

ISSN: 2667-422X



SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

JOURNAL OF SOCIAL, HUMAN AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt	Volume	5
Sayı	Issue	11
Yıl	Year	2022

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2022, Cilt.5, Sayı.11

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

EDITÖRLER 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. Ahmet Naci ÇOKLAR, Necmettin Erbakan Üniversitesi.
Prof. Dr. Ahmet TOLUNGÜÇ, Başkent Üniversitesi.
Prof. Dr. Çiğdem SABBAĞ, Adıyaman Üniversitesi.
Prof. Dr. G. Senem GENÇTÜRK HIZAL, Başkent Üniversitesi.
Prof. Dr. Nimet ÖNÜR, Ege Üniversitesi.
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Üniversitesi.
Prof. Dr. Selahattin AVŞAROĞLU, Necmettin Erbakan Üniversitesi.
Prof. Dr. Selim İNANÇLI, Sakarya Üniversitesi.

Prof. Dr. Şadiye DENİZ, Ege Üniversitesi.
Doç. Dr. Aydan BEKAR, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
Doç. Dr. Banu YÜCEL TOY, Yıldız Teknik Üniversitesi.
Doç. Dr. Füsun GÖKKAYA, İzmir Tınaztepe Üniversitesi.
Doç. Dr. Meryem KARAAZİZ, Yakın Doğu Üniversitesi.
Doç. Dr. Serkan AYLAN, Selçuk Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Aslı YÖNTEN BALABAN, Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan DEMİREL, Muş Alparslan Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Gülден ÖZKAN, Kocaeli Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Nuri ÇELİKER, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Zuhâl ÖNEZ ÇETİN, Uşak Üniversitesi.
Öğr. Gör. Dr. Nurcan ÇETİNER, Karamanoğlu Mehmetbey 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

ResearchBib – 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.11

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Araştırma Makalesi

Türkiye’de Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerinin Engelli Bireylere ve Engelli Turizmine Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma

(A Study on the Perspectives of Tourism Education Students on Persons with Disabilities and Disabled Tourism in Turkey)

Burhanettin ZENGİN, Lütfi Mustafa ŞEN, Mustafa ÇEVİRİMKAYA

ss.1507-1526.

Araştırma Makalesi

Sosyal Medyada Stalklamak Üzerine Yapılan Bir Araştırma

(A Study on Stalking on Social Media)

Özge ŞENSES, İlknur AYDOĞDU KARAASLAN

ss.1527-1543.

Araştırma Makalesi

Gastronomi ve Turizm Alanında Coğrafi İşaret Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

(Bibliometric Analysis of Studies on Geographical Indications in The Field of Gastronomy and Tourism)

Filiz ARSLAN

ss.1544-1556.

Araştırma Makalesi

Bireylerin Evlilik Uyumunun Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi

(Examination of Individuals Marriage Harmony in terms of Some Variables)

Argen ZHUMGALBEKOV, Erkan EFİLTİ

ss.1557-1566.

Araştırma Makalesi

Dijital Belediyeciliğin Metaverse Evreni: BLD 4.0 V22 / Ankara Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme

(The Metaverse of Digital Municipalities: BLD 4.0 V22 / An Analysis of Ankara Metropolitan Municipality)

Tülay YAZICI

ss.1567-1582.

Araştırma Makalesi

Yenilik Yönetimi Yeterlikleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma

(The Relationship Between Innovation Management Competencies and Organizational Commitment: A Study on Teachers)

Ela OĞAN

ss.1583-1602.

Araştırma Makalesi

COVID-19 Pandemi Sürecinde Birinci Basamak Sağlık Çalışanlarında Psikolojik Sıkıntı, Tükenmişlik ve Hijyen Davranışlarının İncelenmesi

(Investigation of Psychological Distress, Burnout and Hygiene Behaviors in Primary Health Workers During The COVID-19 Pandemia Process)

Selim HARTAVİ, Hande ÇELİKAY SÖYLER

ss.1603-1617.

Kavramsal Makale

Yerinden Yerlisinden; Film Turizmi Çerçevesinde Katılımlı Belgeseller ve Turistik Destinasyon Sunumu

(From The Local; Participatory Documentaries and Touristic Destination Presentation Within the Framework of Film Tourism)

Nihan G. IŞIKMAN

ss.1618-1631.

Kavramsal Makale

Covid 19 (Koronavirüs) Pandemisinin Kentler İçin Gündeme Getirdiği “Yürünebilir Kentler” ve Yürünebilirliği Destekleyen Diğer Yaklaşımlar

(“Walkable Cities” Brought to the Agenda by the Covid 19 (Coronavirus) Pandemic for Cities and Other Approaches that Support Walkability)

Duygu AK ÇETİN, Okan AKPINAR

ss.1632-1654.

