 15-20 yıl olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların Aldıkları Ücret Baremine Göre İş Doyumu Düzeyleri

Araştırmanın bu sorusunda, katılımcıları meydana getiren bireylerin iş doyumunu düzeyleri ücret baremi açısından anlamlı bir farklılaşma gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla ücret baremi “2500-3000”, “3500-4500”, “4500 ve üstü” olan katılımcıların iş doyumunu ölçeceği toplam puan ve alt boyutlarına göre karşılaştırılmalarını yapabilmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği gerçekleştirilmiştir.

Tablo 6 incelendiğinde; ücret baremi farklı olan katılımcıların iş doyumunu alt boyutlarına ait puan ortalamaları ile bu puanlara yönelik standart sapma değerleri görülmektedir. *İçsel doyum* boyutunda; ücret baremi 2500-3500 olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 3500-4500 olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır. *Dışsal doyum* boyutunda; ücret baremi 2500-3500 olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 3500-4500 olan katılımcıların ise en

yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Son olarak, *genel doyum toplam puanının*; ücret baremi 2500-3500 olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 3500-4500 olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Ücret Baremi Açısından İş Doyumu Düzeylerine Yönelik Betimsel İstatistikleri

Değişken	Ücret baremi	N	\bar{X}	ss
İçsel doyum	2500-3500	3	3,1944	,31549
	3500-4500	20	3,8667	,58452
	4500 ve üstü	123	3,6057	,84796
Dışsal doyum	2500-3500	3	3,5417	,19094
	3500-4500	20	3,8500	,69962
	4500 ve üstü	124	3,6825	,89238
Genel doyum toplam puanı	2500-3500	3	3,3333	,22546
	3500-4500	20	3,8600	,61315
	4500 ve üstü	121	3,6442	,85174

Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Ölçeğinin Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesine Yönelik Bulgular

Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanı Düzeyleri

Çalışmanın bu sorusunda katılımcılarını meydana getiren bireylerin eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı açısından cinsiyetlerine göre istatistiksel düzeyde anlamlı farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı ile ele alınmıştır. Bu araştırma sorusunu cevap verebilmek amacıyla İki Ortalama Arasındaki Farkın Anlamlılık Testi olan “t” testi tekniği gerçekleştirilmiştir. Analizler sonrasında ortaya çıkan bulgular Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Katılımcıların Cinsiyetleri Açısından Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanı Düzeylerine Yönelik T Testi Tablosu

Değişken	Cinsiyet	N	\bar{X}	ss	t	sd	p
Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı	Kadın	64	56,4	10,2	2,4	137	,017
	Erkek	75	51,7	12,3			

Tablo 7’de; kadın ve erkek katılımcıların eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puan

ortalamaları ve bu puanlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır. Bulgular ele alındığında; katılımcıların cinsiyetleri açısından eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanının istatistiksel olarak anlamlı biçimde farklılaştığı görülmektedir, ($t_{0.05:137} = 2,416, p < .05$). Bu farklılık kadın katılımcıların eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puan ortalamalarının ($\bar{X} = 56.43, ss = 10.24$), erkek katılımcıların eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puan ortalamalarından ($\bar{X} = 51.73, ss = 12.36$) daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanı Düzeyleri

Çalışmanın bu sorusunda katılımcılarını meydana getiren bireylerin eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı açısından medeni durumlarına göre istatistiksel düzeyde anlamlı farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı ile ele alınmıştır. Bu araştırma sorusunu cevap verebilmek amacıyla İki Ortalama Arasındaki Farkın Anlamlılık Testi olan “t” testi tekniği gerçekleştirilmiştir. Analizler sonrasında ortaya çıkan bulgular Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8. Katılımcıların Medeni Durumları Açısından Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanı Düzeylerine Yönelik T Testi Tablosu

Değişken	Medeni durum	N	\bar{X}	ss	t	sd	p
Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı	Evli	102	53,1373	12,5485	-1,284	137	,201
	Bekar	37	56,0000	8,45248			

Levene F = 1.25, p = .12

Tablo 8’te; evli ve bekar katılımcıların eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puan ortalamaları ve bu puanlara ait standart sapma değerleri yer almaktadır. Bulgular ele alındığında katılımcıların medeni durumları açısından eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanının ($t_{0.05:137} = -1,284, p > .05$) istatistiksel olarak anlamlı biçimde farklılaşmadığı anlaşılmaktadır. Bu bulgular değerlendirildiğinde ise evli ve bekar katılımcıların eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı açısından birbirlerine benzer düzeyde oldukları ifade edilebilir.

Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Eğitim v Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanı Düzeyleri

Araştırmanın yedinci araştırma sorusunda, katılımcıları meydana getiren bireylerin eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanında eğitim düzeyi açısından anlamlı bir farklılaşma gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla eğitim düzeyi “lise”, “ön lisans”, “lisans” ve “yüksek lisans” olan katılımcıların eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanına göre karşılaştırılmalarını yapabilmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği gerçekleştirilmiştir. Eğitim düzeyine yönelik eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı

ortalamları Tablo 15’de, puan ortalamaları arasındaki farkların anlamlı gösterip göstermediğini saptayabilmek için gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9. Eğitim Durumu Açısından Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanına Yönelik Betimsel İstatistikleri

Değişken	Eğitim durumu	N	\bar{X}	ss
Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı	Lise	26	55,6	16,3
	Ön lisans	21	56,2	11,6
	Lisans	66	53,3	9,2
	Yüksek lisans	26	51,7	11,5

Tablo 9 incelendiğinde; eğitim durumu farklı olan katılımcıların eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puan ortalamaları ile bu puanlara yönelik standart sapma değerleri görülmektedir. Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanında; yüksek lisans mezunu olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük lise mezunu olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların Yaş Grubuna Göre Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanı Düzeyleri

Araştırmanın bu sorusunda, katılımcıları meydana getiren bireylerin eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı yaş grubu açısından anlamlı bir farklılaşma gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla “20-30”, “30-40”, “40-50” ve “50 ve üstü” olan katılımcıların eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanına göre karşılaştırılmalarını yapabilmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği gerçekleştirilmiştir.

Tablo 10. Yaş Grubu Açısından Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanına Yönelik Betimsel İstatistikleri

Değişken	Yaş grubu	N	\bar{X}	ss
Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı	20-30 yaş	24	56,5	11,5
	30-40 yaş	44	48,7	11,6
	40-50 yaş	55	56,4	10,3
	50 ve üstü	16	55,5	12,3

Tablo 10 incelendiğinde; yaş grubu farklı olan katılımcıların eğitim ve geliştirme uygulamalarına ait puan ortalamaları ile bu puanlara yönelik standart sapma değerleri görülmektedir. Eğitim ve

geliştirme uygulamaları toplam puanında 30-40 yaş olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 20-30 yaş olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 11. Yaş Grubu Açısından Eğitim ve Geliştirme Toplam Puanına Yönelik Scheffe Testi Tablosu

Değişken	Scheffe Testi Sonucu
Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı	P>.05

Tablo 11 incelendiğinde eğitim geliştirme ve uygulama puanının gruplar arasındaki ortaya çıkan anlamlı farklılığın hangi yaş grubundan kaynaklandığını belirlemek için ANOVA sonrası post-hoc Scheffe testi sonucuna göre yaş grubu alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (p>.05).

Katılımcıların İşteki Geçim Süresine Göre Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanı Düzeyleri

Araştırmanın bu sorusunda, katılımcıları meydana getiren bireylerin eğitim geliştirme ve uygulama puanının işteki geçim süresi açısından anlamlı bir farklılaşma gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla işte çalışma süreçlerine göre “5-10 yıl”, “10-15 yıl”, “15-20 yıl” ya da “20 ve üzeri” olan katılımcıların eğitim geliştirme ve uygulama puanına göre karşılaştırılmalarını yapabilmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği gerçekleştirilmiştir.

Tablo 12. İşteki Geçim Süresi Açısından Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanına Yönelik Betimsel İstatistikleri

Değişken	İşteki geçim süresi	N	\bar{X}	ss
Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı	5-10 yıl	45	55,5	11,3
	10-15 yıl	34	49,6	12,7
	15-20 yıl	18	52,5	11,8
	20 ve üzeri	42	56,1	10,2

Tablo 12 incelendiğinde; işteki geçim süresi farklı olan katılımcıların eğitim geliştirme ve uygulama puan ortalamaları ile bu puanlara yönelik standart sapma değerleri görülmektedir. Eğitim geliştirme ve uygulama puanında; işteki geçim süresi 10-15 yıl olan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, işteki geçim süresi 20 ve üzeri yıl olan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların Ücret Baremine Göre Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanı Düzeyi

Araştırmanın bu sorusunda, katılımcıları meydana getiren bireylerin eğitim geliştirme ve uygulama puanının alınan ücret baremi açısından anlamlı bir farklılaşma gösterip göstermediği

incelenmiştir. Bu amaçla “2500-3500”, “3500-4500” ve “4500 ve üstü” olan katılımcıların eğitim geliştirme ve uygulama puanına göre karşılaştırılmalarını yapabilmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği gerçekleştirilmiştir.

Tablo 13. Ücret Baremi Açısından Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanına Yönelik Betimsel İstatistikleri

Değişken	Ücret baremi	N	\bar{X}	ss
Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı	2500-3500	3	51,3	2,8
	3500-4500	19	57,2	11,9
	4500 ve üstü	116	53,3	11,7

Tablo 13 incelendiğinde; ücret baremi farklı olan katılımcıların eğitim geliştirme ve uygulama puan ortalamaları ile bu puanlara yönelik standart sapma değerleri görülmektedir. Eğitim geliştirme ve uygulama puanında; 2500-3500 ücret alan katılımcıların puan ortalamalarının en düşük, 3500-4500 ücret alan katılımcıların ise en yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

İş Doyumunun Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları ile İlişkilerinin İncelenmesine Yönelik Bulgular

Eğitim ve Geliştirme Uygulamalarının İş Doyumu Korelasyon Analizi Bulguları

Çalışmanın bu araştırma sorusunda; bireylerin iş doyumunun onların eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puanı tarafından anlamlı biçimde yordanıp yordanmadığı ele alınmıştır. Bu araştırma sorusuna yanıt bulabilmek için çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Ancak regresyon analizinden önce değişkenler arasındaki ilişkileri görebilmek amacıyla Pearson Momentler Çarpımı korelasyon katsayısı ele alınmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon katsayısı Tablo 14’de yer almaktadır.

Tablo 14. Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları İle İş Doyumu Arasındaki İlişkiler

Değişken	1	2	3	4
1. Eğitim ve geliştirme uygulamaları toplam puan	—			
2. İçsel doyum	.648**	—		
3. Dışsal doyum	.678**	.909**	—	
4. Genel doyum toplam puanı	.681**	.984**	.968**	—

Tablo 14’den anlaşılacağı üzere, eğitim ve geliştirme uygulamaları ile içsel doyum ($r = .648, p < .001$), Genel doyum toplam puanı ($r = .681, p < .001$) ve dışsal doyum ($r = .678, p < .001$) arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı, güçlü ilişkiler görülmektedir. Tablo 15’de eğitim ve

geliştirme uygulamalarının içsel doyumunu yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 15. İçsel Doyumun Yordayıcısı Olarak Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SH _B	β	t	R ²	F
Eğitim ve geliştirme uygulamaları	,045	,005	,648	9,879**	.420	97,596**

Not. ** $p < .01$

Tablo 15’de belirtilen bulgularına göre eğitim geliştirme ve uygulama toplam puanının içsel doyumunu yordamasına yönelik kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu anlaşılmaktadır, ($F_{1, 135} = 97,596, p < .001$). Eğitim geliştirme ve uygulama toplam puanının ($\beta = .648, p < .01$) içsel doyumunu pozitif yönde anlamlı yordadığı görülmektedir. Eğitim geliştirme ve uygulama toplam puanının içsel doyum toplam varyansının yaklaşık %42’sini ($R^2 = .420$, düzenlenmiş $R^2 = .415$) açıkladığı belirlenmiştir. Tablo 16’da eğitim ve geliştirme uygulamalarının dışsal doyumunu yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 16. Dışsal Doyumun Yordayıcısı Olarak Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SH _B	β	t	R ²	F
Eğitim ve geliştirme uygulamaları	,050	,005	,678	10,677**	.460	114,00**

Not. ** $p < .01$

Tablo 16’da belirtilen bulgularına göre eğitim geliştirme ve uygulama toplam puanının dışsal doyumunu yordamasına yönelik kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu anlaşılmaktadır, ($F_{1, 134} = 114,006, p < .01$). Eğitim geliştirme ve uygulama toplam puanının ($\beta = .678, p < .01$) dışsal doyumunu pozitif yönde anlamlı yordadığı görülmektedir. Eğitim geliştirme ve uygulama toplam puanının dışsal doyum toplam varyansının yaklaşık %46’sini ($R^2 = .460$, düzenlenmiş $R^2 = .456$) açıkladığı belirlenmiştir. Tablo 17’de eğitim ve geliştirme uygulamalarının genel doyumunu yordamasına yönelik regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 17’de belirtilen bulgularına göre eğitim geliştirme ve uygulama toplam puanının genel doyumunu yordamasına yönelik kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu anlaşılmaktadır, ($F_{1, 133} = 115,115, p < .01$). Eğitim geliştirme ve uygulama toplam puanının ($\beta = .681, p < .01$) genel doyumunu pozitif yönde anlamlı yordadığı görülmektedir. Eğitim geliştirme ve uygulama toplam puanının genel doyum toplam varyansının yaklaşık %46’sini ($R^2 = .460$, düzenlenmiş $R^2 = .460$) açıkladığı belirlenmiştir.

Tablo 17. Genel Doyumun Yordayıcısı Olarak Eğitim ve Geliştirme Uygulamaları Toplam Puanına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SH _B	β	t	R ²	F
Eğitim ve geliştirme uygulamaları	,047	,004	,681	10,729**	.460	115,11**

Not. ** $p < .01$

SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsan kaynakları departmanlarının geleneksel yöntemlerden insan kaynakları yöneticiliğine geçiş ile stratejik bir önem kazandığını, önceliklerini ve beklentilerini değiştirdiği söyleyebiliriz. Oluşan bir pozisyonda öncelikle işin gerekliliklerini belirleyip ve beklentilerini netleştiren firmalar daha sonrasında bu işin gerekliliklerini yerine getirebilecek adaylara ulaşmaya çalışmaktadır. 1980'li senelerde, firmalar için yaşamsal öneme sahip insan unsurunun iyi yönetilmesinin, işletmenin uzun vadeli başarısında büyük rol oynadığı gerçeğinin farkına varılması, İKY anlayışını doğuran ana unsurdur. Böylece işletmenin hedeflerine ulaşması, ancak insan kaynağına dair yapılan planlama, insan kaynağını elde etme ve elde tutma, kişisel ve örgütsel performansın artırılması ile sağlanabilmektedir. İKY çerçevesinde, insan için yapılan birçok yatırım ve faaliyet olmasıyla birlikte, içlerinde en büyük yatırımın yapıldığı alan, eğitim ve geliştirme faaliyetleri olduğu anlaşılmaktadır.

Eğitim ve geliştirme faaliyetleri, hem işletmenin katlandığı maliyete değecek bir değer elde edilebilmesi hem de işletmenin, küreselleşmeyle birlikte devamlı değişen çevreye uyum sağlaması açısından özel bir öneme sahiptir. İşletmelerdeki eğitim ve geliştirme faaliyetleri sayesinde, bilgi, beceri ve kabiliyet yönünden eksiği olmayan çalışanların varlığı, işletmelerin genel verimliliği ve karlılıklarının artması sonucunu doğurmaktadır. Buna mukabil; işletmenin verimliliğine etki eden bir diğer unsur da çalışanların iş tatminidir. Kişinin işine yönelik tepki ve duygulardır. İnsanın insana hizmet sunduğu duyduğu yerlerde çalışanların tutum ve davranışları mal ve hizmet sunumunda kaliteyi belirlemektedir. Çalışan motivasyonunun sağlanması iş tatmininin arttırılması, işletmelerin hedeflerine ulaşmak için yapmaları gereken eylemlerin daha etkin olmasını sağlayacağından dolayı, önemle üzerinde durulması gerekmektedir. Literatürde, çalışanların iş tatminine etki eden farklı İKY fonksiyonlarına dair çalışmalar olmasına rağmen, eğitim ve geliştirme faaliyetlerine yönelik bir çalışmaya rastlanmadığından dolayı, bu çalışma İKY fonksiyonlarından biri olan eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin iş tatminine etkisi arasındaki ilişkisi kamu sektöründe tespit edilmek istenmiştir. Bu amaçla, öncelikle hipotezler oluşturulmuş ve araştırmayı yapabilmek için gerekli olan ölçekler, daha önce yapılmış olan çalışmalardan elde edilmiştir. Araştırma, tanımlayıcı nitelikte olup, anket yöntemiyle birlikte uygulanmıştır.

İnsan kaynakları yönetiminde eğitim ve geliştirme uygulamalarının iş tatminine etkisi kamu sektöründe bir araştırma olmasından dolayı İstanbul Büyükşehir Belediyesi çalışanları tarafından gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara çalışmanın amacına uygun bir şekilde veri toplama araçları ve verilerin analizlerine yönelik ayrıntılı bilgiler sunulmuştur. Eğitim ve geliştirme ve iş tatmini başlığı altında anket uygulaması 69'u kadın, 84'ü erkek olmak üzere 153 kamu çalışanını kapsamaktadır. Katılımcıların yaşları 20 ile 50 yaş ve üzeri değişmektedir. Anketteki verilerin istatistiksel analizine bakıldığında iş doyum düzeyinin bireylerin cinsiyetlerine, yaş gruplarına, medeni durumuna göre değişip değişmediğinin tespit etmek amacıyla Levene homojenlik testi

dikkate alınarak raporlaştırılmıştır. Ayrıca iş tatmin seviyesinin, eğitim düzeyi, işteki geçim süresi ve ücret baremine göre de tek yönlü varyans analizi olan (ANOVA) tekniğinin yanında Minnesota İş Doyumu Ölçeği, eğitim ve geliştirme uygulamaları ölçeği de kullanılmıştır. Analiz IBM SPSS Statistics 22.0 paket programı ile analiz sonuçlarına ulaşılmıştır. Araştırma sorularını yanıtlamadan öncelikle varsayımlar kontrol edilmiştir. Değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermedikleri incelenmiştir. Bunun için her bir değişkene ait çarpıklık ve basıklık katsayıları hesaplanmıştır. Çalışmanın hedefine ulaşması için bazı sosyo-demografik bilgiler içeren kişisel bilgi formu araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Katılımcılara ait cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, medeni durumu, işteki geçim süresi, ücret baremi vb. sorular yer almaktadır. Minnesota iş doyum ölçeğinde içsel doyum dışsal doyum ve de genel doyum tüm sorulardan elde edilen puanların ortalaması kullanılarak edilmiştir. Eğitim ve geliştirme uygulamaları ölçeği araştırmacı tarafından geliştirilen olumsuz madde içermeyen 15 maddelik 6' lı Likert tipte bir ölçektir. Ölçeğin cronbach alpha katsayısı 0.75' dir. Ölçek 15 maddeden oluşmakta olup, maddelerden alınan puanların toplanması sonucunda toplam puan elde edilmektedir. Toplam puan yükseldikçe katılımcıların eğitim ve kendini geliştirmeye yönelik motivasyonlarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aktaş, Y., ve Ersin Cesur, E., Cesur, E., Özkan, E. ve Soysal, P. (2015). *Bir Bakışta İnsan Kaynakları Yönetimi* (1.Baskı). Bursa: Dora-Basım Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Argon T. ve Eren A. (2004). *İnsan Kaynakları Yönetimi* (1.Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Ayan, F. (2011). *Yönetim ve Liderlik Seti* (1.Baskı). İzmir: İlya İzmir Yayınevi.
- Ayan F. (2011). *İnsan Kaynakları Yönetimi* (1.Baskı). İzmir: İlya İzmir Yayınevi.
- Bakan, İ. (Ed). (2014). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, (Şubat-2014) Ankara: Gazi Kitabevi, Tic. Ltd. Şti.
- Barutçugil, İ. (2004). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi* (1.Baskı). İstanbul: Kariyer Yayıncılık İletişim Eğitim Hizmetleri Ltd. Şti.
- Bingöl, D. (2006) *İnsan Kaynakları Yönetimi*, (6. Baskı) İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti.
- Bingöl, D. (2013). *İnsan Kaynakları Yönetimi* (8.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Bingöl, D. (2016). *İnsan Kaynakları Yönetimi* (10.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cresswell, J. W. (2012). *Education al research* (4. bs.). Boston: Pearson.
- Çetin, C., Dinç Elmalı, E. ve Arslan, M.L. (2017). *İnsan Kaynakları Yönetimi* (5.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Çetin, F. ve Basım, H.N(2011). Psikolojik Dayanıklılığın İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Tutumlarındaki Rolü, "*İş Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13(3), 79-94.
- Dolgun, U., Çiftçi, B., Kağnıcıoğlu, D., Çolak A., Serinkan, C. ve Ergun Özler, D. (Ed). (2007). *Meslek Yüksek Okulları ve Yüksek Okullar için İnsan Kaynakları Yönetimi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Ehtiyar, V.R. (1996). Otel İşletmelerinde Çalışan Personelin İş Tatmini ve Antalya Yöresinde yapılan bir Araştırma, *Verimlilik Dergisi*, 4, 109-121.

- Erdil, O. ve Özutku H. (Ed). (2013). *İnsan Kaynakları Yönetimi* (1.Baskı). İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Erdoğan, İ. (1999). *İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış*, İstanbul: Dönence Basın Yayın.
- Ergeneli, A., İlsev, A., Metin Camgöz, S., Kümbül Güler, B., Bayhan Karapınar, P., Tayfur Ekmekçi Ö., Ferendeci Özgödek H.M., Gözde Özgödek D., Atalay Odabaşı N. ve Akşirin Borluk, Ç.N. (2014). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, (1.Basım) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Uygun, H. (2015). *İnsan Kaynakları Yönetiminde Eğitim ve Geliştirme Faaliyetlerinin Çalışan Motivasyonuna Etkileri ve Sağlık Sektöründen Bir Vaka Analizi*. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- İbicioğlu, H. (2011). *İnsan Kaynakları Yönetimi Geleneksel ve Stratejik Perspektif* (3.Baskı). Ankara: Alter Yayıncılık Reklamcılık Ltd. Şti.
- İspir, İ. (2020). *İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Çalışanların İş Tatminine Yenilikçiliğine ve Performansına Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Özçelik, A.O., Sadullah, Ö., Uyargil, C., Acar, A.C., Dündar, G.İ., Ataay, İ.D., Adal, Z. ve Tüzüner, V.L. (2018). İ.Ü. *İnsan Kaynakları Yönetimi* (8.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Özgen, H., Öztürk ve A. ve Yalçın, A. (Şubat-2002) *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Adana: Nobel Kitabevi.
- Özgen H. ve Yalçın A. (2011). *İnsan Kaynakları Yönetimi Stratejik Bir Yaklaşım* (2.Baskı). Adana: Adana Nobel Kitabevi Yayın Dağıtım ve Pazarlama Ltd. Şti.
- Price, J.L. and Mueller, C. W. (1981). A Casual Model of Turn over for Nurses, *The Academy of Management Journal*, 24(3), 543-565.
- Kızıloğlu, S.D. (2011). *İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Sabuncuoğlu Z. (2005). *İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalı* (2.Baskı). Bursa: Alfa Aktuel Basım Yay. Dağ. Ltd. Şti.
- Türk, S.M. (2007). *Örgüt Kültürü ve İş Tatmini* (1. Baskı), Özkan Matbaacılık, Ankara.
- Ural, A., Kılıç, İ., (2011) *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ulaştırın, T. (2014). *Elektronik İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları Kapsamında Elektronik İşe Alım ve Kariyer Sitelerinin Kullanımı: İso 500 Büyük Sanayi İşletmesi Üzerinde Betimsel Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Ünsalan, E. ve Şimşekler, B. (2006). *Meslek Yüksekokulları İçin Metep'e Göre Hazırlanmış İnsan Kaynakları Yönetimi* (1.Baskı). Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(10): 1472-1479.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1110](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1110)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Kadın Eğitimi ve İstihdamı Açısından Sosyal Belediyecilik Rolü

Pınar BAKIR, Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul, e-posta: pbakir@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6886-2032>

Öz

Bu makalede kadın eğitimi ve istihdamı, sosyal belediyecilik çalışmaları kapsamında sunulan faaliyetler ele alınarak irdelenecektir. Kadın eğitiminin önemi ile kadının istihdamda neden yer alması gerektiği üzerinde açıklama yapılacaktır. Sosyal belediyecilik çalışmalarının kadın odaklı değerlendirmesi yapıldığında nasıl bir etki oluşturduğu araştırılacaktır. Çalışmada kadının eğitimi ve istihdamı ile sosyal belediyecilik kavramları birlikte ele alınarak kompoze edilecektir. Çalışmada literatür araştırması yöntemi kullanılarak, sosyal belediyecilik hizmetleri kadın minvalinde analiz edilecektir. Çalışmanın temel amacı sosyal belediyecilik ile kadın eğitimi ve istihdamı arasında var olan çözüm odaklı uyumu ortaya çıkarmaktır. Araştırmada kadın eğitimi ve önemi, kadın istihdamı ve gerekçeleri, yetişkin eğitimi ve kadın, sosyal belediyecilik kavramları derinlemesine incelenecektir. Çalışmanın sonunda öneriler ve tartışma kısmı mevcuttur.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Sosyal Belediyecilik, Yetişkin Eğitimi.

Makale Gönderme Tarihi: 26.04.2022

Makale Kabul Tarihi: 02.10.2022

Önerilen Atf:

Bakır, P. (2022). Kadın Eğitimi ve İstihdamı Açısından Sosyal Belediyecilik Rolü, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1472-1479.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(10): 1472-1479. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1110](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1110)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

In Terms of Women's Education and Employment the Role of Social Municipality

Pınar BAKIR, MSc. Student, İstanbul Aydın University, Institute of Graduate Programs, İstanbul,
e-mail: pbakir@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6886-2032>

Abstract

In this article, women's education and employment will be examined by considering the activities offered within the scope of social municipality studies. An explanation will be given on the importance of women's education and why women should be involved in employment. It will be investigated how social municipality studies affect women-oriented evaluation. In the study, the education and employment of women and the concepts of social municipality will be handled together and composed. In the study, using the literature research method, social municipal services will be analyzed in terms of women. The main purpose of the study is to reveal the solution-oriented harmony between social municipality and women's education and employment. In the research, women's education and its importance, women's employment and its reasons, adult education and women, social municipality concepts will be examined in depth. At the end of the study, there are suggestions and discussion section.

Keywords: Women, Social Municipalism, Adult Education.

Received: 26.04.2022

Accepted: 02.10.2022

Suggested Citation:

Bakır, P. (2022). In Terms of Women's Education and Employment the Role of Social Municipality, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1472-1479.

GİRİŞ

Kadın ve erkek birbirini tamamlayıcı özelliğe sahip varlıklardır. Bu bakımdan kadına ait sorunların giderilmesi ve çözülmesi toplumda var olan diğer sorunların da çözülmesine yardımcı olacaktır. Çünkü kadın üstlendiği rollerle (eş, anne, kardeş, evlat vb.) toplumun her kesimini eğiten ve değiştirebilen bir yapıya sahiptir. Kadın eğitilirse toplumda eşgüdümlü olarak eğitilecektir. Kadını yalnızca eve hapsetmek onun var olan yeteneklerini ortaya çıkarmasına ve toplumsal faydaya dönüşmesine engel olmaktadır. Kadının çalışma hayatı hakkında birçok önyargı vardır. Kadının bu çerçevede hem önyargıları kırması hem de iş hayatının zorluklarını üstlenmesi gerekecektir. Yedi yirmi dört çalışan kadın, sosyal yaşamın içinde kendi konumunu belirleyecektir. Kadının eğitimi ve çalışma hayatına katılımı toplumun tüm kesimleri tarafından desteklenmeli ve devlet politikası olarak uygulanmalıdır.

Sosyal belediyecilik çalışmaları ile anlaşılması gereken, devletin sosyal politika araçlarını yerel yönetimlere devretmesidir. Sosyal belediyecilik ile toplumun özellikle dezavantajlı bireylerine ulaşarak, bu grupların var olan problemleri yerinde çözülebilmektedir. Toplumun en önemli sorunlarından birini teşkil eden kadın eğitimi ve istihdamı, sosyal belediyecilik çalışmaları ile çözülebilmektedir. Belediyelerin paydaşları olan meslek odaları, MEB ve üniversiteler ile işbirliği çalışmaları yürütmesi bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede belediyelere yerelde öncü bir rol verilmektedir. Diğer kurumları harekete geçirici olan bu rol ile belediyeler kadının eğitimini ve istihdamını sağlayacaktır. Ayrıca belediye mevcut problemlere çözüm sunma potansiyeline sahip, yerelde lider kurum olmaktadır. Yerelde lider kurum olan belediyelerin, kadına sunduğu mesleki ve teknik eğitimle kadın, kendini geliştirecek ve istihdama hazır bir hale dönüşecektir. Böylece kazan-kazan sonucu elde edilecek ve toplum hem gelişme kayıtlı edecek hem de mevcut sorunlarından kurtulacaktır.

Yerel yönetimlerin üstlendikleri bu yeni sosyal belediyecilik rolü ile kadın eğitimi ve istihdamı kolaylaşmaktadır. Merkezi yönetimin ulaşmakta zorlandığı bölgelerde yerel yönetim mekanizması ile toplumun ihtiyaç duyduğu hizmetler daha hızlı ve kırtasiyecilikten uzak bir şekilde sunulmaktadır. Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kadın eğitimi ve önemi konusunda inceleme yapılacaktır. İkinci bölümde ise kadın istihdamının gerekçeleri ayrıntılı olarak irdelenecektir. Üçüncü bölümde ise yetişkin eğitimi çerçevesinde kadının yeri ve önemi analiz edilecektir. Dördüncü bölümde ise kadının var olan eğitim ve istihdam sorunlarının sosyal belediyecilik çalışmaları ile nasıl bir çözüme kavuşabileceği üzerine detaylı olarak araştırma yapılacaktır. Çalışmanın sonuç bölümünde ise sosyal belediyecilik kapsamında yapılan faaliyetler ile kadın eğitimi ve istihdamına yönelik sorunlar ve çözüm önerileri ile tartışma mevcuttur.

Kadın Eğitimi ve Önemi

İnsanın tüm bilgi, beceri ve kabiliyetleri ancak eğitimle ortaya çıkmakta ve şekillenebilmektedir. Eğitim seviyesi yüksek bir toplum, kadın eğitim oranı ile yakından ilişkilidir. Bu çerçevede devletin sosyal ve ekonomik refahı kadın eğitimine bağlıdır. Kuşkusuz insanın ilk öğretmeni olan ve anne rolünü gerçekleştiren kadın, eğitildiği müddetçe bireyin ve toplumun da eğitim seviyesi yükselecektir. Kadının eğitimi ile ortaya çıkan işgücü sosyal yaşamda tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir. Kadınların toplumun tüm iş kademelerinde ve çalışma alanlarında aktif olarak görev yaptığı görülmektedir. Bu durum nedeniyle kadının eğitimi artık zorunlu hale gelmiştir. Kadın ve eğitim, bu bakımdan birbirini bütünleyen iki kavramdır. Eğitim hizmetleri kadına ulaşabildiği ölçüde kadın güçlenecek ve böylece güçlü toplumlar meydana gelecektir. Toplumun

tüm kılcal damarlarında var olan kadın eğitimi ihtiyacı, kaçınılmaz bir gerçektir (Kayadibi, 2003:30).

Geçmişten günümüze kadın eğitimi bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu problemin kökeninde ise kadına yönelik cinsiyetçi bakış açısı gelmektedir. Oysa öncelikle kadının bir insan olarak değerlendirilmesi ve bu doğrultuda kadına kabiliyetlerini kullanabilme fırsatı verilmesi gerekmektedir. Eğitim hizmetleri kadının ihtiyaçları yönünde şekillenebilmelidir. Kadın erkek eşitliğinin savunulduğu günümüz dünyasında istenilen kadın eğitim oranına ulaşamamıştır. Kadınların bu doğrultuda öncelikli olarak bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Böylece kalkınmada aktif rol alan kadın kendisini ve aynı zamanda içinde bulunduğu sosyal yaşamı zenginleştirecektir. Bu çerçevede ülkelerin eğitim politikaları “Kadına nasıl daha iyi bir hizmet sunarız?” ve “Kadın eğitim oranını nasıl artırabiliriz?” sorularına cevap bulabilecek nitelikte olmalıdır. Eğitim yaklaşımları, anne, eş ve evlat rollerini üstlenen kadına, bütünsellik açısından daha kapsayıcı bir şekilde sunulmalıdır (Özaydınlık, 2014:109).

Kadın eğitimi ile amaçlanan yalnızca okuma- yazma becerisi geliştirme olarak düşülmemelidir. Kadın eğitimi her alanda bilgi sunmaya dönük olmalıdır. Bu çerçevede yüksek öğrenim, mesleki ve teknik bilgi, akademik donanım gibi kadını her alanda işgücü piyasasına ve hayata hazırlayan bir eğitim modeli öngörülmelidir. Nüfusun yarısına erişim kadına yönelik eğitim politikaları ile mümkündür. Sosyal ve kültürel yaşamın vazgeçilmez unsuru olan kadın eğitimi kuşkusuz modern hayat için oldukça önemlidir. 21. yy. becerileri kapsamında kadın eğitimi değerlendirildiğinde, kadın eğitiminin tüm dünyada oldukça yaygın bir konu olduğu görülmektedir. Ayrıca kadının karakter eğitimi ve meslek sahibi olması ise diğer ele alınması gereken konulardır. Bu çerçevede kadının ev ortamından çıkması ve sosyal yaşamda aktif bir pozisyon alması günümüzde bir zorunluluk halini teşkil etmektedir (Seven ve Engin, 2007:187).

Gelişmiş ülkelerde ekonomik kalkınma oranının yüksek olduğu bilinen bir gerçektir. Ekonomik kalkınma ile birlikte, insan hakları, sosyal ve ekonomik haklar ile demokrasi gibi kavramlar toplum üzerinde oldukça etkindir. Gelişmiş ülkelerde aynı zamanda kadının ekonomiye katkısı da oldukça yüksektir. Çünkü beşeri sermaye olarak değerlendirilen kadın eğitildikçe ekonomik üretime katkısı da yüksek olacaktır. Böylece cinsiyet ayrımcılığı engellenecek ve daha demokratik bir toplum oluşacaktır. Yoksul ülkelerde ise kadının daha az ekonomiye katkısının olduğu görülmektedir. Bunun temel sebebi ise kadının yoksul ülkelerde eğitim ortamlarına yeterli oranda dahil edilemeyişi gelmektedir. Oysa insan hakları açısından ve toplumun refahı bakımından cinsiyet ayrımcılığını içeren tüm politikaların ve uygulamaların son bulması gerekmektedir (Tunç, 2018:247).

Kadın İstihdamı ve Gerekçeleri

Kadın istihdamı her geçen gün toplumda önem kazanan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadının yeterli eğitim seviyesine sahip olmaması istihdam piyasasında bulunan konumunu da aşağı seviyeye çekmektedir. Bu durumun temel nedeni kadın istihdamı ile ilgili yeterli işgücü politikalarının yapılamayışıdır. Kadın istihdamının devlet eliyle teşvik edilmesi gerekmektedir. Kadının işyerinde daha uygun şartlarda çalışabilmesi, kreş yardımı gibi konular kuşkusuz devlet politikası olarak uygulanmalıdır. Böylece kadın istihdamının istenen seviyede olması sağlanabilecektir. Gelişmiş ülkelerde kadınların ev kadını rolünden sıyrılarak aktif işgücü piyasasında kendini gösterdiği görülmektedir. Kadınların kendini ispatlayabilmelerine katkı sağlayacak istihdam olanakları sağlanmalıdır. Kadın istihdamı ile aile ekonomisine katkı sağlanabilmektedir. Bu çerçevede kadının işgücü piyasasına dahil edilmesi ile toplumun sosyal ve ekonomik refah payı da artış gösterebilecektir (Karabıyık, 2012:256).

Kadının çalışmasına yönelik toplumda var olan olumsuz bakış açıları kadın istihdamının önündeki en önemli engellerden birini oluşturmaktadır. Devletin istihdam politikaları kapsamında toplumda kadın işgücü piyasasına katılımını sağlayacak nitelikte çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmalar, toplantı, çalıştay, eğitsel faaliyetler şeklinde olmalı, halk üzerinde kadın istihdamı konusunda bilinçlendirme gerçekleştirilmelidir. Bu bilinçlendirme çalışmaları ile birlikte bireysel ve toplumsal olarak yaşanabilecek olumlu gelişmelere yer verilmelidir. Günümüzde kadının yalnızca tarım sektörü ile ücretsiz ev işçiliği yapması artık kabul edilebilir bir görüş değildir. Bu çerçevede kadının yeterli eğitimle donatılması ve kadına gerekli fırsat eşitliği imkanı sunulması gerekmektedir ve böylece kadının toplumsal hayattaki yerini alması sağlanmalıdır. Kadına yönelik yarı zamanlı iş imkanı oluşturulması, çocuk ve yaşlı bakımı için destek politikalarının üretilmesi gibi kadını iş hayatına yönlendirecek nitelikte çalışmaların yapılması da bir başka gerekliliktir (Berber ve Eser, 2008:15).