Kavramsal Makale

Türkiye’de Gastronomi Müzeleri ve Özellikleri

(Gastronomy Museums and Features in Turkey)

Nurten ÇEKAL, Esradeniz DOĞAN, Hatice AKTÜRK

ss.1655-1673.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(11): 1507-1526.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1113](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1113)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Türkiye’de Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerinin Engelli Bireylere ve Engelli Turizmüne Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma

Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, e-posta: bzenigin@subu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6368-0969>

Doç. Dr. Lütfi Mustafa ŞEN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, e-posta: lsen@subu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7355-9129>

Arş. Gör. Dr. Mustafa ÇEVİRİMKAYA, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, e-posta: mustafacevrinkaya@subu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3845-2670>

Öz

Günümüzde dünyada bir milyardan fazla engelli birey bulunmakta ve bu sayı her geçen gün artmaktadır. Her insanın eğlenme, gezme ve dinlenme istekleri olduğu gibi engelli bireylerin de turizm faaliyetlerine katılma talepleri olmaktadır. Engelli turistlerin bu talebine cevap verebilmek için engelli turizm pazarı ortaya çıkmıştır. Bugünün turizm öğrencileri ise yarın engelli turizm pazarında hizmet sunacak potansiyel turizm işgörenleridir. Çalışma, turizm öğrencilerinin engelli bireylere ve engelli turizmüne bakış açılarını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla, Türkiye’de üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan 1.903 öğrenciden anket yolu ile veriler elde edilmiş ve elde edilen veriler SPSS istatistik paket programında analiz edilmiştir. Literatürde engelli turizmi ile ilgili farklı çalışmalar olmasına rağmen turizm öğrencileri kapsamında yapılan çalışmalar kısıtlıdır. Bu bağlamda çalışmanın literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın sonuçları doğrultusunda, turizm öğrencilerinin Türkiye’de engelli turistlere özel altyapı ve üstyapı unsurlarına önem gösterdikleri ve bu unsurların geliştirilmesi gerektiği konusuna vurgu yaptıkları anlaşılmıştır. Turizm öğrencileri, turizm tesislerindeki engelli turistlere yönelik donanımın yetersiz olduğunu ve var olan donanımların da iyileştirilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Turizm öğrencilerinin çalışmada vurguladıkları bir diğer konu ise, engelli turistlerin tatil memnuniyetlerini artırmak amacı ile turizmin her sektöründe kolaylaştırıcı hizmetlerin sağlanması gerekliliğidir.

Anahtar Kelimeler: Engelli, Engelli Bireyler, Engelli Turizmi, Turizm Öğrencileri.

Makale Gönderme Tarihi: 14.08.2022

Makale Kabul Tarihi: 01.11.2022

Önerilen Atıf:

Zengin, B., Şen, L. M. ve Çevrimkaya, M. (2022). Türkiye’de Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerinin Engelli Bireylere ve Engelli Turizmüne Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1507-1526.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(11): 1507-1526. DOI: [10.26677/TR1010.2022.1113](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1113)

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



RESEARCH PAPER

A Study on the Perspectives of Tourism Education Students on Persons with Disabilities and Disabled Tourism in Turkey

Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN, Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya, e-mail: bzengin@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6368-0969>

Associate Prof. Dr. Lütfi Mustafa ŞEN, Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya, e-mail: lsen@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7355-9129>

Dr. Mustafa ÇEVİRİM KAYA, Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya, e-mail: mustafacevrimkaya@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3845-2670>

Abstract

Today, there are more than one billion disabled people in the world and this number is increasing day by day. Just as every person has a desire to have fun, travel and rest; disabled individuals also have requests to participate in tourism activities. In order to respond to this demand of disabled tourists, the disabled tourism market has emerged. Today's tourism students are potential tourism employees who will serve in the disabled tourism market tomorrow. The study was conducted to measure the perspectives of tourism students on disabled people and disabled tourism. For this purpose, data were obtained by questionnaire from 1,903 students who received tourism education at university level in Turkey, and the obtained data were analyzed in the SPSS statistical package program. Although there are different studies on disabled tourism in the literature, studies within the scope of tourism students are limited. In this context, it is thought that the study will make an important contribution to the literature. In line with the results of the study, it has been understood that tourism students in Turkey attach importance to the infrastructure and superstructure elements specific to disabled tourists and that these elements should be developed. Tourism students think that the equipment for disabled tourists in tourism facilities is insufficient and the existing equipment should be improved. Another issue that tourism students emphasized in the study is the necessity of providing facilitating services in every sector of tourism in order to increase the holiday satisfaction of disabled tourists.

Keywords: Disability, Disabled Individuals, Disabled Tourism, Tourism Students

Received: 14.08.2022

Accepted: 01.11.2022

Suggested Citation:

Zengin, B., Şen, L. M. and Çevrimkaya, M. (2022). A Study on the Perspectives of Tourism Education Students on Persons with Disabilities and Disabled Tourism in Turkey, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1507-1526.

GİRİŞ

Dünya’da her geçen gün engelli birey sayısı artmaktadır. Doğuştan veya sonradan ortaya çıkan çeşitli sağlık problemleri ile birlikte bireyler engelli hale gelebilmektedir. Her insanın eğlenme hakkı olduğu gibi engelli bireylerin de dinlenme, eğlenme ve gezme gibi faaliyetlerden faydalanabilmesi için turizme katılmaları gerekmektedir. Engelli turizmi ilk kez 1970’li yıllarda yapılan çalışmalarla başlamıştır. Daha sonra özellikle yirminci yüzyılın son çeyreğinde araştırmalarda sık sık bahsedilmiş ve engelli haklarının gelişmesiyle birlikte bu araştırmalar giderek artmıştır (Poria vd., 2011: 573). Ancak literatürde engelli turizmi kapsamında yapılan çalışmalar içerisinde, turizm öğrencilerini ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu yüzden çalışmanın, turizm öğrencilerinin engelli turizmi pazarına yönelik bilinç düzeyinin ne olduğu konusundaki düşüncelerini irdelemesinden dolayı literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca çalışmada turizm öğrencilerinin engelli bireylere ve engelli turizmine yönelik bakış açılarının incelenmesi de amaçlanmaktadır.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Engellilik Kavramı

Engellilik; noksanlık, hareket kısıtlaması kavramlarını kapsayan şemsiye bir terim olarak kullanılmaktadır (Kim ve Lehto, 2013: 14). Ancak bununla birlikte tüm insanlar aynı zorluklar ve engellerle yüzleşmemektedir. Bu zorluklar ve engeller, özürüllüğün türüne ve seviyesine bağlıdır (Figueiredo vd., 2012: 534).