Küresel dünya ile rekabet eden ülkemizde, kadınların işgücü piyasasına yeterli katılımının olmayışı adeta bir kısır döngüye neden olmaktadır. Bu soruna ayrıca kadının çalışma hayatına dahil edilmesine yönelik önyargı ve negatif tutumlarda eklenmektedir. Oysa sürdürülebilir kalkınma ve makroekonomik nedenler yeterli derecede gerçekleştirilmiş kadın istihdamını zorunlu hale getirmektedir. Bu çerçevede eğitime yeterli erişiminin sağlanması gereken kadın, sosyo-ekonomik bakımdan önemli derecede beşeri sermayedir. Kuşkusuz kadın istihdamı ile birlikte mevcut işsizlik oranı da düşecek ve kalkınma artacaktır. Kadınların çalışma hayatı için esnek, evden veya yarı zamanlı çalışma gibi bir dizi iyileştirme yapılabilir. Kadının eş ve anne olması, doğurganlık özelliği, çocuk ve yaşlı bakımı, ev temizliği ve yemek yapımı, çalışma hayatına katılımına engel değildir. Kadınlara iş hayatına katılarak kendini gerçekleştirme olanağı sunulmalıdır (Serel ve Özdemir, 2017:144).

Yetişkin Eğitimi ve Kadın

Yetişkin eğitimi, öğrenme sürecini yarıda bırakmış veya ilgi duyduğu eğitim ortamlarına katılarak kendini yenilemeyi ve kişisel olarak geliştirmeyi hedeflemiş bireylere dönük eğitim programlarının tamamını kapsamaktadır. Bugün küreselleşen dünyamızda yetişkin eğitimi bireylerde mesleki-teknik, okuma yazma, genel kültür gibi alanlarda bilgi ve beceri edinme imkanı sunmaktadır. Örneğin dijital çağda yaşayan günümüz insanının, bu yeni dünyaya uyumu, yetişkin eğitimi ile mümkündür. Bilgiye erişimin büyük önem arz ettiği dünyamızda birey ve toplumun bu bakımdan güçlü olması gerekmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle daha çok finans boyutu ve ekonomiye katkıları ele alınan yetişkin eğitime hümanist bir bakış açısı ile yaklaşmak gerekmektedir. Bu çerçevede yetişkin eğitimi, özellikle toplumun dezavantajlı bireylerine yönelik yaptığı çalışmalarla önem arz etmektedir (Kaya, 2014:106). Yetişkin eğitimi, ülkemizde önemi giderek artan ve ulusal bir politika olması nedeniyle birey ile toplum üzerinde farkındalık yaratan bir eğitim sahasını oluşturmaktadır.

Yetişkin eğitimi kaynaklarından en önemlisi mevcut kadın popülasyonudur. Kadınların iş hayatına atılma sürecinin hızlanması ile beraber istihdamın gerektirdiği eğitim ihtiyacı meydana gelmektedir. Yetişkin eğitimi ile kadınlara mesleğin öngördüğü gerekli eğitsel donatılar verilmekte ve sertifikasyon süreci gerçekleştirilmektedir. Okuma yazma becerilerine sahip olan kadın, kendini gerçekleştirerek toplum için faydalı hale gelecektir. Yetişkin eğitimi toplumun tüm kesimlerine hitap eden bir eğitim platformuna sahiptir. Bu çerçevede toplumda dezavantajlı bireylere de yetişkin eğitimi olanağı sunulmaktadır. Kadınlar bu bakımdan yetişkin eğitiminde odak grup olarak değerlendirilmektedir. Kadının sosyalleşmesi, ev ortamından uzaklaşması, ekonomik gelir elde edebilmesi için yetişkin eğitimi zaruri bir ihtiyaçtır. Kısaca toplumda arz talep ilişkisi içerisinde var olan eğitim döngüsü, yetişkin eğitimi ile sunulmaktadır. Fayda

maliyet bakımından yetişkin eğitiminde kadın önemli oranda fayda sağlamakta ve bu durum toplumsal gelişimi artırmaktadır (Toprak ve Erdoğan, 2012:87).

Sosyal Belediyecilik Hizmetleri Kapsamında Kadın

Sosyal devletin, yerelde yansıması olarak bilinen sosyal belediyecilik ile toplumun daha çok dezavantajlı kesimlerine yapılan yardım ve yatırımlar anlaşılmaktadır. Yerinden yönetim kuruluşları olarak bilinen belediyeler halka en yakın hizmet sunan kamu tüzel kişiliğine haiz kuruluşlardır. Son dönemde sosyal belediyecilik misyonu yüklenen yerel yönetimler çalışmalarını bu doğrultuda şekillendirmektedir. Sosyal devletin ülkenin her bölgesine aynı eşitlikte erişmesi sosyal belediyecilik anlayışı ile gerçekleşmektedir. Merkezi yönetimin erişmekte zorlandığı bölgelerde sosyal belediyecilik hizmetleri oldukça önem arz etmektedir. Sosyal belediyecilik hizmetlerinin daha etkin ve verimli olarak yürütülebilmesi için devletin teşvik edici politikalar üretmesi ve yerel yönetimlere finans kaynağı sunması gerekmektedir. Yerel halkın ihtiyaçlarına, isteklerine ve şikayetlerine ancak sosyal belediyecilik faaliyetlerinin kalitesi ölçüsünde ulaşılabilecektir (Berkün, 2017:595).

Sosyal belediyecilik çalışmaları ile yoksul, engelli, toplumsal avantajı olmayan vatandaşlara hizmet götürülmektedir. Sosyal belediyecilik ile aynı zamanda sosyo-kültürel etkinlikler de yapılarak toplumun tüm kesimlerine hizmet sunulmaktadır. Dünyada görülen yerelleşme eğilimi ile sosyal belediyecilik hizmetleri her geçen gün yaygınlaşmakta ve önem kazanmaktadır. Sosyal belediyecilik çalışmaları ile hizmetler daha hızlı, seri bir şekilde gerçekleşmekte, bürokratik engeller aşılmaktadır. Nitelikli bir şekilde sunulan sosyal belediyecilik hizmetleri toplumun ihtiyaçlarını karşılayabilecek potansiyelindedir. Merkezi yönetimle birlikte koordineli olarak yürütülmesi gereken bu hizmet ile görev ve sorumluluklar paylaşılmaktadır. Bu çerçevede belediyelerin yalnızca alt yapı, su, yol, çevre hizmetleri gibi alanlarda faaliyetlerini yürütmesi beklenemez. Belediyeler mevcut hizmetlerinin yanında yerel halkın sosyo-kültürel ve ekonomik ihtiyaçlarını da görmekle mükellef kurumlardır. (Çöpoğlu, 2014:245).

Sosyal politika uygulamalarının yerelde yürütücüsü olan belediyelerin, kadın, engelli, yoksul ve diğer dezavantajlı gruplara yönelik sunacakları istihdam ve eğitim hizmetleri büyük önem arz etmektedir. Kadınların iş hayatına giderek artan bir şekilde katılımları gözlemlenen bir durumdur. Kadını iş hayatına çeken unsurlar ise ekonomik bağımsızlık, sosyalleşme, kendini gerçekleştirme gibi faktörlerdir. Kadının istihdamını sosyal belediyecilik kapsamında yapılan çalışmalarla desteklemek mümkündür. Belediyelerin kadınlar için sunacağı yetişkin eğitimi çalışmaları ile istihdam politikaları bu bakımdan önemlidir. Bu sosyal belediyecilik çalışmaları ile kadın üreten bir konuma yükselecek ve aile ekonomisine katkı sağlayacaktır. Bu çerçevede sosyal belediyecilik çalışmalarında belediyelerin, diğer kamu kurumları, milli eğitim, üniversiteler, meslek odaları, özel sektör ile işbirliği halinde çalışması gerekmektedir. Belediyelerin sosyal politika araçlarını kullanabilmeleri, yerelde kadın istihdamı ile eğitim sorununu çözecek ve istikrarlı bir kalkınma gerçekleştirecektir. (Onay Özkaya, 2009:68).

Mikro ölçekte değerlendirildiğinde kadın eğitimi ve istihdamının kadim bir mesele olduğu ve geçmişten günümüze kadar devam ettiği görülmektedir. Sosyal belediyecilik ile geçmişi olan bu sorun için yerelde ve yerinde çözüm üretilmektedir. Belediyelerin toplumsal bir misyonu olması, kadın eğitimine ve istihdamına yönelik bakış açılarını değiştirmektedir. Birçok kurum, sivil toplum kuruluşu ve belediyenin tüm paydaşlarının katkısı ile kadına yönelik çözüm üreten çalışmalar yapılmaktadır. Beklentileri karşılamak, ihtiyaçları göz önünde bulundurmamak ve kadına yönelik en temel sorunları yerinde çözmek amacıyla sosyal belediyecilik faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Merkezi yönetimin ağır aksak giden uygulamaları ile kadın eğitimi ve

istihdamının istenilen seviyede sağlanması mümkün değildir. Bu çerçevede belediyelere önemli görevler düşmektedir. Sosyal devlet konut, sağlık, emeklilik ve istihdam gibi imkanlar sunmaktadır. Sosyal belediyeçilik çalışmaları, sosyal devlet ilkesi üzerine kurulu olduğundan toplumsal taleplere bu doğrultuda cevap vermelidir. (Kesgin, 2012:179).

SONUÇ

Kadın eğitimi ve istihdamı bir ülkenin kalkınmasının en önemli gereksinimlerinden birini teşkil etmektedir. Kadın eğitildiği takdirde toplum da eğitilecektir. Kadın istihdamı ile bir ülkenin ekonomik büyüme oranı arasında olan ilişki yadsınamaz bir durumdur. Ekonomik büyüme beraberinde işsizlik oranının düşürülmesi, refah payının artması anlamına gelmektedir. Birçok sorunun altında yatan sebep kadının yeterli eğitimi almamış ve istenilen seviyede istihdama dahil edilmemiş olmasıdır. Bu durum özellikle toplumun çekirdeğini oluşturan aile içinde, sorunlar yaşanmasına ve tüm toplumun bu durumdan olumsuz olarak etkilenmesine yol açmaktadır. Kadının bu çerçevede sosyo-ekonomik yapıya dahil edilmesi büyük önem arz etmektedir. Çünkü kadın konumu itibariyle toplumun lokomotifini oluşturmakta ve birçok konuya önderlik etmektedir. Kadına ait problemlerin büyük bir kısmı eğitim ve ekonomi temeline dayanmaktadır. Tüm bu sorunlar ancak devlet eliyle yapılabilecek kadına yönelik politikaların yürürlüğe girmesi ile çözüme kavuşacaktır.

Sosyal belediyeçilik, toplumun yardıma muhtaç, desteklenmesi gereken ve yatırıma ihtiyacı olan bireylere sunulmuş hizmetlerin tamamını kapsamaktadır. Sosyal belediyeçilik ile toplumun her kesimi talep ettiği hizmetlere ulaşma imkanı elde etmektedir. Kadınların istihdamı ve eğitimi de sosyal belediyeçilik kapsamında yapılmakta ve bu doğrultuda isabetli çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Halka en yakınlık ilkesi ile hareket eden belediyeler, yerelin sorunlarını en iyi tespit edebilen kurumlardır. Kadın eğitimi ve istihdamı konusunda işbirliği yapacağı kurumların desteğini alan belediyeler, yerelde hangi kadın eğitimlerine ihtiyaç duyulduğunu da belirleyebilmektedir. Mesleki-teknik, okuma-yazma, genel bilgi ve beceri, hobi, vb. alanlarda kadına yönelik hizmet sunabilen belediyeler, kadın istihdamı için de meslek odaları ve özel sektörle çalışma yapabilmektedirler. Kadın eğitiminde ve istihdamında sosyal belediyeçiliğin rolü bu bakımdan oldukça önemlidir.

Bilgi ekonomisi olarak geçen kavram, günümüz dünyasında toplumu oluşturan tüm katmanların bilgiye erişimini zorunlu tutmaktadır. Bilginin güç olduğu ve ülkeler arasında rekabetin bilgi minvalinde gerçekleştiği bilinen bir durumdur. Kadın eğitimi ve istihdamı da bilgi ekonomisine katkı sağlamaktadır. Kadının eğitimi ve istihdamı aynı zamanda hem ülkenin kalkınmasına yardımcı olur hem de birçok sorun daha meydana gelmeden engellenmiş olur. Bu noktada halka yakınlık bakımından hizmet sunan belediyelere önemli görevler düşmektedir. Belediyelerin yetişkin eğitimi veren kurumlarla işbirliği yapması, kadın eğitiminde yaşanan riskleri minimize edecektir. Aynı şekilde eğitimini tamamlayan kadınların meslek odaları ve özel sektörle tanıştırılması kadına iş bakımından yeni kapılar açacaktır. Sosyal belediyeçilik hizmetleri kadına yönelik politikalar ürettikçe kadın güçlenecek, toplum güçlenecektir.

KAYNAKÇA

Berkün, S. (2017). Türkiye’de Sosyal Belediyeçilik Anlayışı, *Şarkiyat*, 9(2), 582-598.

Berber, M. ve Eser, B. Y. (2008). Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz, *Isguc The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 10(2), 1-16.

- Çöpoğlu, M. (2014). Sosyal Belediyecilik ve Sorunları, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 223-247.
- Kaya, H. (2014). Küreselleşme Sürecinde Yaşam Boyu Öğrenme ve Yetişkin Eğitimi Gerçeği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 9(2), 91-111.
- Karabiyik, I. (2012). Türkiye'de Çalışma Hayatında Kadın İstihdamı. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1), 231-260.
- Kayadibi, F. (2003). Kadın Eğitiminin Önemi ve Kalkınmadaki Rolü, *İstanbul Journal of Sociological Studies*, 28, 19-31.
- Kesgin, B. (2012). Kentsel Yoksulluğa Yönelik Yerinden ve Yerel Müdahale: Sosyal Belediyecilik, *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 169-180.
- Onay Özkaya, M. (2009). Kadın Girişimcilere Yönelik "Strateji Geliştirmede" Yerel Yönetimlerle İşbirliği İçinde Olmak, Mümkün Mü?, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(11), 56 – 72.
- Özaydınlık, K. (2014). Toplumsal Cinsiyet Temelinde Türkiye'de Kadın ve Eğitim. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 33, 93-112.
- Seven, M. A. ve Engin, A. O. (2007). Türkiye'de Kadının Eğitimi Alanındaki Eşitsizlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 177-188.
- Serel, H. ve Özdemir, B. S. (2017). Türkiye'de Kadın İstihdamı ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(3), 134-150.
- Toprak, M. ve Erdoğan, A. (2012). Yaşam Boyu Öğrenme: Kavram, Politika, Araçlar ve Uygulama, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 2, 69-91.
- Tunç, M. (2018). Kalkınmada Kadın Ayrımcılığı ve Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin Rolü: Ülkelerarası Farklı Gelir Gruplarına Göre Yatay Kesit Analiz, *Sosyoekonomi*, 26(38), 221-251.



KAVRAMSAL MAKALE

Gastronomi Turizmi Perspektifinden Kaz Yetiştiriciliği

Arş. Gör. Demet GÜNER, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kastamonu, e-posta: demettas@kastamonu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0691-5562>

Öz

Kaz yetiştiriciliği ve kaz eti üzerinde yoğunlaşan bu derleme çalışmasında gastronomi turizmi ve kaz yetiştiriciliği ilişkisi nasıl kurulabilir sorusuna istinaden öneriler geliştirmek amaçlanmaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda kaz ve kaz eti üzerine yazılmış ulusal ve uluslararası yayınlar derlenmiş, resmi raporlar incelenmiş ve ilgili web siteleri taranmıştır. Kaz yetiştiriciliğinin yüksek olduğu illerde, kaz ürünleri ve kaz yemeklerine yönelik yeterli kayıtların olmadığı ve tescil çalışmalarının eksik kaldığı gözlemlenmiştir. Bu çalışmada derlenen bilgiler ışığında kaz yetiştiriciliğinin yüksek olduğu bölgelerdeki üniversiteler önderliğinde "Kaz Yetiştiriciliği Unesco Kürsüsü" başvurusu yapılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Yine Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümleri ile iş birliği doğrultusunda kaz etine yönelik prezantasyon ve ürün geliştirme çalışmalarının gerçekleştirilmesinin gastronomi turizmi faaliyetlerine katkı sunacağına inanılmaktadır. Son olarak kaz ürünleri özelinde hazırlanmış, besin değeri göstergeli bir katalogun bölgesel tanıtım ve çekicilikte başat faktör olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Kaz Yetiştiriciliği, Kaz Eti, Kaz Yemekleri, Coğrafi İşaret

Makale Gönderme Tarihi: 31.07.2022

Makale Kabul Tarihi: 05.10.2022

Önerilen Atıf:

Güner, D. (2022). Gastronomi Turizmi Perspektifinden Kaz Yetiştiriciliği, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1480-1494.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2022, 5(10): 1480-1494. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1111](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1111)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Goose Breeding from Perspective of Gastronomy Tourism

Research Assistant Demet GÜNER, Kastamonu University, Faculty of Tourism, Kastamonu, e-mail: demettas@kastamonu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0691-5562>

Abstract

In this compilation study, which focuses on goose breeding and goose meat, it is aimed to develop suggestions regarding the question of how gastronomic tourism and goose breeding can be established. For the purpose of the research, national and international publications on goose and goose meat were compiled, official reports were examined and related websites were scanned. In the provinces where goose breeding is high, it has been observed that there are not enough records for goose products and goose dishes and registration studies are incomplete. In the light of the information gathered in this study, it is thought that it is important to apply for the "Unesco Chair of Goose Breeding" under the leadership of universities in regions where goose breeding is high. It is believed that the realization of presentation and product development studies for goose meat in cooperation with Gastronomy and Culinary Arts departments will contribute to gastronomic tourism activities. Finally, it is thought that a catalog with nutritional value, prepared specifically for goose products, is the dominant factor in regional promotion and attractiveness.

Keywords: Gastronomy Tourism, Goose Breeding, Goose Meat, Goose Dishes, Geographical Indication.

Received: 31.07.2022

Accepted: 05.10.2022

Suggested Citation:

Güner, D. (2022). Goose Breeding from Perspective of Gastronomy Tourism, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1480-1494.

GİRİŞ

Turizm ve konaklama ile ilgili alanlarda 30 yılı aşkın süredir gıda ile ilgili çalışmalar yürütülmektedir ve bu çalışmaların 2095 yılına kadar devam edeceğine inanılmaktadır (Okumuş, 2020; Hsu vd., 2022). Bu nedenle gastronomi turizmi çalışmalarında destinasyon envanterlerini odaklayan ve bu envanterleri turizme kazandırmaya çalışan incelemelerin ayrıca önemli olduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle ilgili destinasyona ait gastronomik envanterlerin turizme kazandırılması bölgeyi ziyaret eden turistlerin bağlılık düzeylerini arttıracığı ve gastronomi turizminin geliştirilmesine katkı sunacağına inanılmaktadır. 2027 Turizm Stratejik Planında *gastronomi* "stratejik öncelikli varlık" olarak kabul edilmektedir (Andrade-Suarez ve Caamano-Franco, 2020) ve bu nedenle turizmin geliştirilmesi, koordinasyonu ve kontrolü büyük önem taşımaktadır (Durmaz vd., 2022).