Buhalis ve Michopoulou’e (2011: 146) göre engellilik; Bir noksanlık sonucu meydana gelen ve normal sayılabilecek bir insana oranla bir işi yapabilme yeteneğinin kaybedilmesi ve kısıtlanması durumudur. Noksanlık ise psikolojik, anatomik veya fiziksel yapı ve fonksiyonlardaki bir noksanlığı veya dengesizliği ifade eder. Bir kişi ile ilişkili olarak engellilik teriminin manası (Shi, 2006: 830);

- Bedensel veya zihinsel fonksiyonların kısmi ya da tamamının kaybı,
- Vücudun bir organının kısmen veya tamamen kaybedilmesi,
- Vücutta hastalıklara sebep olan organizmaların varlığı,
- Vücutta hastalığa sebep olma yeteneği olan organizmaların varlığı,
- Vücudun bir kısmının işlev bozukluğu, şekil bozukluğu veya çirkinliği,
- Kişinin farklı bir şekilde öğrenmesi ile sonuçlanan rahatsızlık, işlev bozukluğu,
- Bir kişinin duygularını, gerçeklik algısını, iradesini, düşünme sürecini etkileyerek dengesiz davranışla sonuçlanan bir rahatsızlık, hastalık manalarında atfedilir.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası 23. maddesine göre seyahat etmek bir haktır (T.C. Anayasası). 20 Nisan 2010’da Avrupa Birliği, turizmi bir insan hakkı olduğunu beyan etmiştir (Chang ve Chen, 2011: 1214). Engelli olsun ya da olmasın seyahat etmek, herkesin arzuladığı bir durumdur (Yau vd., 2004: 946). Türkiye ile birlikte 80 ülke tarafından imzalanan Birleşmiş Milletler Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşmenin 18. maddesinde “Seyahat Özgürlüğü ve Uyraklık” başlığı altında “Taraflar devletler engellilerin diğer bireylerle eşit koşullar altında seyahat ve yerleşim yerini seçme özgürlüğüne ve uyraklık hakkına sahip olduğunu kabul ettiği” belirtilmektedir (T.C. Resmî Gazete). Günümüzde dünya nüfusunun yaklaşık %15’ini oluşturan bir milyardan üstünde insan, engellidir. 110-190 milyon arasında yetişkin, iş görme bakımından önemli zorluklar yaşamaktadır (World Health Organization, 2016).

Engelli Turistler ve Tatil Deneyimleri

Engelli insanlar ve turizm arasındaki ilişki Asya-Pasifikte, Amerika'da ve Avrupa'da son on yıl boyunca akademik camianın ilgisini çekmeye başlamıştır (Bizjak vd., 2011: 842). Engelli turizmi; görme, işitme, hareket kısıtlılığı vb. olan bireylerin ulaşılabilirlik gereksinimlerinin eşitçe ve bağımsız bir şekilde karşılanmasına yönelik evrensel olarak tasarlanmış turistik ürünün, hizmetin ve ortamın sunulmasını ve paydaşlar arasında işbirliği sürecini de içeren bir turizm şeklidir (Darcy ve Dickson 2009: 34).

Engelli turistler; çevresel, mimari ve ekolojik faktörler olmak üzere üç tip ana engelle karşılaşmaktadır. Bunlardan başka, kişiden kaynaklı fiziksel ve psikolojik engeller vardır. Bu kişisel engeller, en büyük engel olarak kendini hissettirmektedir (Yau vd., 2004: 948). Çevresel engeller, engelli bireyin dışındaki unsurlardır. Bunlar engelli insanlara karşı tutumları, çevrenin mimari ve ekolojik özellikleri, ulaşım ile ilgili ve ekonomik unsurları, kurallar ve düzenlemeleri ve ihmalin neden olduğu diğer engelleri içermektedir. İletişim engelleri ise engelli bireylerle onların sosyal çevresi arasındaki etkileşimden kaynaklanmaktadır (Kozak ve Turan, 2014:1179).

Shaw ve Coles'a göre (2004: 402), engelli turistlerin tatil deneyimleri, onların değerli olmayan bir grubun bireyleri olduklarını ve birçok turizm acentesi tarafından güçlü bir pazar potansiyeli olarak sunulmadığını ifade etmektedir. Seyahat sektörü, engelliler için kolaylık sağlamaktan çok zorluk çıkarmaktadır. Ayrıca çalışanların tutumu da sektörün engellileri turizme katmaya karşı olan mevcut yapısıyla benzerlik göstermektedir (McKercher vd., 2003: 473). İşletmelerin verecekleri kısa eğitim programları, çalışanların engelli turistlere karşı bu olumsuz tutumlarını değiştirebilir. Çalışanlar veya ilgili gruplara yönelik konuları özenle seçilmiş bir eğitim, sadece engellilere veya diğer insanlara olan davranışlarını değil, çalışma ortamı ve sosyal ortamda olan düşüncelerini de değiştirecektir (Bizjak vd., 2011: 854).

Bununla birlikte, turizm işletmeleri nasıl ki bazen engelli turistlere yönelik yanlış tutumlar geliştiriyorlar ise engelli çalışanları için de bir takım uygun olmayan davranışlar sergiledikleri görülmektedir. Örneğin bazı işletmelerde engelli çalışanların meslektaşlarına göre daha az üretken olduğuna dair yanlış bir kanı da vardır. Hâlbuki yönetim, engelli çalışanlarına gerekli eğitimi sağlar, fiziksel imkânlarına göre işlerde çalıştırırlarsa ve bütün çalışanlarını adaletli bir şekilde aynı üretkenlik standartlarında değerlendirirlerse bu düşüncelerinin doğru olmadığı ortaya çıkacaktır (Kalargyrou, 2014: 137).

Otel yöneticileri ve engelli otel müşterilerinin genel fikri, özensiz mevzuat ve politikaların olmasıdır. Bu iki grup, engellilere yüksek kalitede hizmeti arzu etmektedirler. Yöneticilerin tamamı yüksek kaliteli hizmetin engellilerin bireysel ihtiyaçlarını anlamak ve engelli misafirlerle engelli olmayan misafirler arasında hizmet farkı olmaması gerektiğini kabul etmektedirler. Ayrıca engellilere hizmet etmek, hukuki ve etik sorunlardan daha fazlasını ifade etmektedir (Darcy ve Pegg, 2011: 471). Engelliler için yıllardır ihmal edilmiş etkili yasal düzenlemelerin birçok ülkede (özellikle de gelişmiş ülkelerde) hayata geçirilmesi ve bu yasal düzenlemelerin yavaş yavaş etkisini göstermeye başlamasıyla birlikte eskisine oranla çok daha mobil hale gelmiş, çeşitli ekonomik ve sosyal olanaklara kavuşmuş engelliler, daha fazla seyahat etmeye başlamışlardır (www.tursab.gov.tr).

Günümüzde engelli turistler, ülke sınırları içinde olduğu gibi uluslararası seyahatte etmektedirler ve birçok ülke, özellikle de dünya nüfusunun yaşından dolayı pazardan pay alabilmek için daha fazla girişimde bulunmaktadırlar (Ray ve Ryder, 2003: 66). Ancak Dominguez ve arkadaşları (2013: 1397) yapmış oldukları çalışmada turistik ürünün oluşturulmasında üç önemli değişken olduğu sonucuna varmışlardır. Bunlar; cinsiyet, engelin türü ve lokasyon. Engellilerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bu sınırlı sayıdaki değişken ise turist talebinin ve gelir payının büyük kısmının kullanılmadığını açıkça göstermektedir.

Ortak karakteristiği ve fiziksel yeterliliği olan turizm altyapısı ve hizmetlerinden, ürünlerinden keyif alabilmeyi düşünen ve ayrıcalıklı ihtiyaçları olan “yaşlı ve engelli” turist grupları bulunmaktadır. İki grup arasındaki ortak noktaya bakıldığında daha çok kişiselleştirilmiş ilgiye muhtaç olan ayrıcalıklı demografik özelliklere sahip oldukları görülmektedir. Fakat bu demografik özellikler, turizm ürünlerinin oluşumunda belirleyici olmamaktadır (Alen vd., 2012: 160). Ayrıca kapsamlı nitel veriler, engelli turizm pazarında her bir bireyin farklı engeli ve yapabildiği şeyler olduğunu göstermektedir. Bu nedenle geleneksel segmentasyon (pazar bölümlendirme) teknikleri, kullanıcıların ihtiyaçları tahmin edilerek yapıldığından engelli turizmi pazarında uygulanamamaktadır (Buhalis ve Michopoulou, 2011: 164).

Avrupa’da yaşayan engelli bireylerin %71’i seyahat faaliyetini gerçekleştirmektedir. Bunların 8 milyonu seyahatlerinde yurt dışını tercih etmektedir. 15 milyon engelli birey iç turizm faaliyetlerine katılmakta, 22 milyonu ise şehir turlarına katılmaktadır. Sonuç olarak; Avrupa’da ortalama 35 milyon engelli birey seyahat etmektedir ve yıllık 650 milyon geceleme oluşturmaktadır (Guerra, 2003: 1197). Engelli bir bireyin, evinden çıkıp herhangi bir destinasyona ulaşması birbirinden karmaşık ve zor süreçleri de beraberinde getirmektedir. Oysa bu süreçte ulaşımdan konaklamaya kadar her şey ulaşılabilir olmalıdır (Disabled World, 2016)

Engelli bireyler genellikle yoksul, ekonomik fırsatlardan yoksun ve düşük eğitime sahip kişilerdir. Bu kişilerin karşılaştıkları sorunlar, kendi engellerinden fazla çevrenin yetersiz koşulları ve engellemelerinden kaynaklıdır. Engellilik bir halk sağlığı sorunu değil aynı zamanda bir insan hakları ve kalkınma sorunudur (World Health Organization, 2016). Seyahat ve turizm, tüm insanların yaşam kalitesinde önemli bir faktördür. Engelli insanlar ve aileleri için tatile gitmek rahatlatma ve sağlığını kazanmak için önemli bir şans olabilmektedir (Var vd., 2011: 600). Pagan’a göre (2013: 12) tatil seyahatleri, engelli insanlara engelli olmayanlarla kıyaslandığında çok daha büyük bir yaşama sevinci vermektedir.