Turizmin bir alt kategorisi olan gastronomi turizmi, bir bölgenin kalkınmasını destekleyen en önemli unsurlardan biridir. Gastronomi turizmi, yöresel lezzetlerin korunmasını ve gelecek nesillere aktarılmasını sağlayarak bölgenin pazarlanması ve tanıtılmasına destek olur. Ayrıca bir destinasyonun rekabet gücünü arttırarak yerel ekonomiyi canlandırır ve bölgesel kalkınmayı olumlu yönde etkiler (Leong vd., 2017). Her ilin kimliğini yansıtan çeşitli gastronomik öğeleri vardır (Çam ve Çılgınoğlu, 2021) ve kaz eti de bunlardan biridir. Kars, Ardahan, Ağrı ve Muş gibi doğu illerinin yanı sıra Türkiye'nin birçok ilinde kaz yetiştiriciliği faaliyetleri süregelmektedir. Bu nedenle kaz etinin gastronomi turizmine kazandırılarak ek bir gelir kaynağı oluşturulması ve yetiştiriciliğin yaygınlaşması önem arz etmektedir. Bu çalışmada da gastronomi turizmi perspektifinden "kaz yetiştiriciliği" üzerine bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır.

Doğal ve sağlıklı beslenme trendleri çerçevesinde; kazların doğal yetiştirilmeleri, kimyasal ve ilaç kalıntı riskinin düşük olması gibi nedenler kaz etinin tüketim potansiyelini arttırmaktadır. Kaz etine olan talebin artması ile birlikte çeşitli araştırmacılar kaz yetiştiriciliği potansiyelini ölçen araştırmalar gerçekleştirmiştir (Boz vd., 2014; Akın ve Çelen, 2020). Çeşitli iller kapsamında kaz yetiştiriciliği potansiyelini araştıran çalışmaların yanı sıra kaz eti üzerine farklı parametreleri değerlendiren duyu analizi çalışmaları da mevcuttur. Kaz eti üzerine yapılmış duyu analizi çalışmalarında; kaz etinin, tavuk, hindi eti ve kırmızı ete göre; koku, yumuşaklık ve lezzet bakımından daha fazla beğeni aldığı saptanmıştır (Kılıç, 2021). Yine bir başka duyu analizi çalışmasında kaz etinden üretilen yan ürünlerin (sosis, sucuk, köfte vb.) genel kabul açısından daha fazla pazar alanı sunduğu sonucuna ulaşılmıştır (Gulbaz ve Kamber, 2008; Hamadani vd., 2013).

Gastronomik bir ürün olarak kaz etinin tanıtım yetersizliği (Özbay vd., 2020) ve kaz eti yetiştiriciliğinin yapıldığı bölgelerin dışında tüketiminin çok yaygın olmaması (Alkan ve Eren, 2019) bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır. Konuyla ilgili şu ana kadar gastronomi turizmi bakış açısıyla kaz yetiştiriciliğinin ilişkilendirildiği herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmada kaz yetiştiriciliğine ilişkin yayınlar derlenerek, mevcut kaz yetiştiriciliğinin genel durumu değerlendirilmiş ve gastronomi turizmi uygulamalarında kaz etinden nasıl yararlanılabileceğine ilişkin öneriler geliştirmek amaçlanmıştır.

KAZ ve KAZ ETİ

Çin'de yapılan güncel bir araştırmada kazların evcilleştirilmesinin 7.000 yıl öncesine dayandığını ve kazların tarihteki en eski evcilleştirilmiş kanatlı türü olduğu saptanmıştır (Eda vd., 2022). Diğer kümes hayvanlarına göre hastalık ve soğuk iklim şartlarına karşı adaptasyonu en yüksek kanatlı türü olarak bilinen kazlar (Gündüz vd., 2019) pek çok amaçla kullanılmaktadırlar. Gastronomik bir değer olarak özellikle yüksek yağ oranına sahip olması kaz etinin daha lezzetli

hale gelmesinde baş faktördür (Hugo, 1995). Yine kaz yumurtası ve ciğerinin besleyici değerinin yüksek olması (Xiangpin, 1998; Xue vd., 2019) diğer kümes hayvanları arasında kazı birkaç adım öne taşımaktadır.

Kaz eti; kümes hayvanları ve diğer hayvan türlerinden elde edilen diğer etlere kıyasla kendine özgü aroma ve lezzet özelliklerine sahip bir et olarak bilinir (Razmaité vd., 2022). Protein açısından zengin olan (% 22,3) kaz eti insan vücudu için gerekli olan tüm temel amino asitleri içermektedir (Wereńska vd., 2021; Fu vd., 2022). Zengin demir ve Omega-3 kaynağı olması sebebi ile insan beslenmesinde önemli ve kaliteli bir hayvansal gıda olarak kabul görmektedir (Liu, vd., 2011; Gündüz, Dölekoğlu ve Say, 2019). Ayrıca düşük kolesterol oranına sahiptir (52-76 mg/100 g) ve çeşitli vitamin-mineralleri içermektedir (Buzala vd., 2019; Orkusuz vd., 2021).

İnsanlar kaz etini yüksek besin değeri (yüksek kaliteli protein ve yağ) ve lezzeti için tüketmektedir (Pingel, 2003). Lezzetinin yanı sıra yumuşaklığı nedeniyle de diğer kümes hayvanları arasında önde gelmektedir (Xiangpin, 1998). Özellikle otlaklarda yetiştirilen kazların eti çoklu doymamış yağ asitleri bakımından yüksektir ve bu nedenle güvenli bir gıda olarak kabul edilmektedir (Wezyk vd., 2005).

Kazın Kullanım Alanları

Kaz bütünüyle her parçasından yararlanılan verimli bir kanatlı türüdür. İnsan beslenmesinde etinden, yumurtasından, yağından, yağlandırılmış karaciğerinden, baş, bağırsak ve ayaklarından faydalanılmaktadır (Bulut, 2020). Kazların kesim ağırlığına ulaşana kadar özenle beslenmeleri onları değerli kılmakta; eti, tüyü ve sakatatlarına olan talebi arttırmaktadır (Çelik, 2007; Tilki vd., 2011; Boz, 2015). Artan talebi karşılayacak arzın henüz sağlanamaması ve kazın yetiştirilme süresinin uzun olması kaz eti fiyatlarına da olumsuz yansımaktadır. Tablo 1.'de belirtilen 2021 yılına ait kümes hayvanı adet fiyatlarına bakıldığında 185.45 TL ile en yüksek satış bedeline sahip kümes hayvanının kaz olduğu görülmektedir. Etlik tavuk cinsi olan broiler tavukları 6 haftada kesime uygun hale gelirken Türkiye'de geleneksel yetiştirilen kazların kesim ağırlığına 24-28 haftalarda ulaştığı bilinmektedir (Çelik vd., 2007; Kırmızıbayrak, 2002; Boz vd., 2014). Bu durumun kaz eti fiyatlarına olumsuz yansıdığı düşünülmektedir.

Tablo 1. 2021 Yılına Ait Kümes Hayvanı Fiyatları

Kümes Hayvanı	Fiyatı (Adet)
Et Tavuğu	37.16 TL
Yumurta Tavuğu	42.31 TL
Hindi	145.40 TL
Ördek	73.19 TL
Kaz	185.45 TL

Kaynak: www.tuik.gov.tr

Kaz eti Türkiye’de genellikle tandırda ya da fırında pişirilerek tüketilmektedir. Kaz eti yemeklerine örnek olarak bulgurlu kazayağı aşı, bulgurlu kaz aşı, kaz paça (şil aşı), kaz börek, kaz yağlı gözleme, kaz ketesi ve kazayağı kavurması verilebilir (Çerkez vd., 2021). Koyun yağı ve kaz yağının kaynatılması ile hazırlanan cızlak ise (Önal, 2014) kaz eti yemeklerinde kullanılmasının yanında ayrıca satışı yapılan gastronomik bir değerdir. Cızlak, bazı yemeklerde kullanılabildiği gibi soğuk olarak da tek başına tüketilebilmektedir (Önal, 2014). Diğer yandan kazdan elde edilen tüm kısımlar (yürek, ciğer, bağırsak baş ve ayaklar) özellikle doğu yörelerinde sevilerek tüketilen yemeklerin ana bileşenleri haline gelmiştir.

Kazın bir yan ürünü olan kaz tüyü ile üretilmiş tekstil ürünleri de büyük ekonomik değere sahiptir. Dünya çapındaki kuş tüyü üretiminin çoğu kazlardan elde edilmektedir. Genç kazlardan (8-10 haftalık) doğal tüy dökme zamanlarında kişi başına elde edilebilecek tüy ve kuş tüyü ilk seferde 80-100 g'dır (Kozak, 2021). Özellikle soğuk kış aylarında hafif, yumuşak ve sıcak tutan yapılarından dolayı, kaz tüyü ile üretilmiş ürünler oldukça değerlidir (Kırmızıbayrak vd., 2016; Oral ve Dirgar, 2017). Kaz tüyünün büyük bir çoğunluğu yastık ve yorgan yapımında kullanılırken bir kısmı kışlık kıyafet üretiminde de kullanılmaktadır (Tilki vd., 2004). Kaz tüyünün doğal ve sınırlı bir üretime dayalı olması, tedarik sıkıntısını da beraberinde getirmekte ve bu durum kaz tüyü ürünlerin fiyatlarına olumsuz yansımaktadır (Kırmızıbayrak vd., 2016).

Dünyada ve Türkiye’de Kaz Üretimi

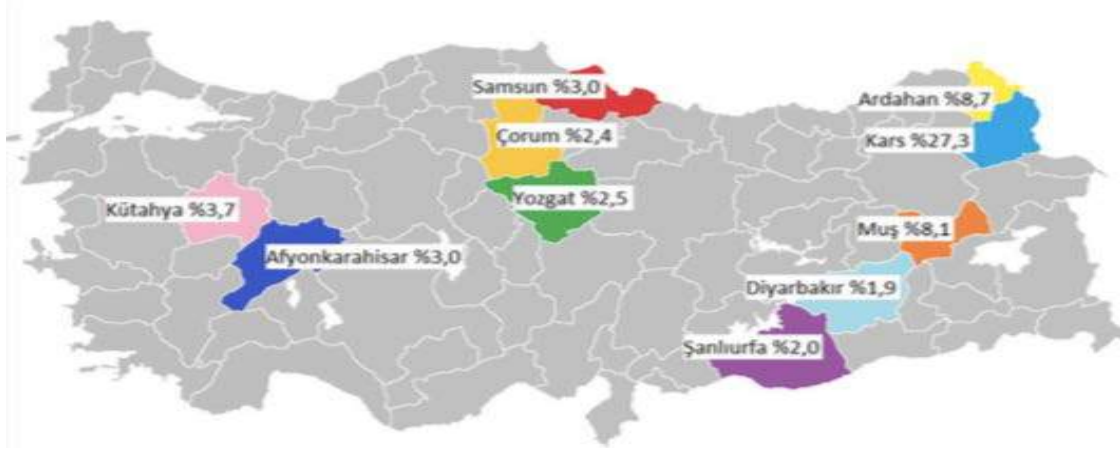
Kaz üretimi 2007 yılı itibariyle FAO istatistiklerine kaydedilmeye başlamıştır. Buna göre, Kaz etinin %95,9'u Asya'da, %2,4'ü Avrupa'da ve %1,4'ü Afrika'da üretilmektedir (www.fao.org). Asya kıtasında en büyük kaz eti üretim hacmine sahip olan Çin'de; yılda yaklaşık 2,52 milyon ton kaz eti tüketilmektedir (Huo vd., 2021). Avrupa'da ise özellikle Fransa ve Macaristan'da ciğeri için kaz yetiştiriciliği yaygındır (Kozák 2011). Afrika'da ise kaz ciğeri üretimi uygulanmamaktadır (Guy vd., 2011).

Kaz etine zengin besin içeriğine rağmen; Asya ülkeleri, Doğu Avrupa ülkeleri ve Türkiye'nin Doğu Bölgeleri dışında önem verilmediği söylenebilir (Çelik, 2007; Taşkın., 2017; Gündüz., 2019). Mozambik, Mısır, Polonya, Romanya, Ukrayna Rusya ve Macaristan Çin'den sonra en çok kaz üretimi yapan ülkelerdir (Bulut, 2020). Türkiye ise kaz üretiminde %0.1'lik pay ile 16. sırada yer almaktadır (www.arastirma.tarimorman.gov.tr).

Türkiye’de kaz yetiştiriciliği, çoğunlukla küçük ölçekli aile işletmeleri tarafından geleneksel yetiştirme sistemi ile kırsal alanlarda yapılmaktadır. Kaz yetiştiriciliği, iklimin daha sert ve temiz akarsu kaynaklarının bol olduğu çayır alanlarına sahip yörelerde yapılmaktadır. Bu nedenle kaz yetiştiriciliğinin yapıldığı iller arasında sert kış koşullarına sahip olan iller yüksek üretim payına sahiptir (Özbay vd., 2020). Türkiye’de canlı kaz varlığının bölgesel dağılımı incelendiğinde, 2019 yılında %40,7 oranı ile en çok Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde yetiştirildiği görülmektedir (bkz. Şekil 1). Türkiye’de kaz yetiştiriciliğinin yapıldığı iller arasında en fazla üretim Kars’a aittir. Kars’ı sırayla Türkiye’de kaz varlığı 20.000’den fazla olan iller olan Ardahan, Muş, Kütahya, Samsun, Afyonkarahisar, Yozgat, Çorum, Şanlıurfa ve Diyarbakır takip etmektedir (www.arastirma.tarimorman.gov.tr).

Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin kaz yetiştiriciliği yapmak isteyenlere yönelik çeşitli teşvik politikaları mevcuttur. Tarım ve Orman Bakanlığı genç çiftçi hibeleri, TKDK (Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu) destekleri ve diğer kamu destekleri kaz yetiştiriciliğine yeni bir ivme kazandırmıştır. Ancak, bilgi kirliliği, hatalı üretim teknikleri, kuluçka veriminin düşüklüğü gibi etmenler kaz yetiştiriciliği sürecini olumsuz etkilemektedir (Demir vd., 2013). Yine Tarım ve Orman Bakanlığı’nun yatırım destekleme araçlarından biri olan IPARD Programı

(2014-2020) kapsamında, 100-1.000 kaz kesim kapasiteli kesimhaneler için 30.000-3.000.000 € olan yatırımların ortalama yarısı hibe olarak verilmektedir. 350-3.000 kaz kapasiteli üretim yapan işletmelerde ise yeni kümes yapımı ve alet-ekipman alımı gibi fiziki varlıklara yönelik yatırımlar %70'e kadar desteklenmektedir (www. arastirma.tarimorman.gov.tr).



Şekil 1. Türkiye’de Kaz Varlığı Yüksek Olan İller

Kaynak: (www. arastirma.tarimorman.gov.tr).

YÖNTEM

Türkiye’de kaz yetiştiriciliğinde bölgesel olarak Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi önde gelmektedir. Ancak yetiştiricilik tamamen köy koşullarında süregelmekte ve ailenin kendi et ihtiyacının bir kısmını karşılamaya yöneliktir. Bu nedenle dünyada pek çok ülkede önemli bir yer tutan kaz yetiştiriciliği, Türkiye’de çok fazla bilinmemektedir. Buradan hareketle gastronomi turizmi aracılığı ile Türkiye’de kaz etinin bilinirliği nasıl arttırılabilir sorusunun cevabı aranmaktadır. Aynı zamanda kaz yetiştiriciliği ve turizm ilişkisi nasıl kurulabilir buna yönelik öneriler geliştirmek amaçlanmaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda kaz ve kaz eti üzerine yazılmış ulusal ve uluslararası yayınlar derlenmiş, resmi raporlar incelenmiş ve ilgili web siteleri taranmıştır. Türkiye’deki gastronomi turizmi uygulamalarında kaz etinden nasıl yararlanılabileceğine ilişkin öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Araştırmada incelenen yayınlar, “Google Scholar, Sobiad, Web of Science, Science Direct, Scopus ve Ulakbim veri tabanlarından alıntılanmıştır. Araştırmanın genel çerçevesi çalışmanın güncel olabilmesi açısından ağırlıklı olarak son 5 yıldaki (2017-2022) kaynaklardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Kaz yemeklerine ilişkin tanıtım durumu ise, Kaz varlığı yüksek illerin Kültür ve Turizm Müdürlüğü web siteleri incelenerek yorumlanmıştır. Kaz yemeklerine yönelik tescil çalışmaları ise “Coğrafi İşaretler Portalı ve Slow Food” web siteleri incelenerek değerlendirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler doküman analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Doküman analizi, basılı ya da elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri sistematik bir yöntemle incelemeye olanak sağlamaktadır (Kıral, 2020).

GASTRONOMİK BİR DEĞER OLARAK KAZ

Kaz yetiştiriciliği yapılan bölgelerde birçok ailenin temel geçim kaynağı olan kaz, bölge halkının yemek kültürüne de doğrudan etki etmektedir. Gastronomik değer olarak bakıldığında yöresel

olarak kaz eti ile yapılan çeşitli yemeklere rastlamak mümkündür. Kaz yetiştiriciliğinin en çok yapıldığı Kars mutfak kültürüne özgü kaz yemeklerinin başlıcaları kaz yağı gözlemesi, kaz hengeli, kaz hoşosu, kazayağı pilavı olarak sıralanabilir (Diker ve Deniz, 2017). Samsun'da ise kaz ile yapılan yemekler ilçelere göre farklılıklar göstermekle birlikte, kaz tiriti, kaz bastırması, kaz asması gibi çeşitlerle karşımıza çıkmaktadır. Yozgat yöresinde ise genellikle özel günlerde tüketilen kaz eti, arabaşı (ara-aşı) çorbasında ve sarmada kullanılmaktadır (Boz vd., 2014).

Kaz, genellikle tandırda veya fırında pişirmek sureti ile bulgur pilavı eşliğinde hazırlanıp sunulan bir üründür. Özellikle kurutulmuş kaz etinden yapılan yemekler geleneksel mutfak kültürünün ve sosyal yaşamın vazgeçilmez unsurlarıdır. Kaz yetiştiriciliğinin çoğunlukla yapıldığı Kars, Ardahan ve Muş illerinde ilk kar yağışından sonra kazlar kesilmeye başlanmaktadır. Kaz yetiştiriciliğindeki yaygın inanış, kazın etinin lezzetli olması için kar ve buz yemesi gerektiği yönündedir (Belli ve Belli, 2012). Kar yiyen kaz etinde yağ oranının dengelendiği, bu sebeple etin daha lezzetli olduğu ifade edilmektedir (Bayat, 2020). Ayrıca yetiştiriciliğin olmadığı farklı bölgelerde bazı otel ve restoranlar haftanın belli günlerine özel kaz eti içeren menüler hazırlayıp misafirlerine sunmaktadır. Yine sadece kaz etinin ikram olarak sunulduğu özel kaz geceleri düzenleyen bazı işletmelerin kaz etinin tanıtımı için önemli girişimlerde bulunduğu söylemek mümkündür.