Engelliler için seyahat edebilir olmak fiziksel bariyerleri kaldırmaktan daha fazlasıdır. Birçokları için turizm bedensel düzelmeyi temsil etmektedir (Yau vd., 2004: 958). Veriler ağır engelliler dahil engelli insanların büyük miktarda boş zamanlarının olduğunu göstermektedir. Ağır engellilerin çoğu motor faaliyetlerinin tehlikesinden dolayı pasif bir tutumla aileleri ve arkadaşlarıyla bir araya gelerek zamanlarını geçirmektedirler. Buna rağmen fiziksel aktivitelere katılmanın sağlığa ve ruha iyi geldiği bilinmektedir (Bergier vd., 2010: 1138).

Fiziksel olarak engelli kişilerin bakış açılarından bakıldığında boş zamanlarını keyifli geçirmeleri; yaşamlarını daha katlanabilir hale getirerek, tedavi ederek, gerginliklerini azaltarak, aileleriyle ve diğer engellilerle ilişkilerini güçlendirerek yaşam kalitelerine katkıda bulunmaktadır (Hua vd., 2013: 267). Açık ve yeşil alanları kullanmada rekreasyon aktiviteleri önemli bir basamaktır. Bu tür fizik aktiviteleri, engelli bireylerin sportif etkinliklere katılımını sağlamaktadır. Sportif etkinliklere aktif katılım; egzersizin tedavideki tamamlayıcı rolünün yanı sıra, kişilik gelişimi ve özgüven duygusunun oluşumu yoluyla toplumsal yaşama uyum göstermesi yönünde büyük kolaylık sağlamaktadır. Fizik aktivitelerinin rehabilite ve tedavi edici etkisi nedeniyle engelli bireylerde fiziksel, mental, duygusal ve sosyal gelişim aracı olarak kullanılmaktadır (Yılmaz ve Gökçe, 2012: 39).

Türkiye’de Engelli Bireyler ve Turizm

Türkiye’deki engelli birey nüfusunu tespit etmek amacıyla Türkiye İstatistik Kurumu tarafından en son 2002 yılında “Türkiye Özürlüler Araştırması” adı altında bir çalışma yapılmıştır. Bu araştırma sonuçlarına göre; Türkiye’deki toplam engelli nüfus oranı %12,29’dur. Bu oranın

%9,70'i süregelen hastalığa sahip olan nüfustan, %2,58'i ise Ortopedik, görme, işitme, dil ve konuşma ve zihinsel özürlü nüfustan oluşmaktadır (www.tuik.gov.tr).

Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgeli tesislerde engelli bireyler için özel olarak düzenlenmiş 1.176 adet oda bulunmaktadır. Bununla beraber engelli derneklerindeki uzmanlar, bu envanterin tümünün engellilerin kullanımına uygun standartlarda olmadığını belirtmektedir. Engelliler için yapılmış olduğu iddia edilen özel odaların ya da diğer alanların bile kullanımında ciddi problemler çıkabilmektedir. Antalya 605 oda ile engellilere göre en çok odası bulunan il iken bu ili 159 oda ile Muğla izlemektedir. İstanbul'un yatak kapasitesi ise 147'dir (www.tursab.gov.tr).

Öztürk, Yaylı ve Yeşiltaş'ın (2008: 388) yapmış olduğu araştırmaya göre; Türk turizm endüstrisinin engelli müşteri pazarı için yeterince hazırlıklı olmadığı anlaşılmaktadır. Bu araştırmaya göre endüstrinin birtakım eksikleri bulunmaktadır. İlk olarak engelli insanlara yardım için yapılan kamusal ve kamusal olmayan çalışmaların etkili olmadığı görülmektedir. Diğer taraftan taşımacılık faaliyetleri fiziksel engelli insanların karşısına ikinci büyük problem olarak çıkmaktadır. Çevresel şartlarda yine engelliler için başka bir sorundur. Otel mimarileri ise engelliler için bir sorun olarak gözükmemektedir. Otel girişi, park bölgesi, lobi ve resepsiyon bölgeleri, banyo ve asansörler engelliler için daha uygun donanımına sahiptir.

Pehlivanoğlu'nun (2012: 16) Antalya'da bulunan konaklama işletmelerinin engelli turistlere yönelik iç mekân tasarımını incelediği çalışmanın sonuçlarına göre konaklama yapılarının bazılarında yönetmeliklerin göstermelik olarak uygulandığı gözlenmiştir. Bu konaklama mekânlarında engellilere yönelik tasarım konusu sadece tuvaletlere tutamak koymak, mekânlara rampa yerleştirmek, sosyal mekânlara engelli tuvaleti tasarlamak olarak algılanmaktadır. Örneğin sahillere veya SPA bölümlerine engellilere uygun tasarım geliştirmeyi fazla bulan işletme sahipleri ve müşteriler bulunmaktadır. Bu sorunun en büyük sebebi ise bir engellinin basit yaşaması gerekliliği düşüncesinden ileri gelmektedir.