Kaz etinin alışık olduğumuz şekillerde (haşlama, kızartma, fırınlama, tandırda) pişirilmesinin yanı sıra asılarak, odun ateşinde pişirildiği formunu da görmemiz mümkündür. Samsun'un Havza ilçesi kırsalında belli bir ritüel gerektiren "ferfene" kaz asma geleneği; sosyalleşme ve paylaşım duygusunu artırma amaçlı sürdürülmektedir (Usta, 2021). Bir diğer kaynakta "sıra gecesi" olarak da adlandırılan kaz asma geleneği Samsun'un Vezirköprü ilçesinde hala süregelmektedir. Vezirköprü'ye bağlı Bahçekonak köyünde devam ettirilen gelenekte en az 20 gün besiyeye alınan kazlar, özel bir bacada ipe asılarak pişirilmektedir. Bahçekonak'ta hala süregelen kaz asma geleneği Aralık-Mart ayları arasında gerçekleştirilmektedir (www.samsun.ktb.gov.tr).



Resim 1. Asılı Kaz Görseli

Kaynak: (www.samsun.ktb.gov.tr)

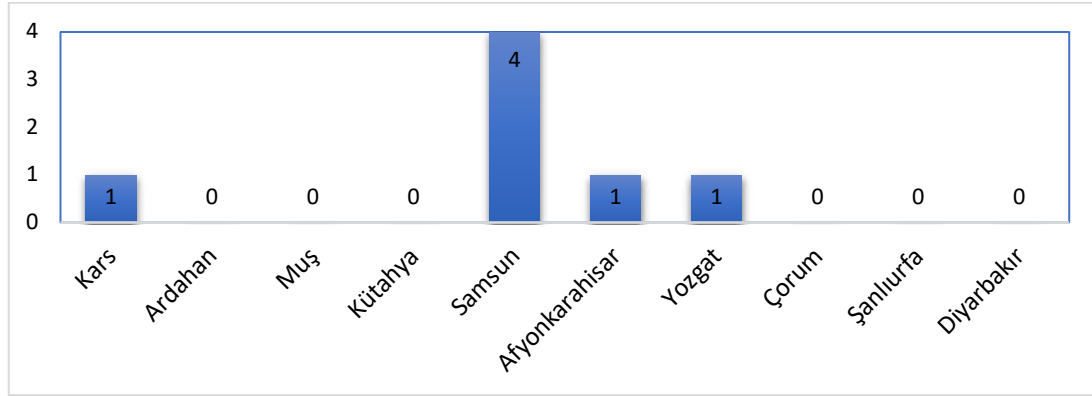
Kars'ta kaz eti odağında faaliyet gösteren ilk restoran olan 'Kars Kaz Evi', geleneksel kaz eti yemeklerinin korunması, tanıtımı ve yaygınlaştırılması adına önemli bir gastronomi turizm durağıdır. 2008 yılında Nuran Özyılmaz tarafından açılan Kars Kaz Evi'nde kaz etine son derece rağbet gösterilmektedir. Aynı anda 110 kişiye hizmet verebilecek kapasitede olan "Kars Kaz Evi'nin en yoğun olduğu dönem, kaz etinin de en lezzetli olduğu aylar olan Aralık, Ocak, Şubat ve Mart aylarıdır (Özyılmaz, 2021). Restoranda misafirlere ikram edilen kaz, suda haşlandıktan sonra fırınlamak sureti ile pişirilmektedir. Haşlama suyunda bulgur pilavı yapılan kaz, bu pilav eşliğinde servis edilmektedir.

Kars Kaz Evi'nin açıldığı dönemde kaz eti işleyen restoran sayısının yetersiz olduğu, bu nedenle kaz tedarikinin de zor olduğu ifade edilmektedir. Kaz etinin her daim tedarikinin kesintisiz

olması adına 2010 yılında *Kaz Yetiştiriciliği ve İrkını Devam Ettirme Derneği* kurulmuştur (Özyılmaz, 2021). Aynı zamanda Birleşmiş Milletlerden “Sürdürülebilir Kaz Kazı Projesi” için destek alınarak kaz yetiştiriciliği yapan kadınlar için eğitim projesi hayata geçirilmiştir. Bu proje ile 40 kadına kaz yumurtası verilerek kaz yetiştiriciliği eğitimleri ile kaz eti tedarik sürecine dahil olmaları ve ekonomik özgürlüklerini kazanmaları sağlanmıştır. Şu anda kaz yemeği yapan birçok işletme olduğu ve şimdilerde Kars’ın tüm köylerinde kaz yetiştiriciliği yapıldığı bilinmektedir.

Türkiye Kaz Yetiştiricileri Derneği ve Yozgat Kaz Yetiştiriciliği Derneği gibi birçok aktif dernek Türkiye’nin artan kaz talebini karşılamaya yönelik çalışmalar sürdürmektedir. Kaz derneklerinin yanı sıra, Türkiye’nin dört bir tarafında düzenlenen “Kaz Geceleri” yöre insanlarını bir araya getirme görevi görmekle birlikte lezzetli kaz etinin çok daha fazla insan tarafından bilinirliğini sağlaması açısından önemlidir. Kazın ve kaz ürünlerinin önemini ve değerini anlamak ve anlatmak adına başta İstanbul, İzmir ve Kars olmak üzere birçok ilde kaz festivalleri düzenlenmektedir (Özbay vd., 2020).

Şekil 2’de kaz varlığı olan illerin Kültür ve Turizm Müdürlüğü web sayfalarında tanıtımı yapılan kaz yemeği sayıları verilmiştir. Kaz eti ya da sakatatı ile hazırlanmış sınırlı sayıda yemeğin tanıtımının yapıldığı görülmektedir. Kars’a ait olan kaz çekmesi, Samsun’a ait olan kaz çevirmesi, kaz asması, kaz tiridi, Yozgat ve Afyonkarahisar’a ait arabaşı dışında diğer illerin web sitesinde herhangi bir kaz yemeğinin olmadığı görülmüştür.



Şekil 2. Kaz Varlığı Yüksek İllerin Kültür ve Turizm Müdürlüğü Web Sitelerindeki Kaz Yemeklerinin Sayısı

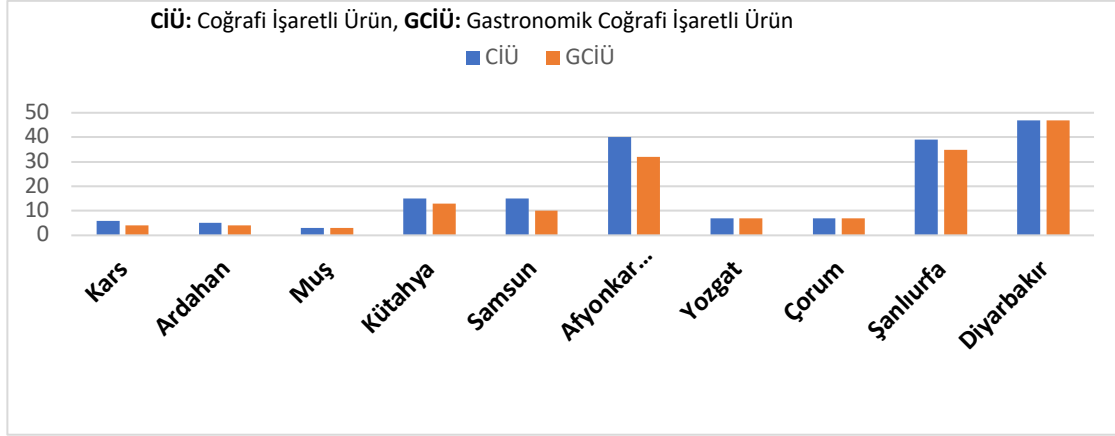
Kaz Etine Yönelik Tescil ve Koruma Çalışmaları

Bir destinasyona ait yöresel kıyafetlerin, tatların ve ürünlerin tanıtılması o destinasyona ilişkin somut olmayan kültürel mirasında yansıtılması anlamına gelmektedir. Bu kapsamda iller kendilerine özgü ürünlerinin coğrafi işaret tescillerini almak için yarış içindedir (Temizkan vd., 2021). Türkiye’de kaz yetiştiriciliği ile öne çıkan illerin 2022 yılına kadar alınmış tüm coğrafi işaret tescilli ürünleri sayısal olarak Şekil 3’de ifade edilmiştir.

Şekil 3’de yer alan illerin coğrafi işaretli ürünleri incelendiğinde toplam 162 adet gastronomik ürünün tescillendiği belirlenmiştir. Ancak 162 adet bu ürün arasından ancak iki ürünün kaz eti içeren yemekler olduğu görülmüştür. *Samsun Kaz Tiridi* ve *Ardahan Kaz Eti* dışında herhangi bir ilin kaz üzerine tescillenmiş bir yemeğinin olmadığı tespit edilmiştir. *Geleneksel Kurutulmuş Kars Kaz Eti* için ise coğrafi işaret başvurusunda bulunulduğu ancak başvurunun henüz

¹ Bu tabloda yer alan veriler söz konusu illerin “İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü “ web sitelerinden alınmıştır. Söz konusu kaynakların her biri kaynakça kısmında verilmiştir.

sonuçlanmadığı görülmüştür (www.turkpatent.gov.tr). Coğrafi işaretli ürünlerin başvuru ve tescil tarihleri 3 ay ile 6 yıl arasında değişen süreler bulunmaktadır. Dolayısıyla coğrafi işaretli ürünlerin tescil sürecinin, ürünün durumuna ve başvuru formuna göre değişmektedir (Ünal, 2022).



Şekil 3. Kaz Yetiştiriciliğinde Öne Çıkan İllerin Coğrafi İşaretli Ürün Sayıları

Kaynak: (www.turkpatent.gov.tr)

Kaz'a ya da kaz etine yönelik uluslararası tescil ve koruma çalışmaları incelendiğinde, Slow Food'a ait koruma projelerinden biri olan Ark of Taste (Nuh'un Ambarı) katalogunda Kars Kazı'nın yer aldığı gözlemlenmiştir. Geleneksel gıdaları koruma altına alan Slow Food kuruluşunun dünya çapında koruma altına aldığı ve farkındalık yaratmak için geliştirdiği Ark of Taste ağında Türkiye'den 79 adet gastronomi ürünü yer almaktadır (www.fondazione Slow Food.com).

Gastronomi Turizmi ve Kaz Yetiştiriciliği

Kırsal bölgelerdeki turizm faaliyetlerinin canlandırılması köyden kentlere göçün önüne geçmek, bölge halkının refah seviyesini yükseltmek, istihdam olanaklarını arttırmak, yol, su, ulaşım gibi altyapı sorunlarını çözmek için önemli görülmektedir (Özyakışır, 2017). Bu anlamda gastronomi turizmi faaliyetlerinin kalkınmada önemli bir rolü olduğuna inanılmaktadır. Gastronomi turizmi, yeme içme deneyimini yaşamak için bir bölge ya da işletmeye seyahat etme davranışı olarak tanımlanabilir (Harrington ve Ottenbacher, 2010; Güzel-Şahin ve Ünver, 2015). Gastronomi turizm faaliyetinde bulunan ziyaretçilerin temel motivasyonu, yörenin yerel yemek kültürünü tanıyıp, o yöreye özgü yeme-içme deneyimi yaşamaktır. Gastronomi turizmi faaliyetlerinin artmasının yerli ve yabancı turistler için motivasyon kaynağı olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Meriç, 2021).

Gastronomik kimliğe sahip ürünleri deneyimleyen turistler, bu yöresel ürünlerin tanınırlığının artması ve kullanım alanlarının genişlemesi için çok önemli bir fırsat kapısı oluşturmaktadır. Aynı özelliklere sahip birçok turizm destinasyonu, rakipleri ile rekabet edebilmek adına farklı çekicilikte turizm faaliyetleri geliştirmek zorundadır. Gastronomi turizmi etkileşimi ile bazı turizm destinasyonlarının çekiciliği artmış, yemek yapma geleneklerinin korunması ve gelişmesi sağlanmıştır (Deveci vd., 2013).

Doğu Ekspresi ile beraber Kars, çekici bir turizm destinasyonu haline gelmiş, böylece gastronomi turizminin de gelişim potansiyeli yükselmiştir (Bulut, 2020). Kars'ın Boğatepe köyünde Türkiye'nin ilk ve tek peynir müzesinin bulunması, köye turistik çekicilik kazandırarak hem köydeki göçü durdurmuş hem yöre halkına istihdam olanağı sağlamıştır (Abacılar ve Korkusuz, 2020). Bu anlamda Kars kırsalında açılacak ve kurutulmuş kaz eti ikramı ve satışı yapılabilecek bir gastronomi müzesinin gastronomi turizmi faaliyetlerine katkı yapacağına inanılmaktadır.

Son yıllarda Türkiye'de kaz etine yönelik talep artışında Kars ve Ardahan yörelerinde artan turist sayısı da etkili olmuştur. Kars ilinin tescilli gastronomik değerlerinden gravyer peyniri (Boğatepe gravyeri) ve balın yanı sıra henüz başvuru durumunda olan kurutulmuş kaz etinin de tanınması ve değer görmesi kırsalda yaşayan üreticiyi olumlu etkileyecektir. Yine Ardahan kaz etinin coğrafi işaretle tescillenmesi kaz etinin turizm unsuru olarak değerlendirilmesinin bir diğer kanıtıdır. Bu durumun bölgedeki diğer turizmle ilgili sektörlerle çarpan etkisi yaratacağı söylenebilir (Özyakışır, 2017).

TARTIŞMA ve SONUÇ

Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinde deniz turizminden, kış turizmine, sağlık turizminden inanc turizmine, kırsal turizmden gastronomi turizmine kadar farklı turizm türleri ilgi görüp, ziyaretçi çekmektedir. Turizm çeşitliliğinin artması kırsal kalkınmayı doğrudan etkilediği gibi, istihdam yaratarak bölge ekonomisinin gelişmesini de desteklemektedir. Bu çalışmada da kaz yetiştiriciliğinin yapıldığı bölgelerde kaz eti özelinde gastronomi turizmi faaliyetlerinin nasıl geliştirilebileceği üzerinde durulmuştur.

Kaz eti, dünya kanatlı eti üretiminin ancak %2'sini oluşturmasına rağmen, iklim faktörlerinin tavuk beslemek için elverişsiz olduğu bölgelerde et arzında önemli bir rol oynamaktadır (Kozák, 2021). Aynı zamanda kaz etine olan talep artışının kırsaldan kente olan göçün önüne geçebilecek bir iş kolu oluşturabileceği düşünülmektedir. Kurulan kaz dernekleri, kaz yetiştiriciliği ile ilgili düzenlenen çalıştay ve toplantılar, kaz geceleri gibi sosyal etkinlikler kaz etine olan ilginin artmasını sağlamaktadır. Artan bu ilgi eğer doğru şekilde değerlendirilirse yetiştiriciliğinin yapıldığı bölgelerin turizm faaliyetlerine de önemli katkılar sağlayacaktır.

Son yıllarda tüketicilerin doğal ve sağlıklı beslenme arayışları özellikle pandemi dönemi ile birlikte yoğun ilgi görmeye başlamıştır. Kaz yetiştiriciliğinin organik üretime uygun bir yapısının olması sebebiyle etinin daha sağlıklı ve güvenilir bulunması ürünlerin pazarlama stratejisi açısından avantaj yaratmaktadır (Çelik ve Bozkurt, 2009). Mevcut şartlarda devlet teşvikleriyle yaygınlaşmaya başlayan kaz yetiştiriciliği kaz etine erişimin önünü açacaktır. Yine kaz eti özelinde yapılmış son 5 yıldaki bilimsel çalışmaların sayısındaki artış kaz etinin farklı yönlerinin ortaya koyulmasını desteklemektedir. Şu ana kadar dördüncüsü düzenlenen Türkiye Kaz Yetiştiriciliği Çalıştay'ının da katkısıyla gastronomi ve mutfak sanatları, gıda ve ziraat mühendisliği, veterinerlik, beslenme ve diyetetik alanlarından çeşitli akademisyenlerin katılımıyla kaz yetiştiriciliğinin gelişimi konusunda farklı öneriler geliştirilmiştir. Bu çalışmayla da kaz yetiştiriciliği faaliyetlerinin gastronomi turizmi aracılığı ile turizme kazandırılacağı düşünülmektedir. Konuyla ilgili önerileri şöyle özetlemek mümkündür;

- 1) Derlenen veriler ve elde edilen sonuçlar incelendiğinde, kaz yetiştiriciliği yapılan bölgelerdeki gastronomi turizmi faaliyetlerinin geri planda olduğu gözlemlenmiştir. Kaz eti ile hazırlanan kayıtlı yemek çeşidinin az oluşu, gastronomi turizminin gelişiminin önündeki en büyük engellerden biridir. Kaz eti ile hazırlanan yöresel yemeklerin kayıt altına alınarak tanıtımının yapılması ve menülerinde kaz etine yer veren işletme

- sayısının arttırılması kaz yetiştiriciliğine doğrudan etki ederek turizm faaliyetlerini de canlandırabilir.
- 2) Kaz etine dikkat çekmek ve kaz yetiştiriciliğini teşvik etmek adına kaz yetiştiriciliği yapılan illerdeki üniversiteler “Unesco Kürsüsü” başvurusunda bulunabilir. Unesco kürsüleri üniversiteler arası, uluslararası ve milletler arası iş birliğini teşvik ederek bilgi aktarımını sağlamaktadır. Unesco Kaz Yetiştiriciliği Kürsüsü, kaz üretimine uluslararası bir farkındalık kazandırabilir.
 - 3) Kaz üretime yönelik uygulamaların yanı sıra, satış için de uygun iç ve dış pazar alt yapısının oluşturulması büyük önem taşımaktadır (Şengül ve Yeter, 2020). Kaz üreticilerinin, perakende ve toptan satış yapan web siteleri ile iş birliği yaparak kaz eti erişilebilirliğinin arttırılmasına katkı sunması gerekmektedir. Diğer yandan, kaz yetiştiriciliği faaliyetleri ile birlikte gastronomi turizminin gelişmesi için mutlaka dijital dünyada var olmak gerekir. Özellikle Covid-19 pandemisi sonrası, tüketici işlenmiş ya da doğal yöntemlerle işlenip hazırlanmış ürünlere oldukça ilgi göstermeye başlamıştır. Ancak internet tabanlı satış kanallarında kaz eti gibi doğal üretim yöntemine sahip, sağlıklı ve kaliteli bir hayvansal protein kaynağının satışının çok kısıtlı olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle özellikle bölgedeki kadın dernekleri ile iletişime geçilerek ekonomik özgürlüğü kısıtlanmış kadınların kaz yetiştiriciliği konusunda bir pazarlamacı olmaları, sosyal medyayı bu anlamda etkili kullanmaları için girişimcilik eğitiminin verilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.
 - 4) Kaz yetiştiriciliğinin yapıldığı il belediyeleri ve kanatlı hayvan sektör temsilcilerinin katılım gösterdiği çalıştayların sayısının arttırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Türkiye'nin mevcut kaz sayısının ve kaz etine yönelik tanıtım faaliyetlerinin arttırılması gibi konular sektörün tüm paydaşları ile daha somut bir şekilde ele alınarak kalıcı çözümler geliştirilebilir.
 - 5) Yöresel yemek hizmeti veren işletmelere, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğretim elemanları tarafından, kaz etine yönelik porsiyon ve prezantasyon eğitimleri verilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Yine kaz etinin değerlendirilebileceği reçetelerin geliştirilmesinin ve tüketici beğenisine sunulmasının gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik önemli bir adım olacağına inanılmaktadır.
 - 6) Kaz yetiştiriciliği ile ön plana çıkan illerin tanıtım sitelerinde kaz yemekleri üzerine hazırlanmış kapsamlı bir kataloğun yer alması bölgeyi ziyaret eden turistler için yönlendirici ve bilgilendirici olacaktır. Kaz etiyile üretilen tariflerin geliştirilmesi noktasında Gıda Mühendisliği ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü öğretim elemanları ile iş birliği yapılabilir. Detaylı içerik ve besin değerlerinin de yer aldığı bir kataloğun bir projelendirme çalışması ile hazırlanabileceği düşünülmektedir.
 - 7) Son olarak gelecek araştırmalarda kaz yetiştiriciliğini diğer turizm türleri ile ilişkilendiren çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Örneğin kaz yetiştiriciliğinin TATUTA (Tarım-Turizm-Takas) projesine nasıl uyarlanabileceği konusunda “Kırsal Turizm” bakış açısıyla konu irdelenebilir.