Bütün dünyada engellilerin toplumsal hayatın tüm alanlarına eşit şartlarda katılabilmesi fikri hızla yaygınlaşırken, farklı insanlık durumları için evrensel boyutlarda tasarlanmış, ulaşılabilir yapıları bir çevre, herkes için seyahati ve turizmi mümkün kılacak çağdaş bir yaklaşım olacaktır. Yapılı çevrenin düzenlenmesinde birinci derecede görevli olan merkezi yönetim kurumları ile yerel yönetimlerin yanında özel sektöre de önemli sorumluluklar düşmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Türk turizm endüstrisinin daha da geliştirilmesi önündeki en önemli konulardan biri yerli eğitilmiş personel kalitesidir. Son on yılda Türk turizm endüstrisi muhteşem bir artışla büyümesine rağmen bu büyüme kalifiye personel sıkıntısı nedeniyle sürdürülebilir olmayacak bir tehlike içerisinde. Bu nedenle Türk hükümeti, Ulusal Otelcilik Programları ve Ulusal Eğitim Ödülleri geliştirilmesi yoluyla Türk misafirperverliği / turizm eğitim ve öğretimini güçlendirmek amacıyla çalışmalar yapmaktadır (Brotherton vd., 1994: 109). Türkiye'de turizm eğitimi almış olan kişilerin önemli bir kısmının turizm endüstrisinde çalışmadıkları bir kısmının da çalışmaya başladıktan bir süre sonra turizm dışındaki farklı iş alanlarına yöneldikleri görülmektedir.

Uluslararası turizmde gittikçe artan rekabet ortamında avantaj sağlamak, müşteri memnuniyetinin sağlanması ile mümkündür. Müşteri memnuniyetinin sağlanması ve destinasyonun rekabet gücü kazanması için ihtiyaç duyulan bilgi, yetenek ve donanımına sahip işgücü ise ancak etkin ve kaliteli turizm eğitim ve öğretimiyle mümkün olabilmektedir (Ayikoru vd., 2008: 191).

YÖNTEM

Bu çalışmada, üniversite düzeyinde turizm eğitimi alan önlisans ve lisans öğrencilerinin engelli bireylere ve engelli turizmüne bakışını ölçmek amaçlanmıştır. Literatürde sıklıkla engelli turizmi çalışmaları olmakla birlikte, turizm öğrencilerinin engelli bireylere ve engelli turizmüne bakışına yönelik çalışmalar kısıtlıdır. Bu çalışmanın geleceğin turizm çalışanlarının engelli bireylere ve engelli turizmüne bakışını ölçmesi nedeni ile literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmada nicel araştırma yönteminden faydalanılmıştır. Veri toplama aracı olarak ise anket tekniği tercih edilmiştir. Turizm öğrencilerinin engelli bireylere ve engelli turizmüne bakış ölçeğinin oluşturulmasında, Hergenrather ve Rhodes (2007), Akrami ve arkadaşları (2006) ile Yaylı ve Öztürk (2006)'ün çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden faydalanılmıştır. Bu ölçeklere Türkiye'deki turizm eğitimi de göz önüne alınarak revizeler yapılmış ve son hali uygulanmıştır.

Araştırmanın evrenini Türkiye'de lisans ve önlisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise Türkiye'de 20 farklı üniversitede lisans ve önlisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu kapsamda Türkiye sathına yayılmış meslek yüksekokulları, yüksekokullar ve fakültelerdeki turizm öğrencilerden veriler elde edilmiştir. Örneklem yeter sayısının 384'ü aşmasının tüm evrenler için yeterli olacağı savunulmaktadır (Coşkun vd., 2015). Bu kriter dikkate alınarak, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi doğrultusunda veriler toplanmaya başlanmış, 384 sayısının çok üzerine çıkmış ve 1.903 anket sayısı elde edilerek veri toplama işlemi sonlandırılmıştır.

Tablo 1. Araştırma Ölçeğine İlişkin Güvenirlilik Analizi Sonuçları

ÖLÇEK	İfade Sayısı	Cronbach Alpha
Engelli Bireylere Bakış Ölçeği	13	0,802
Engelli Turizme Bakış Ölçeği	28	0,870

Çalışmada kullanılan ölçeklerin daha önce aynı araştırma sorularına yanıt bulmak için uygulandığından geçerlilik şartını sağladığı söylenebilir. Ölçeğin güvenilirliğine ilişkin Cronbach Alpha değerleri Tablo 1'de yer almaktadır. Bu tablo incelendiğinde değerlerin engelli bireylere bakış ölçeği için 0,802 olduğu, engelli turizme bakış ölçeği için ise 0,870 olduğu görülmüştür. Sosyal Bilimler alanında bu değerlerin 0,70'in üzerinde olması halinde güvenilirlik şartının sağlandığı kabul edilmektedir (Can, 2014). Bu nedenle her iki ölçeğin güvenilirlik değerlerinin 0,70'in üzerinde olduğu için güvenilirlik şartının sağlandığı söylenebilir.

BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizi için SPSS programında faydalanılmıştır. Program üzerinden frekans, farklılık, faktör ve korelasyon analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular raporlanmıştır. Öğrenciler ile ilgili tanımlayıcı istatistikler tablo 2'de sunulmuştur. İstatistikler incelendiğinde araştırmaya katılan erkeklerin kadınlara oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcılar genellikle 1. sınıf (%38,7) ve 2. sınıf (34,8) grubunda yer almaktadır.

Öğrencilerin yaklaşık %75'inin lisans öğrenim düzeyinde olduğu görülmektedir. Tanımlayıcı istatistiklerde yer alan "engelli bir tanıdığınız var mı?" ve "daha önce engelli bir turiste hizmet verdiniz mi?" soruları ve bu sorulara gelen yanıtlar dikkat çekici düzeydedir. Öğrencilerin %63,3'ü çevrelerinde engelli birey olduğu belirtmiştir. Diğer yandan ise yaklaşık %75 oran ile herhangi engelli turiste hizmet vermedikleri de görülmektedir.

Bu iki sonuç çalışmanın engelli birey ve engelli turizme bakış için önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü bu sayede katılımcılar tanıdıkları engelli bireylere karşı empati yapabilecek ve böylelikle turistin ne isteyeceğini daha net anlayabileceklerdir. Ayrıca katılımcıların çoğunun henüz staj yapmadığı görülmektedir. Bunun sebebinin ise katılımcıların çoğunluğunun lisans ve bu lisans öğrencilerinin genellikle birinci ve ikinci sınıf öğrencilerden olduğundan kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 2. Katılımcılara İlişkin Betimleyici İstatistikler

DEĞİŞKENLER	Sayı	Yüzde	DEĞİŞKENLER	Sayı	Yüzde
Cinsiyet			Staj Durumu		
Kadın	912	47,9	Evet	773	40,6
Erkek	991	52,1	Hayır	1130	59,4
Öğrenim Gördükleri Sınıf			Engelli Tanıdık Durumu		
1. Sınıf	736	38,7	Evet	1205	63,3
2. Sınıf	662	34,8	Hayır	698	36,7
3. Sınıf	267	14,0	Engelli Turistlere Hizmet Durumu		
4. Sınıf	238	12,5	Evet	484	25,4
Eğitim Durumu			Hayır	1419	74,6
Ön Lisans	481	25,3			
Lisans	1422	74,7			

Tablo 3'te katılımcıların engelli bireylere bakışına ilişkin ifadelerle ait sıklık değerleri bulunmaktadır. Bu ifadelerin yoğunlukla olumlu bir eğilime yönelik sonuçlar yansıttığı görülmektedir. 4,50'nin üzerinde aritmetik ortalamaya sahip yedi ifade vardır. Bu ifadeler 4,61 aritmetik ortalama ile "Engellilere toplumsal hayatın her alanında gereken önem verilmelidir.", 4,57 aritmetik ortalama ile "Çalıştığım işyerinde engelli bir çalışan olsa ona elimden gelen yardımı yaparım.", 4,55 aritmetik ortalama ile "Engelli bir bireyle buluştuğumda, onun yemek yemesine yardımcı olmaktan çekinmem.", 4,55 aritmetik ortalama ile "Çalıştığım işyerinde engelli bireylerle çalışmaktan çekinmem.", 4,53 aritmetik ortalama ile "Engellilerle ilgilenmenin en iyi yolu, onları toplumun doğal bir parçası olarak görmektir." 4,52 aritmetik ortalama ile "Engelli bir bireyle arkadaşlık kurmak isterim." ve 4,50 aritmetik ortalama ile "Engelli birisiyle bir araya geldiğimde diğer insanların ne düşündüğünü önemsemem." şeklindedir. Diğer önemli ifade ise 1,87 aritmetik ortalama ile "Engelli birisiyle komşu olmak istemem." ifadesidir. Bu ifadenin düşük aritmetik ortalamaya sahip olması çalışmanın güvenilirliğinin başka bir göstergesi olarak görülebilir. Çünkü olumsuz bir ifadeye olumsuz değerlendirmelerin yapılması ifadelere rastgele yanıtlar verilmediğini göstermektedir.

Tablo 4'te katılımcıların engelli turizmine bakışına ilişkin ifadelerle ait sıklık değerleri bulunmaktadır. Öğrencilerin engelli turizmine yönelik düşünceleri genel olarak yüksek olduğu söylenebilir. 4,40'ın üzerinde aritmetik ortalamaya sahip altı ifade vardır. Bu ifadeler 4,46 aritmetik ortalama ile "Ülkemizde engelli bireylere hizmet verebilecek daha fazla otel inşa edilmelidir." 4,46 aritmetik ortalama ile "Engelli bireylerin turizme katılmaları için yerel yönetimler ve diğer kuruluşlar özendirici tedbirler almalıdır." 4,45 aritmetik ortalama ile "Engelli bireylerin faydalanmasına mimari olarak uygun olmayan turizm işletmeleri yasal düzenlemeyle uygun hale getirilmelidir." 4,45 aritmetik ortalama ile "Engellilerin seyahate katılmaları için daha fazla adımlar atılmalıdır." 4,44 aritmetik ortalama ile "Engelli bir bireye hizmet vermek beni

mutlu eder.” ve 4,42 aritmetik ortalama ile “Engelli turistlere özel bir önyargım yoktur.” şeklindedir. İfadeler verilen cevaplar sonucu ortaya çıkan yüksek aritmetik ortalama değerleri, turizm öğrencilerinin engelli turizmüne önem verdiklerini ve engelli bireylerin daha fazla turizmde katılmaları için gerekli düzenlemelerin yapılması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Engelli Bireylere Bakışına İlişkin Sıklık Analizi

İFADELER	AO	SS	İFADELER	AO	SS
Engelli bir bireyle arkadaşlık kurmak isterim.	4,52	0,75	Engellilerle ilgilenmenin en iyi yolu, onları toplumun doğal bir parçası olarak görmektir.	4,53	0,89
Engelli bir arkadaşla buluştuğumda, etraftaki insanların ters bakışlarından rahatsızlık duymam.	4,01	1,35	Çalıştığım işyerinde engelli bireylerle çalışmaktan çekinmem.	4,55	0,77
Engelli bir bireyle buluştuğumda, onun yemek yemesine yardımcı olmaktan çekinmem.	4,55	0,76	Çalıştığım işyerinde engelli bir çalışan olsa ona elimden gelen yardımı yaparım.	4,57	0,77
Engelli birisiyle bir araya geldiğimde diğer insanların ne düşündüğünü önemsemem.	4,50	0,85	Engellilik durumu dikkate alınmaksızın, o bireylere de sorumluluk verilmelidir.	4,08	1,08
Engellilik durumunu dikkate almaksızın, engelli bir bireyle yakın arkadaşlık ilişkisi kurarım.	4,31	0,89	Engellilere toplumsal hayatın her alanında gereken önem verilmelidir.	4,61	0,78
Engelli birisini çok seversem, onunla evlenmemde bir sakınca yoktur.	3,50	1,15	Engelli bir yöneticiyle çalışmak son derece normaldir.	4,21	0,99
Engelli birisiyle komşu olmak istemem.	1,87	1,30			