KAYNAKÇA

- Abacılar, D. ve Korkusuz, T. (2020). Boğatepe (Kars) Köyünde Kırsal Turizm Faaliyetlerinin Coğrafi Bir Bakış Açısı ile İncelenmesi, *Social Science Development Journal*, 5(22): 203-220.
- Akın, Y. ve Çelen, M. F. (2020). Ege Bölgesinde Kaz Yetiştiriciliği ve Bölge Mutfak Kültüründe Kazların Önemi, *Uşak Üniversitesi Fen ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 4(1): 28-39.

- Alkan, S. ve Eren, E. (2019). Ağrı İlinde Kaz Yetiştiriciliğinin İncelenmesi. *Mediterranean Agricultural Sciences*, 32(2): 251-256.
- Andrade-Suárez, M. and Caamaño-Franco, I. (2020). The Relationship Between Industrial Heritage, Wine Tourism, and Sustainability: A Case of Local Community Perspective, *Sustainability*, 12(18): 7453.
- Bayat, G. (2020). Kars'ın Yerel Yemekleri ve Yerel Ürünlerin Kars'taki Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kullanımının Sürdürülebilir Gıda Kapsamında Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*: 4(3): 2640-2654.
- Belli, O. ve Belli, G. S. (2011). Kars Bölgesi'nde Kaz Etinden Yapılan Yemekler. III. Uluslararası Doğu Anadolu Bölgesi Geleneksel Mutfak Kültürü ve Erzurum Yemekleri Sempozyumu, 19-21 Ekim, 2011, Erzurum, Türkiye.
- Boz, M. A. (2015). Doğal ve Yapay Kuluçka ile Elde Edilen Kazların Entansif Koşullarda Büyüme, Kesim ve Karkas Özelliklerinin Belirlenmesi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun, Türkiye.
- Boz, M. A., Sarıca, M. ve Yamak, U. M. (2014). Yozgat İlinde Kaz Yetiştiriciliği, *Tavukçuluk Araştırma Dergisi*, 11(1): 16-20.
- Bulut, E. (2020). 500 Adet Kapasiteli Kaz Kümesi Projesi. <https://www.tarimorman.gov.tr/SGB/TARYAT/Belgeler/Projeler/kaz%20KİTAPÇIK.pdf> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].
- Buzala, M., Adamski, M. and Janicki, B. (2019). Characteristics of Performance Traits and The Quality of Meat and Fat in Polish Oat Geese, *World's Poultry Science Journal*, 70: 531-542.
- Çam, O. ve Çilginoğlu, H. (2021). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1): 176-192.
- Çelik, B. (2007). Muş Yöresi Yerli Kazlarında Kesim ve Karkas Özellikleri. Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Afyon, Türkiye.
- Çelik, B. ve Bozkurt, Z. (2009). Muş Yöresi Yerli Kazlarında Kesim ve Karkas Özellikleri, *Lalahan Hayvancılık Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 49(1): 37-46.
- Çelik, S., Özmelioglu, K., Karaali, A. ve Özdemir, V. (2007). Etlik Piliç Yetiştiriciliği. (<https://www.tarimorman.gov.tr/HAYGEM/Belgeler/Hayvanc%C4%B1l%C4%B1k/Kanatl%C4%B1%20Yeti%C5%9Ftiricili%C4%9Fi/2020%20YİLİ/EtlikPilicYetistiriciligi18072007.pdf>) [Erişim Tarihi: 26.08.2022].
- Çerkez, M. (2021). Tarihi ve Kültürel Özellikleri ile Kars'taki Turizm Faaliyetlerinde Gastronomik Unsurların Önemi, *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(50): 43-63.
- Demir, P. Kırmızıbayrak, T. ve Yazıcı, K. (2013). Kaz Yetiştiriciliğinin Sosyo-Ekonomik Önemi, *Ankara Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, 60: 129-134.
- Deveci, B. Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2): 29-34.
- Diker, O. ve Deniz, T. (2017). Kars Kültürel ve Gastonomik Kimliğinde Kaz, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22(38): 189-204.

Durmaz, Y., Çayırağası, F. ve Çopuroğlu, F. (2022). The Mediating Role of Destination Satisfaction Between the Perception of Gastronomy Tourism and Consumer Behavior During Covid-19, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28: 100525.

Eda, M., Itahashi, Y., Kikuchi, H., Sun, G., Hsu, K. H., Gakuhari, T. and Nakamura, S. (2022). Multiple Lines of Evidence of Early Goose Domestication in a 7,000-Y-old Rice Cultivation Village in The Lower Yangtze River, China, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119(12): e2117064119.

FAOSTAT. Meat, Poultry Production. Meat, Goose and Guinea Fowl Production <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QL> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].

Fu, X., Hou, Z., Liu, W., Cao, N., Liang, Y., Li, B. and Huang, Y. (2022). Insight into The Epidemiology and Evolutionary History of Novel Goose Astrovirus-Associated Gout in Goslings in Southern China, *Viruses*, 14(6): 1306.

Gulbaz, G. and Kamber, U. (2008). Experimentally Fermented Sausage from Goose Meat and Quality Attributes, *Journal of Muscle Foods*, 19: 247–260.

Guy, G., L. Lamothe and X. Fernandez. (2011). Is the Spontaneous Fattening of Water Fowl Liver a Realistic Alternative to over Feeding, on the Basis of the Current State of Scientific Knowledge?" X. Nemzetközi Baromfitenyésztési Szimpózium [10th International Conference on Poultry Production], 6 April 2011, Kaposvár.

Gündüz, S., Dölekoğlu, C., ve Say, D., (2019). Kaz Eti Tüketim Tercihleri ve İkame Ürünlerle Duyusal Analiz, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 16: 32-40.

Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2): 63-73.

Hamadani, H., Khan, A., Salahudin, M., Sofi, A. H. and Banday, M. (2013). Slaughter and Carcass Characteristics, Sensory Attributes and Consumer Acceptability of Geese Meat, *Indian Journal of Poultry Science*, 48: 223–227.

Harrington, R. J. and Ottenbacher M. C. (2010). Culinary Tourism-A Case Study of The Gastronomic Capital, *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1): 14–32.

Hsu, F. C., Liu, J. and Lin, H. (2022). Affective Components of Gastronomy Tourism: Measurement Scale Development and Validation, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9): 3278-3299.

<https://afyon.ktb.gov.tr/TR-63460/yoresel-yemekler.html> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].

<https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasalar%C4%B1/2021-Ocak%20Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Raporu/Kaz%20ve%20Be%C3%A7%20Tavu%C4%9Fu%20Eti,%20Ocak-2021,Tar%C4%B1m%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Piyasa%20Raporu.pdf> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].

<https://ardahan.ktb.gov.tr/TR-55773/kebablar.html> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].

<https://corum.ktb.gov.tr/TR-58764/ne-yenir.html> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].

<https://data.tuik.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].

<https://diyarbakir.ktb.gov.tr/TR-56912/ne-yenir.html> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].

- <https://kars.ktb.gov.tr/TR-54860/kars-yoresi-yemek-kulturu.html> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].
- <https://kutahya.ktb.gov.tr/TR-69393/yoresel-yemekler.html> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].
- <https://mus.ktb.gov.tr/TR-56176/ne-yenir.html> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].
- <https://samsun.ktb.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].
- <https://sanliurfa.ktb.gov.tr/TR-164334/urfa-yemekleri.html> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].
- <https://www.fondazioneSlowFood.com/en/nazioni-arca/turkey-en/> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].
- <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/> [Erişim Tarihi: 25.08.2022].
- <https://yozgat.ktb.gov.tr/TR-91645/yemeklerimiz.html> [Erişim Tarihi: 26.08.2022].
- Hugo, S. (1995). Geese: The Underestimated Species, *World Animal Review*, 83(2): 64–67.
- Huo, W., Weng, K., Gu, T., Zhang, Y., Zhang, Y., Chen, G. and Xu, Q. (2021). Difference in Developmental Dynamics Between Subcutaneous and Abdominal Adipose Tissues in Goose (*Anser Cygnoides*), *Poultry Science*, 100: 101185.
- Kılıç, B. (2021). Gastronomik ve Ekonomik Bir Değer Olarak Kaz Etinin Beğenilirliği: Duyusal Kriterler Üzerinden Bir Araştırma, *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(62): 560-586.
- Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15): 170-189.
- Kırmızıbayrak, T. (2002). Kars İlinde Halk Elinde Yetiştirilen Yerli İrk Kazların Kesim ve Karkas Özellikleri. *Turkish Journal Veterinary Animal Sciences* 26: 667-670.
- Kırmızıbayrak, T., Yazıcı, K. ve Boğa Kuru B. (2016). Kazlarda Tüy Verimi ve Kalite Özellikleri ile Dünyada ve Türkiye’de Kaz Tüyü Üretimi, *Türkiye Klinikleri J Reprod Artif İnsemin-Special Topics*, 2(1): 48-55.
- Kozák, J. (2011). An Overview of Feathers Formation, Moults and Down Production in Geese, *Asian-Australasian Journal of Animal Sciences*, 24: 881–887.
- Kozák, J. (2021). Goose Production and Goose Products, *World’s Poultry Science Journal*, 77(2): 403-414.
- Leong, Q. L., Ab Karim, S., Awang, K. W. and Bakar, A. Z. A. (2017). An Integrated Structural Model of Gastronomy Tourists’ Behaviour, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(4): 573-592.
- Liu, B. Y., Wang Z. Y., Yang, H. M., Wang, J. M., Xu, D., Zhang, R. and Wang Q. (2011). Influence of Rearing System on Growth Performance, Carcass Traits and Meat Quality of Yangzhou, *Poultry Science*, 90(3): 653-659.
- Meriç, S. (2021). Gastronomi Turizmde Kars Mutfağından Turistik Bir Ürün: Kaz yemeği, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(78): 3445-3450.
- Okumuş, B. (2020). Food Tourism Research: A Perspective Article, *Tourism Review*, 76(1): 38-42.
- Oral, O. ve Dirgar, E. (2017). Dolgu Malzemesi Olarak Kaz Tüyünün Kullanım Alanları ve Özellikleri, *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5, 10-14.
- Orkusz, A., Wolanska, W. and Krajinska, U. (2021). The Assessment of Changes in the Fatty Acid Profile and Dietary Indicators Depending on the Storage Conditions of Goose Meat, *Molecule*, 26: 5122.
- Önal, Ü. (2014). Kars ve Çevresinde Kaz Yemekleri, *Bizim Ahıska Dergisi*, 33, 46- 47.

- Özbay, G., Semint, C. ve Semint, S. (2020). Ardahan Gastronomik Yapısı İçinde Bir Kış Lezzeti: Ardahan Kazı, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2): 675-687.
- Özyakışır, D. (2017). Göç ve Turizm İlişkisi: Kars İçin Teorik Bir Analiz, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15): 151-170.
- Özyılmaz, N. (2021). 4 Nisan 2021 tarihinde yapılan yazılı görüşme (Görüşen Demet GÜNER).
- Pingel, H. (2003). The Situation of Waterfowl in the World. 2nd World Waterfowl Conference. 7-9 October 2003, Alexandria.
- Razmaitė, V., Šiukščius, A., Šveistienė, R. and Jatkauskienė, V. (2022). Present Conservation Status and Carcass and Meat Characteristics of Lithuanian Vištinės Goose Breed, *Animals*, 12(2): 159.
- Şengül, T. ve Yeter, İ. (2020). Muş İlindeki Kaz Yetiştiriciliğinin Genel Yapısı ve Sorunları, *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 7(1): 276-282.
- Taşkın, A., Karadavut, U., ve Camcı, Ö. (2017). Kırşehir İlindeki Damızlık Kaz Yetiştiriciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 4(2): 138-144.
- Temizkan, S. P., Cankül, D. ve Kaya, S. (2021). Coğrafi İşarete Aday Gastronomik Bir Değer: Eskişehir Simidi. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2): 229-241.
- Tilki, M. Saatçi, M., Kırmızıbayrak, T. ve Aksoy, A. R. (2004). Kars İli Boğazköy’de Yetiştirilen Kazların Kesim ve Karkas Özellikleri, *Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, 10(2): 143-146.
- Tilki, M., Gül, B., Sarı, M., Önk, K., ve Işık, S. (2011). Yetiştirici Koşullarındaki Yerli Türk Kazlarının Büyüme, Kesim ve Karkas Özellikleri, *Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi*, 6(3): 209-215.
- Usta, N. (2021). Çevir Kazı Yanması, Tarım Toplumunda Bir Gastronomi Örneği Olarak Kaz Asma, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(2): 843-850.
- Ünal, A., Çelen, O. and İnceöz, S. (2022). Geographically Indications Products as a Destination Marketing Component: Turkey 2022 Evaluation, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 9(83): 938-979.
- Wereńska, M., Haraf, G., Wołoszyn, J., Goluch, Z., Okruszek, A. and Teleszko, M. (2021). Fatty Acid Profile and Health Lipid Indices of Goose Meat in Relation to Various Types of Heat Treatment, *Poultry Science*, 100: 101237.
- Wezyk, S., A. Rosinski, and K. Cywa-Benko. (2005). Goose Meat-safe Food. Proceedings of the 3rd World Waterfowl Conference, 3-6 November 2005, Guangzhou.
- Xiangpin, Q. (1998). Production of Ducks and Geese for Food. Proceedings Symposium the 8th World Conference on Animal Production, 28 June – 4 July 1998, Seoul.
- Xue, S., Yu, X., Li, X., Zhao, X., Han, M., Xu, X. and Zhou, G. (2019). Structural Changes and Emulsion Properties of Goose Liver Proteins Obtained by Isoelectric Solubilisation/Precipitation Processes, *LWT - Food Science and Technology*, 102: 190-196.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(10): 1495-1506.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1112](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1112)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Dijital Olgunluk Modellerinin Karşılaştırılması: Üretim Yapan KOBİ'lere Öneriler

Dr. Öğr. Üyesi Nurcan ALKIŞ BAYHAN, Başkent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ankara, e-posta: nalkis@baskent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6393-8907>

Öz

Teknolojideki gelişmeler ile birlikte işletmeler dijital dönüşüm sürecine girmiştir. Dijital dönüşüm ile birlikte dijitalleşme çağı başlamış, mevcut iş modelleri dönüştürülmüştür. Dijital dönüşüm işletmelere gelir artışı, müşteri memnuniyeti ve verimlilik gibi faydalar sağlamaktadır. Bu faydalardan yararlanabilmek için işletmelerin dijital olgunluklarını değerlendirmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda dijital olgunluk modelleri kullanılmaktadır. Bu çalışma kapsamında mevcut dijital olgunluk modellerini belirlemek ve üretim yapan KOBİ'lerin dijital olgunluk seviyelerini değerlendirebilmeleri için öneriler sunulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda, KOBİ'lerin dijitalleşme olgunluklarını değerlendirmeye yönelik beş olgunluk modeli belirlenmiş ve değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Olgunluk, Dijital Olgunluk, Dijital Olgunluk Modeli, KOBİ, Endüstri 4.0

Makale Gönderme Tarihi: 28.08.2022

Makale Kabul Tarihi: 07.10.2022

Önerilen Atıf:

Alkış Bayhan, N. (2022). Dijital Olgunluk Modellerinin Karşılaştırılması: Üretim Yapan KOBİ'lere Öneriler, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10): 1495-1506.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2022, 5(10): 1495-1506. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1112](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1112)
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

**Comparison of Digital Maturity Models: Recommendations for Manufacturing
SMEs**

Assistant Prof. Dr. Nurcan ALKIŞ BAYHAN, Başkent University, Faculty of Economics and
Administrative Sciences, Ankara, e-mail: nalkis@baskent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6393-8907>

Abstract

With the developments in technology, businesses have started the digital transformation process. With the digital transformation, the era of digitalization has begun, and existing business models have been transformed accordingly. Digital transformation provides businesses with benefits such as revenue growth, customer satisfaction, and efficiency. To take advantage of these benefits, businesses must assess their digital maturity levels. In this context, digital maturity models are used. In the scope of this study, it is aimed to determine the existing digital maturity models and to offer suggestions for SMEs in the manufacturing sector to evaluate their digital maturity levels. In the scope of the research, five maturity models to evaluate the digitalization maturity of SMEs were determined and evaluated.

Keywords: Maturity, Digital Maturity, Digital Maturity Model, SME, Industry 4.0

Received: 28.08.2022

Accepted: 07.10.2022

Suggested Citation:

Alkiş Bayhan, N. (2022). Comparison of Digital Maturity Models: Recommendations for Manufacturing SMEs, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(10): 1495-1506.

GİRİŞ

Teknolojik yeniliklerdeki gelişmeler insan hayatının farklı yönlerini etkilemekte ve toplumları dijital değişimlere ayak uydurmak durumunda bırakmaktadır. İnsanların iletişim kurma biçimleri ve iletişim araçları, kurumların yapıları ve iş yapış biçimleri değişmektedir. Bu değişimleri her sektörde görebiliriz. Teknolojik değişimler ile birlikte mevcut iş modelleri dönüştürülmüş ve iş dünyasında dijitalleşme çağı başlamıştır. Bu bağlamda karşımıza, özellikle son 10 yılda, dijitalleşme, dijital dönüşüm, endüstri 4.0 gibi kavramlar sıkça çıkmaya başlamıştır. Özellikle dijital dönüşüm hem akademi dünyasında hem de profesyonel iş dünyasında büyük bir araştırma önemine sahip bir alan haline gelmiştir.

Dijital dönüşüm kavramı ilk olarak Patel ve McCharty (2000) tarafından kullanılmıştır. Daha sonra Dijital dönüşüm kavramının birçok araştırmacı tarafından farklı tanımlamaları yapılmıştır. En basit haliyle bu kavram “dijital teknolojinin insan yaşamının her alanında neden olduğu veya etkilediği değişiklikler” olarak tanımlanmaktadır (Stolterman ve Fors, 2004). Dijital dönüşümün temelinde yalnızca teknoloji kullanımı yer almamakta, bunun yerine yenilikçi çözümlere odaklanılmaktadır. Dijital dönüşümde yenilikçi teknolojiler ve çözümler deyince karşımıza bulut bilişim, nesnelerin interneti, büyük veri ve akıllı sistemler ve benzeri uygulamalar çıkmaktadır (Hai, Van ve Tuyet, 2021). Dijital dönüşüm üretimden finans sektörüne, sağlıktan eğitime birçok farklı sektörü etkilemiş ve değişim başlatmıştır.

Dijital dönüşüm organizasyonlara birçok fayda sağlayabilir. Gebayew ve diğerleri (2018) tarafından gerçekleştirilen sistematik literatür taramasında dijital dönüşümün organizasyonlara sağladığı faydalar aşağıdaki gibi listelenmiştir:

- Müşteri memnuniyetinde artış
- Müşteri deneyiminde artış
- Verimlilik artışı
- Ürün ve hizmetlerden elde edilen gelirin artışı
- Maliyette azalma

Dijital dönüşümün faydalarından yararlanabilmek için organizasyonların dijital olgunluklarını değerlendirmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda dijital olgunluk modelleri karşımıza çıkmaktadır. Olgunluk modelleri belirli bir bağlamda organizasyonların yetenekleri ölçmek için kullanılan araçlardır. Olgunluk modelleri, organizasyonların dijitalleşme süreçlerini adapte etmelerine yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmada ilk olarak dijital olgunluk modellerine dair bir anlayış oluşturmak, mevcut modelleri karşılaştırmak amaçlanmıştır. İkinci olarak özellikle üretim sektöründe faaliyet gösteren ve hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için her zaman ekonominin belkemiği olarak kabul edilen Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ'ler)'in (Mittal vd., 2018)) dijitalleşme süreçlerini değerlendirmede yol göstermek amaçlanmıştır. KOBİ'ler her ne kadar ekonomilerin temelinde yer alsalar da, Endüstri 4.0 ve dijitalleşme süreçlerinde göz ardı edilmektedirler.

Bu bağlamda, bu çalışma kapsamında iki araştırma sorusuna yanıt aranmıştır: (i) *Mevcut dijital olgunluk modelleri nelerdir?*, (ii) *Mevcut dijital olgunluk modelleri üretim sektöründeki KOBİ'ler için uygun mudur?*. Çalışmanın devamında ilk olarak olgunluk ve olgunluk modeli kavramları tanımlanmıştır. Daha sonra literatürde yer alan dijital olgunluk modelleri ve KOBİ'lere yönelik dijital olgunluk modelleri sunulmuştur. Son olarak, dijital olgunluk modelleri karşılaştırılmış ve üretim yapan KOBİ'lerin dijitalleşme süreçlerini değerlendirmek için önerilerde bulunulmuştur.

OLGUNLUK ve OLGUNLUK MODELİ NEDİR?

Olgunluk (maturity) kelime anlamı olarak “Tam, mükemmel veya hazır olma durumu” olarak tanımlanmaktadır (Mettler, 2011). Olgunluk, belirli bir yeteneğin ilerlemesini ifade etmek için ve bir alandaki sürekli iyileştirme yeteneğinin ölçüsünü tanımlamak için kullanılan bir kavramdır.

Olgunluk değerlendirmelerini yapabilmek için “olgunluk modelleri” olarak tanımlanan araçlar kullanılmaktadır. Olgunluk modeli “Bir süreç sınıfı için bir dizi ayrı olgunluk seviyesinden oluşan ve bu süreçler için arzu edilen bir evrimsel yolu temsil eden kavramsal bir model” şeklinde tanımlanmaktadır (Becker, Knackstedt ve Pöppelbuß, 2009). Olgunluk modelleri veya zaman zaman aşama modelleri olarak da ifade edilmekte olup genellikle akademisyenler tarafından geliştirilmekte ve çeşitli alanlardaki uygulayıcılara yol haritası olması açısından sunulmaktadır. Bu modellerin amacı, belirli bir bağlamda (örneğin, yazılım mühendisliği gibi veya dijitalleşme gibi) firmaların mevcut durumlarını, önlerindeki olanakları ve engelleri değerlendirmelerini sağlamaktır. Sürekli iyileştirme yöntemi olarak da bilinirler. Olgunluk modellerinin uygulamalarını özellikle bilişim ve yazılım mühendisliği alanlarında sıkça görmekteyiz.

Literatürde yer alan olgunluk modellerinde süreç olgunluğu başta olmak üzere (Paulk, Curtis, Chrissis ve Weber, 1993), nesne olgunluğu ya da insan kapasitesine odaklanan modellere rastlamak mümkündür. Mesela süreç olgunluğu belirli bir sürecin ne ölçüde açıkça tanımlandığı, yönetildiği, ölçüldüğü, kontrol edildiği ve etkili olduğunu ifade eder (Mettler, 2011; Paulk ve diğerleri, 1993). Nesne olgunluğu, belirli bir nesnenin (bir yazılım ürünü, bir makine veya benzeri gibi) önceden tanımlanan karmaşıklık düzeyine ulaşma derecesi olarak tanımlanır. İnsan kapasitesi ise işgücünün ne ölçüde bilgi yaratmayı mümkün kıldığının ve yeterliliği arttırdığına odaklanmaktadır (Mettler, 2011).

Yetenek olgunluk modelleri ilk olarak Carnegie Melon Üniversitesi ve Yazılım Mühendisliği Enstitüsü (SEI) tarafından çalışılmış ve ortaya çıkartılmıştır. Yazılımlar için yetenek olgunluk modeli (Capability Maturity Model-CMM) yaygın olarak karşımıza çıkan olgunluk modellerindendir (Paulk ve diğerleri, 1993). Ayrıca, literatürde ve uygulamada süreç yetenek ve olgunluk modelleri arasında Yetenek Olgunluk Model Entegrasyonu (Capability Maturity Model Integration-CMMI) ve Yazılım Süreci İyileştirme ve Yetenek Belirleme (Software Process Improvement and Capability Determination-SPICE) modellerine rastlamak mümkündür. Bu modeller yazılım geliştirme süreçleri için süreç yetenek seviyesini belirleme ve süreç iyileştirme çalışmaları için bir değerlendirme çerçevesi sağlamaktadır.

Mettler (2011) olgunluk faktörleri olarak “İnsanlar/kültür”, “Süreçler/yapılar” ve “Nesneler/teknoloji” boyutlarına değinmiştir. Yani olgunluk yalnızca süreç olgunluğu ile sınırlandırılmamalıdır.

Herhangi bir bağlamda olgunluk modeli ihtiyacı doğduğunda, olgunluk modellerinin geliştirme araştırmalarında takip edilmesi gereken adımlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (De Bruin, Rosemann, Freeze ve Kulkarni, 2005; Mettler, 2011)

1. Yeni ihtiyaç ya da olanağın belirlenmesi (problemin belirlenmesi, problem bağlamının belirlenmesi, mevcut çözümlerin değerlendirilmesi)
2. Kapsamın tanımlanması (modelin uygulama ve kullanım kapsamının tanımlanması)
3. Modelin tasarlanması (modelin yapısının tasarlanması ve geliştirilmesi, değerlendirme yönteminin belirlenmesi, modelin uygulanması)
4. Tasarımın değerlendirilmesi (modelin test edilmesi, dağıtım ölçütlerinin değerlendirilmesi, model yapısının ve dağıtım yönteminin değerlendirilmesi)
5. Değişimin yansıtılması (modelin gelişiminin ve kullanımının korunması, sürekli öğrenme).

Olgunluk modelleri genellikle ana boyutlar, alt boyutlar ve olgunluk seviyelerinden oluşmaktadır. Değerlendirmeler anketler ve ölçekler yardımı ile yapılmaktadır.

Dijital Olgunluk Nedir?

Dijital olgunluk nedir ya da dijital olgunluk nasıl tanımlanır şeklinde yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen olgunluk kavramlarını şu şekilde listeleyebiliriz:

- Dijital dönüşüm olgunluğu: Bir firmanın, süreç yetenek seviyesini değerlendirmesi ile birlikte dijital olgunluk seviyesine ulaşmak için dijital dönüşüm süreçlerini tutarlı bir şekilde uygulamasının derecesi olarak tanımlanmıştır (Gökalp ve Martinez, 2021a).
- Dijital olgunluk: Şirketlerin teknolojik değişim ve dönüşümlere ayak uydurma yeteneklerini ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Yüksek dijital olgunluk seviyesi yüksek performans sağlamaktadır (Rossmann, 2018).
- Endüstri 4.0 olgunluğu: Literatürdeki çalışmalarda çokça geçen bir kavram olmasına rağmen net bir tanımlamaya rastlanmamıştır. Dönüşüm yeteneğinin uygulama derecesi olarak tanımlanabilir (Santos ve Martinho, 2020).

Dijital Olgunluk Modeli Nedir?

Dijital olgunluk seviyelerini belirlemek ve değerlendirmek için kullanılan araçlar dijital olgunluk modeli olarak adlandırılmaktadır. Literatürdeki dijital olgunluk modelleri incelendiğinde dört farklı kategoride modellere ulaşmak mümkündür. Bunlar

- Dijital olgunluk modelleri/indeksleri
 - Dijital dönüşüm olgunluğu modelleri
 - Endüstri 4.0 olgunluğu modelleri
 - Akıllı üretim olgunluk modelleri
- şeklinde.

Bu çalışma kapsamında dijital olgunluk modelleri iki başlıkta değerlendirilmiştir: Dijital Olgunluk Modelleri ve KOBİ'lere Yönelik Dijital Olgunluk Modelleri.

YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde, literatürdeki ve uygulamadaki dijital olgunluk modellerine ulaşabilmek için sistematik bir literatür taraması yapılması hedeflenmiştir. Bu tarama ile çalışmanın birinci araştırma sorusu olan “*Mevcut dijital olgunluk modelleri nelerdir?*” sorusunun yanıtına ulaşmak amaçlanmıştır. Sistematik literatür taraması süreci aşağıdaki adımlardan oluşmuştur:

- Google akademik ve Google'da “Dijital Dönüşüm Olgunluk Modeli”, “Dijital Dönüşüm Olgunluğu”, “Dijital Olgunluk Modeli”, “Dijital Olgunluk”, “Endüstri 4.0 Olgunluk Modeli”, “Endüstri 4.0 Olgunluğu” ve benzeri anahtar kelimeler ile detaylı bir arama yapılmıştır.
- Arama hem Türkçe hem de İngilizce dillerinde gerçekleştirilmiştir.
- Bulunan çalışmaların kaynakçaları da incelenmiş, bu kaynakçalar üzerinden yeni çalışmalara ulaşılmıştır.
- Aramaya tarih kısıtlaması getirilmemiştir.
- Ulaşılan modeller yazar tarafından değerlendirilmiş; uygulama pratiği az olan, sadece öneri olarak kalan, dar kapsamlı, spesifik bir sektöre uyarlanan modeller (örneğin sadece eğitim alanına yönelik olan bir model gibi) çalışma kapsamından çıkartılmıştır.

KOBİ'lere yönelik dijital olgunluk modellerine ulaşmak için bir yukarıda anlatılan taramada kullanılan anahtar kelimelere ek olarak "KOBİ" ve "SME" anahtar kelimeleri eklenmiştir ve aynı tarama KOBİ'ler için aynı adımlar ile tekrar edilmiştir.

BULGULAR

Gerçekleştirilen iki aşamalı sistematik literatür taraması sonucunda elde edilen dijital olgunluk modelleri bu başlık altında iki bölüm olarak sunulmuştur.

Dijital Olgunluk Modelleri

Yapılan elemeler sonucunda 9 dijital olgunluk modeli elde edilmiştir. Elde edilen 9 nihai dijital olgunluk modeli Tablo 1'de model ismi, modelde yer alan ana boyutlar, olgunluk seviyeleri ve modelin kaynak bilgilerinin içerecek şekilde kronolojik olarak listelenmiştir. Tablo 1'deki olgunluk modelleri/indeksleri incelendiğinde modeller 2015-2021 yılları arasında yayınlandığı gözlemlenmiştir. 3 modelde (1, 5 ve 8 numaralı modeller) olgunluk seviyesi boyutu yer almamaktadır. Bunlara ek olarak her modelin ele aldığı boyutlar farklılık göstermektedir.

Tablo 1. Dijital Olgunluk Modelleri

#	Model	Ana boyutlar	Olgunluk Seviyeleri	Kaynak
	Dijital Olgunluk İndeksi	1-Strateji 2-Bilgi Teknolojileri 3-İnsan 4-Veri 5-Süreçler	-	(Şener, Gökalp, ve Eren, 2021)
	Dijital Dönüşüm Yetenek Olgunluk Modeli (DX-CMM)	1-Stratejik yönetim 2- Bilgi ve teknoloji 3- Dijital süreç dönüşümü 4- İşgücü yönetimi	0- Eksik 1- Gerçekleştirilen 2- Yönetilen 3- Kurulan 4- Tahmin Edilen 5- Yenilene	(Gökalp ve Martinez, 2021b)
	Industrie 4.0 Olgunluk İndeksi	1- Kaynaklar 2- Bilişim Sistemleri 3- Organizasyon Yapısı 4- Kültür	Seviye 1: Bilgisayarlaştırma Seviye 2: Bağlanabilirlik Seviye 3: Görünürlük Seviye 4: Şeffaflık Seviye 5: Tahmini kapasite Seviye 6: Uyarlanabilirlik	(Schuh, Anderl, Dumitrescu, Krüger ve Ten Hompel, 2020)
	Dijital Dönüşüm Yeteneği Olgunluk Modeli Çerçevesi	1-Müşteri 2-Veri 3-Değer önerisi 4-İşlemler 5-Örgüt 6-Dönüşüm yönetimi	0-Eksik süreç 1-Gerçekleştirilen süreç 2-Yönetilen süreç 3-Kurulan süreç 4-Tahmin edilen süreç 5-Yenilene süreç	(Aguilar, Gomes, Da Cunha ve Da Silva, 2019)
	Dijital Olgunluk Ölçüm Modeli	1-Stratejik yeteneği 2-Liderlik yeteneği 3-Pazar yeteneği 4- Operasyonel yetenek 5-İnsan ve uzmanlık yeteneği 6-Kültürel yetenek 7-Yönetişim yeteneği 8-Teknolojik yetenek	-	(Rossmann, 2018)
	İmalat Firmalarının Dijital Hazırlık Durumunu Değerlendirmek İçin Bir Olgunluk Modeli-DREAMY	1- Süreç 2- İzleme ve Kontrol 3- Teknoloji 4- Organizasyon	1- Başlangıç 2- Yönetilen 3- Tanımlanan 4- Entegre ve birlikte çalışabilir 5- Dijital odaklı	(De Carolis, Macchi, Negri ve Terzi, 2017)
	Forrester Dijital Olgunluk Modeli 4.0 ve 5.0	1- Kültür 2- Teknoloji 3- Organizasyon 4- İlgörü	1-Şüpheliler 2-Benimsenler 3-İşbirlikçiler 4-Farklılaştırıcılar	(Gill ve Vanboskirk, 2016;)
	Endüstri 4.0 hazırlığını değerlendirmek için bir olgunluk modeli	1-Strateji 2-Liderlik 3-Müşteriler 4- Ürünler 5-İşlemler 6-Kültür 7-İnsan 8-Yönetişim 9-Teknoloji	-	(Schumacher, Erol ve Sihn, 2016)
	IMPULS Endüstri 4.0 hazırlığını değerlendirmek için bir olgunluk modeli	1-Strateji ve organizasyon 2-Akıllı fabrika 3-Akıllı işlemler 4-Akıllı Ürünler 5-Veri-odaklı servisler 6-Çalışanlar	Seviye 0: Yabancı (outsider) Seviye 1: Başlangıç (beginner) Seviye 2: Orta (intermediate) Seviye 3: Deneyimli (experienced) Seviye 4: Uzman (expert) Seviye 5: En iyi performans gösteren (top performer)	(Lichtblau vd., 2015)

KOBİ'lere Yönelik Dijital Olgunluk Modelleri

Bu başlık altında literatürde yer alan, KOBİ'lere yönelik dijital /Endüstri 4.0/Dijitalleşme gibi olgunluk modelleri ele alınmıştır. Sistematik tarama sonucunda elde edilen modeller Tablo 2'de listelenmiştir. Tablo 2 incelendiğinde, KOBİ'ler için olan dijital olgunluk modellerinin genel dijital olgunluk modellerinden daha az sayıda olduğu gözlemlenmiştir. İncelenen 5 modelden yalnızca bir tanesinin (3 numaralı model) başlığında KOBİ kelimesi yer almamıştır, diğer 4 modelde KOBİ kelimesi model isimlerinde/başlıklarında yer almaktadır. 5 modelde de olgunluk seviyeleri yer almaktadır.

Tablo 2. KOBİ'lere Yönelik Dijital Olgunluk Modelleri

#	Model	Ana boyutlar	Olgunluk Seviyeleri	Kaynak
	KOBİ'ler için e-iş geliştirme olgunluk modeli	Tedarikçiler Bilişim sistemleri Girdi etkileşim alanı Çekirdek etkileşim alanı Çıktı etkileşim alanı Müşteriler	Modelde etkileşim seviyeleri olarak geçmektedir: 1- Temel 2- Düşük 3- Orta 4- Yüksek 5- Tamamlanmış	(Depaoli, Za ve Scornavacca, 2020)
	SMPE –KOBİ'ler için Akıllı Üretim Olgunluk Modeli	Finans İnsan Strateji Süreç Ürün	1- Acemi (Novice) 2- Başlangıç (Beginner) 3- Öğrenen (Learner) 4- Orta düzey (Intermediate) 5- Uzman (Expert)	(Mittal vd., 2018)
	Endüstri 4.0 Olgunluk Modeli	İş ve organizasyon stratejisi Üretim ve işlemler Teknoloji odaklı süreç Dijital destek İnsan yeteneği	0-boyut ilgisiz 1- anahtar boyut örgüt ile ilgili ancak uygulanmıyor 2- boyut örgütte bazı alanlarda uygulanıyor, 3- boyut örgütte birçok alanda uygulanıyor, 4- tam uygulanıyor	(Chonsawat ve Sopadang, 2019)
	KOBİ'ler için dijitalleşme olgunluk modeli	Strateji ve liderlik Örgüt kültürü ve örgüt BT altyapısı Veri olgunluğu Süreçler ve işlemler Ürün	Seviye 1: > 0 puan Seviye 2: > 2 puan Seviye 3: > 3 puan	(Blatz, Bulander ve Dietel, 2018)
	KOBİ'lerde Endüstri 4.0'a Yönelik Üç Aşamalı Olgunluk Modeli	Vizyon Yol haritası Projeler	1. Temel 2. Yönetilen 3. Tanımlanan 4. Dönüştürülen 5. Detaylı İş Modeli	(Ganzarain ve Errasti, 2016)

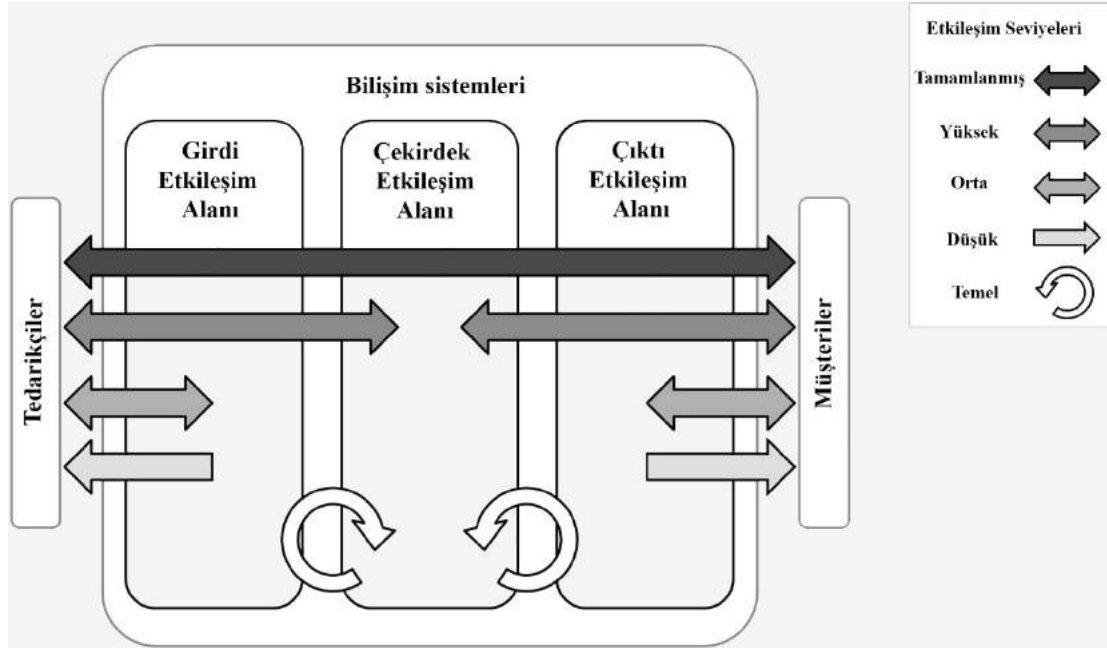
KOBİLERE DİJİTAL OLGUNLUK MODELLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI ve DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu başlıkta KOBİ'lere yönelik dijital olgunluk modelleri detaylı olarak ele alınmış ve karşılaştırılmıştır.

KOBİ'ler İçin e-İş Geliştirme Olgunluk Modeli

Önerilen e-İş Geliştirme Olgunluk modeli Şekil-1'de gösterilmiştir. Model farklı etkileşim seviyelerini belirlemeyi, e-iş geliştirme ve uygulamada yer alan iç ve dış paydaşları belirlemeyi hedeflemektedir. Modelin güçlü yanı olarak kuruluşta gerçekleştirilen etkileşimleri ele alması gösterilmektedir. Model üç temele dayanmaktadır: etkileşim entegrasyonu, teknoloji entegrasyonu ve e-iş tanımı. Modelde etkileşim üç kısımda ele alınmaktadır: girdi etkileşim alanı, çekirdek etkileşim alanı ve çıktı etkileşim alanı. Modeldeki etkileşim seviyeleri kuruluşta etkileşimin ne boyutta var olduğunu ölçmektedir (Depaoli vd., 2020).

Model içerdiği boyutlar ve seviyelere bakıldığında üretim sektörüne uyarlanabilir öğeler taşımaktadır. Örneğin model tedarikçiler ve müşteriler ile etkileşimin derecesini ölçmek için kullanılabilir. Ancak üretim yapan bir KOBİ'nin bütün süreçlerine yönelik değerlendirme unsurlarının modelde eksik olduğu gözlemlenmektedir. Bu nedenle, üretim yapan KOBİ'lerin dijitalleşme süreçlerini değerlendirmede KOBİ'ler için e-iş geliştirme olgunluk modelinin eksik kalacağı kanaatine varılmıştır.



Şekil 1. KOBİ'ler İçin E-İş Geliştirme Olgunluk Modeli

Kaynak: (Depaoli vd., 2020).

SM3E –KOBİ'ler için Akıllı Üretim Olgunluk Modeli

KOBİ'ler için Akıllı Üretim Olgunluk Modeli olarak sunulan modelde 5 ana boyut ve 23 alt boyut yer almaktadır. Ana boyutlar ve alt boyutlar Tablo 3'te verilmiştir. Model genel olarak üretim endüstrisinde yer alan KOBİ'lere odaklanmaktadır (Mittal vd., 2018). İçerdiği ana boyutlar ve alt boyutlar ile kapsamlı bir model olduğu gözlemlenmiştir. Çünkü finans boyutu ile KOBİ'lerin finansal yönetimleri ele alınmakta, insan boyutu ile müşteri ve çalışanların çeşitli yönleri ele alınmakta, strateji boyutu ile KOBİ'ler için veri ve bilginin yönetimine değinilmekte, süreç boyutu ile üretim faaliyetleri değerlendirilmekte ve son olarak ürün boyutu ile ürün lojistiğinden yeni ürün keşfine olan süreçler değerlendirilmektedir.

Tablo 3. KOBİ'ler için Akıllı Üretim Olgunluk Modeli Boyutları ve Alt boyutları

Ana boyutlar →	Finans	İnsan	Strateji	Süreç	Ürün
Alt Boyutlar→	Maliyet fayda analizi Bütçeleme ve maliyet kontrolü Yatırım risk ve getiri yönetimi	Liderlik Müşteri geribildirimi Güvenlik ve ergonomi Eğitim ve öğretim	Bilgi yönetimi Karar destek/karar verme Standartlar Yasal/vergi politikaları Sürdürülebilirlik yönergesi Devlet düzenlemeleri	Kalite kontrol İş planlaması Bakım ve onarım Makine operasyonları Esneklik	Lojistik Yeni ürün geliştirme Paketleme Modülerlik Pazarlama zamanı

Önerilen modelin negatif yönlerine baktığımız zaman özellikle üretim yapılan KOBİ'ler hedeflendiği için, "üretim" adı altında ayrı bir ana boyutun eklenmemiş olması, modelin etkinliğini azaltmaktadır. Ayrıca model ile ilgili değerlendirmenin nasıl yapılacağına detaylı anlatılmaması modelin eksikliği olarak gözlemlenmiştir.

Endüstri 4.0 Olgunluk Modeli

Endüstri 4.0 Olgunluk Modeli, Chonsawat ve Sopadang (2019) tarafından önerilmiştir. Model, 5 ana boyut ve 43 alt boyuttan oluşmaktadır:

1. İş ve organizasyon stratejisi: İş modeli, örgüt kültürü, İşbirliği Ağı, Çevre, Finans ve Yatırımlar, Altyapı ve Ekipman, Bilgi Paylaşımı, İnovasyon yönetimi, Ortaklık, Yol Haritası, Strateji, Tedarik zinciri entegrasyonu, Tedarik zinciri görünürlüğü ve Tedarik zinciri esnekliği.
2. Üretim ve işlemler: Otomasyon, Otonom Süreçler, Esnek Üretim Sistemi, İnsan-makine Entegrasyonu, Teslim süresi, Ürün Özelleştirme, Risk.
3. Teknoloji odaklı süreç: Bulut Sistemi, CPS, Veri Bağlantısı, Bilgi Akışı, Veri toplama, Veri kullanımı, Dağıtım Kontrolü, BT Sistemi (IoT, IoS), Ürün ve Süreç entegrasyonu sistemi, Gerçek zamanlı veri analizi ve yönetimi, Kendi kendine optimizasyon ve İzleme (Ürün ve Süreç).
4. Dijital destek: Büyük Veri Analitiği, Veriye Dayalı Hizmet, Veriye Dayalı Karar Verme, Dijital Ürün, Dijital Modelleme (Dönüşüm), BİT eklentisi İşlevler, BT Güvenliği, Entegrasyon pazarlama kanalları.
5. İnsan yeteneği: Çalışan yetenek setleri, Liderlik ve Beceri kazanımı.

Model ile değerlendirme, 3 kısımdan oluşmaktadır:

1. Ana boyutların önceliklendirilmesi (1-en önemliden 3-en önemsiz).
2. Alt boyutların önceliklendirilmesi: her alt boyutun skorunun Likert ölçeğe yerleştirilmesi (skorlama dereceleri:0-alakasız, 1- boyut kurum ile alakalı ancak uygulanmıyor, 2- boyut bazı alanlarda uygulanıyor, 3- boyut çoğu alanda uygulanıyor, 4- tam uygulama).

Modeldeki ana boyutlar üretim yapan KOBİ'leri değerlendirmeye uygundur. Alt boyutlar da incelediğinde özellikle üretim ve işlemler ana boyutu altında yer alan otomasyon, otonom süreçler, esnek üretme, insan-makine entegrasyonu, ürün özelleştirme gibi alt boyutlar üretim yapan KOBİ'lerin dijitalleşme olgunluklarını ölçmeye yönelik olarak değerlendirilebilir.

KOBİ'ler İçin Dijitalleşme Olgunluk Modeli

Blatz ve diğerleri (2018) tarafından önerilen KOBİ'ler için dijitalleşme olgunluk modelinde 6 boyut ve 3 seviye yer almaktadır.

1. Strateji ve liderlik
2. Örgüt kültürü ve örgüt
3. BT altyapısı
4. Veri olgunluğu
5. Süreçler ve işlemler
6. Ürün

Önerilen model ile değerlendirme 5'li Likert derecelendirmeye dayanan bir anket aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Anketten elde edilen skorlar ile gerçekleştirilen bir hesaplama sonucuna göre olgunluk seviyesi belirlenmektedir. Modelin içerdiği boyutlar üretim yapan KOBİ'leri

değerlendirmeye uygun olmakla beraber, alt boyutların yer almaması, çalışmada anketin açık bir şekilde verilmemesi modelin uygulama pratiğini azaltan negatif durumlar arasında yer almaktadır.

KOBİ'lerde Endüstri 4.0'a Yönelik Üç Aşamalı Olgunluk Modeli

Sunulan Endüstri 4.0 süreç modeli, üretim endüstrisinde faaliyet gösteren KOBİ'lere yöneliktir (Ganzarain ve Errasti, 2016). Sunulan model, işletmelere Endüstri 4.0 vizyonu ve stratejisi sağlamak için rehberlik etmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda, modelde 3 ana aşama vizyon, yol haritası ve projeler olarak belirlenmiştir. Model olgunluğu 5 seviyede ölçmektedir: 1-Temel, 2-Yönetilen, 3- Tanımlanan, 4-Dönüştürülen, 5-Detaylı İş Modeli. Model üretim yapan KOBİ'lere yönelik bir değerlendirme modeli olmasına rağmen, bazı eksiklikler mevcuttur. Öncelikle modelin detaylı açıklamaları ne yazık ki yeterli değildir. Model ile nasıl değerlendirme yapılacağına dair gerekli talimatlar eksiktir. Özellikle deneyimi az olan KOBİ'ler için anlaması zor bir model olarak değerlendirilmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

KOBİ'lerin dijital yeteneklerini belirlemeleri dijital çağa ayak uydurmak adına önem arz etmektedir, çünkü KOBİ'lerin endüstri 4.0 ve dijitalleşme ile ilgili problemleri olduğu yapılan çalışmalar ile ortaya çıkarılmıştır. Bu problemleri çözmek için dijitalleşme süreçlerini değerlendirmek gerekmektedir. Bu araştırmada dijitalleşme süreçlerini değerlendirmek için var olan dijital olgunluk modelleri tespit edilmiş, özellikle üretim yapan KOBİ'lerin dijitalleşme süreçlerini değerlendirmeye yönelik modeller değerlendirilmiştir. Üretim yapan KOBİ'lerin dijital olgunluğunu ölçmeye yönelik üç güncel model tespit edilmiştir. Bu modeller: KOBİ'ler için Akıllı Üretim Olgunluk Modeli, Endüstri 4.0 Olgunluk Modeli ve KOBİ'lerde Endüstri 4.0'a Yönelik Üç Aşamalı Olgunluk Modelidir. Bu üç model incelendiğinde ana boyutların ve olgunluk seviyelerinin farklı olduğu tespit edilmiştir. Bu üç modelden yola çıkarak holistik bir modele ihtiyaç olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Üretim yapan KOBİ'lerin dijitalleşme süreçlerini değerlendirmeye yönelik holistik bir dijital olgunluk modelinin geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu modelde bu bağlamda yer alan 3 modelin kapsamlı bir şekilde birleştirilmesi önerilir. Yeni modelde üretim süreçleri, organizasyon yapısı, örgüt kültürü, alt yapı ve insan kaynakları ve bilgi sistemlerinin genel bileşenlerini içeren boyutlara odaklanmalıdır. Bununla birlikte, yapılacak değerlendirmelere insan, süreç ve teknoloji boyutlarının dâhil edilmesi de önem arz etmektedir.

Bu çalışma kapsamında yapılan KOBİ'lere yönelik dijital olgunluk modellerinin karşılaştırma bulgular ile gelecekte model geliştirecek olan araştırmacılara yol gösterilmesi hedeflenmiştir. Özellikle üretim yapan KOBİ'lerin dijital olgunluklarını etkin bir değerlendirme yapabilmek için belirlenen boyutların holistik bir modelde birleştirilmesi ve modelin örnek olay çalışmaları ile sınanması önerilir. Yapılacak değerlendirmelerde ekonomiklik ilkesine de sadık kalınması başarılı ölçümler için önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Aguiar, T., Gomes, S. B., Da Cunha, P. R. and Da Silva, M. M. (2019). Digital transformation capability maturity model framework. *Proceedings - 2019 IEEE 23rd International Enterprise Distributed Object Computing Conference, EDOC 2019* içinde (ss. 51-57). IEEE.

doi:10.1109/EDOC.2019.00016

Becker, J., Knackstedt, R. and Pöppelbuß, J. (2009). Developing Maturity Models for IT Management. *Business & Information Systems Engineering*, 1(3), 213–222. doi:10.1007/S12599-009-0044-5

Blatz, F., Bulander, R. and Dietel, M. (2018). Maturity Model of Digitization for SMEs. *IEEE International Conference on Engineering, Technology and Innovation (ICE/ITMC)* içinde. IEEE. doi:10.1109/ICE.2018.8436251

Chonsawat, N. and Sopadang, A. (2019). The development of the maturity model to evaluate the smart SMEs 4.0 readiness. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, 2019(MAR)*, 354–363.

De Bruin, T., Rosemann, P. M., Freeze, R. and Kulkarni, P. U. (2005). Understanding the Main Phases of Developing a Maturity Assessment Model. *16th Australasian Conference on Information Systems* içinde . Sydney.

De Carolis, A., Macchi, M., Negri, E. and Terzi, S. (2017). A maturity model for assessing the digital readiness of manufacturing companies. *APMS 2017: Advances in Production Management Systems. The Path to Intelligent, Collaborative and Sustainable Manufacturing* içinde (C. 513, ss. 13–20). Springer New York LLC. doi:10.1007/978-3-319-66923-6_2/FIGURES/2

Depaoli, P., Za, S. and Scornavacca, E. (2020). A model for digital development of SMEs: an interaction-based approach. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(7), 1049–1068. doi:10.1108/JSBED-06-2020-0219

Ganzarain, J. and Errasti, N. (2016). Three stage maturity model in SME's towards industry 4.0. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 9(5), 1119–1128. doi:10.3926/jiem.2073

Gebayew, C., Hardini, I. R., Panjaitan, G. H. A., Kurniawan, N. B. and Suhardi. (2018). A Systematic Literature Review on Digital Transformation. *2018 International Conference on Information Technology Systems and Innovation, ICITSI 2018 - Proceedings*, 260–265. doi:10.1109/ICITSI.2018.8695912

Gill, M. and Vanboskirk, S. (2016). *The Digital Maturity Model 4 . 0 Benchmarks: Digital Business Transformation Playbook*. Forrester Research.

Gökalp, E. and Martinez, V. (2021a). Digital transformation capability maturity model enabling the assessment of industrial manufacturers. *Computers in Industry*, 132, 103522. doi:10.1016/J.COMPIND.2021.103522

Gökalp, E. and Martinez, V. (2021b). Digital transformation maturity assessment: development of the digital transformation capability maturity model. *International Journal of Production Research*. doi:10.1080/00207543.2021.1991020

Hai, T. N., Van, Q. N. and Tuyet, M. N. T. (2021). Digital Transformation: Opportunities and Challenges for Leaders in the Emerging Countries in Response to Covid-19 Pandemic. *Emerging Science Journal*, 5(Special Issue "COVID-19: Emerging Research"), 21–37. doi:10.28991/esj-2021-SPER-03

Lichtblau, K., Stich, V., Bertenrath, R., Blum, M., Bleider, M., Millack, A., and Schröter, M. (2015). IMPULS-Industrie 4.0-Readiness. Aachen-Köln: Impuls- Stiftung Des VDMA.

Mettler, T. (2011). Maturity assessment models: a design science research approach. *Int. J. Society Systems Science*, 3(1), 81–99.

Mittal, S., Romero, D., Wuest, T., Mittal, S., Romero, D., Wuest, T., and Model, M. (2018). Towards

a Smart Manufacturing Maturity Model for SMEs (SM3E). *IFIP International Conference on Advances in Production Management Systems* içinde (ss. 155–163). Seoul.

Patel, K. and McCarthy, M. P. (2000). *Digital Transformation : The Essentials of E-Business Leadership*. New York: McGraw-Hill.

Paulk, M. C., Curtis, B., Chrissis, M. B. and Weber, C. V. (1993). Capability Maturity Model for Software, Version 1.1. Pittsburgh, Pennsylvania: Software Engineering Institute. https://www.researchgate.net/publication/258968273_Capability_Maturity_Model_for_Software_Version_11 adresinden erişildi.

Rossmann, A. (2018). Digital Maturity: Conceptualization and Measurement Model. *Thirty Ninth International Conference on Information Systems* içinde. San Francisco.

Santos, R. C. and Martinho, J. L. (2020). An Industry 4.0 maturity model proposal. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 31(5), 1023–1043. doi:10.1108/JMTM-09-2018-0284/FULL/PDF

Schuh, G., Anderl, R., Dumitrescu, R., Krüger, A. and Ten Hompel, M. (2020). *Using the Industrie 4.0 Maturity Index in Industry*. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5372132/mod_resource/content/1/Usos_Acatech_maturity_index.pdf adresinden erişildi.

Schumacher, A., Erol, S. and Sihn, W. (2016). A Maturity Model for Assessing Industry 4.0 Readiness and Maturity of Manufacturing Enterprises. *Procedia CIRP*, 52, 161–166. doi:10.1016/j.procir.2016.07.040

Stolterman, E. and Fors, A. C. (2004). Information technology and the good life. *Information Systems Research: Relevant Theory and Informed Practice* içinde (ss. 687–692).

Şener, U., Gökalp, E. ve Eren, E. (2021). Dijital Olgunluk İndeksi: Organizasyonların Dijital Dönüşüm Yolculuğunda Verimliliği Artırmak İçin Bir Kantitatif Yöntem. *Verimlilik Dergisi*, 0–3. doi:10.51551/verimlilik.1002353.