Tablo 4. Katılımcıların Engelli Turizmüne Bakışına İlişkin Sıklık Analizi

İFADELER	AO	SS	İFADELER	AO	SS
Engelli müşteriye hizmet verecek kadar yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünüyorum.	3,51	1,08	Engellilerle birlikte tatil yapmak diğer turistlere rahatsızlık verebilir.	3,01	1,35
Engelli bireylerin faydalanmasına mimari olarak uygun olmayan turizm işletmeleri yasal düzenlemeyle uygun hale getirilmelidir.	4,45	0,81	Engelli turistler de diğer turistler gibi turizmde katılma hakkına sahiptir.	4,30	1,06
Ülkemizde engelli bireylere hizmet verebilecek daha fazla otel inşa edilmelidir.	4,46	0,78	Engelli insanlara bakış açım turizm eğitimi almaya başladıktan sonra değişti.	3,22	1,35
Engelli bireylerin turizmde katılmaları için yerel yönetimler ve diğer kuruluşlar özendirici tedbirler almalıdır.	4,46	0,74	Engelli turistlerle anlaşmak daha kolaydır.	3,49	1,05
Engellilerin seyahate katılmaları için daha fazla adımlar atılmalıdır.	4,45	0,83	Engelli turistler kendilerini farklı hissetmektedir.	3,65	1,02
Turizm merkezlerinin çevresel düzenlemeleri engelliler için uygundur.	3,12	1,23	Hafif engellilere hizmet etmek ağır engellilere hizmet etmekten arasında bir fark yoktur.	3,33	1,22
Konaklama işletmelerinin fiziki düzenlemeleri bedensel engellilere hizmet verecek şekilde düzenlenmelidir.	4,38	0,86	Engelli bireyler daha aktif ve üretkendir.	3,55	1,06
Engelli bir bireye hizmet vermek beni mutlu eder.	4,44	0,84	Engelli turistler için ülkemizde daha fazla turizm işletmesi açılmalıdır.	4,18	0,92
Engelli bir insan için tatil yapmak oldukça zordur.	3,69	1,13	Çalıştığım işletmede engelli turist sayısının fazlalığı beni mutlu eder.	4,05	0,93
Engellilerin turizm faaliyetlerinde rekreasyonel aktivitelere daha fazla önem verilmelidir.	4,27	0,86	Engelli turistlere hizmet vermekten gurur duyarım.	4,30	0,90
Engelli turistlere hizmet sunulurken daha hassas davranılmalıdır.	4,38	0,89	Ülkemizde yalnızca engellilerin katılacağı festivaller düzenlenmelidir.	3,90	1,14
Engelli turistler daha alıngandır.	3,68	1,10	Engelli turistlere ayırım yapılmamalıdır.	4,23	1,06
Engelliler daha farklı kişilik özelliklerine sahiptir.	3,72	1,12	Engelli pazarı ülkemiz için önemli bir pazardır.	3,85	1,09
Engelli turistlerin güvenlik gereksinimleri diğer turistlere göre daha fazladır.	4,01	1,10	Engelli turistlere özel bir önyargım yoktur.	4,42	0,90

Tablo 5. Katılımcıların Engelli Bireylere Bakışına İlişkin İfadelerin Faktör Analizi

Faktör Boyutları	Açıklanan Varyans	Faktör Yüğü
Sosyal İlişkiler	22.395	
Engelli birisiyle komşu olmak istemem.		0,663
Engellilerle ilgilenmenin en iyi yolu, onları toplumun doğal bir parçası olarak görmektir.		0,697
Çalıştığım işyerinde engelli bireylerle çalışmaktan çekinmem.		0,625
Çalıştığım işyerinde engelli bir çalışan olsa ona elimden gelen yardımı yaparım.		0,695
Engellilere toplumsal hayatın her alanında gereken önem verilmelidir.		0,673
Yardım	18.573	
Engelli bir bireyle arkadaşlık kurmak isterim.		0,547
Engelli bir arkadaşımın buluştuğumda, etraftaki insanların ters bakışlarından rahatsızlık duymam.		0,768
Engelli bir bireyle buluştuğumda, onun yemek yemesine yardımcı olmaktan çekinmem.		0,601
Engelli birisiyle bir araya geldiğimde diğer insanların ne düşündüğünü önemsemem.		0,703
Engellilik durumunu dikkate almaksızın, engelli bir bireyle yakın arkadaşlık ilişkisi kurarım.		0,545
İş ve Aile İlişkileri	17.632	
Engelli birisini çok seversem, onunla evlenmemde bir sakınca yoktur.		0,526
Engellilik durumu dikkate alınmaksızın, o bireylere de sorumluluk verilmelidir.		0,724
Engelli bir yöneticiyle çalışmak son derece normaldir.		0,704

Varimaks Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi: Açıklanan Toplam Varyans: %58,60; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü: %91,8; Barlett Küresellik Testi: $p < 0,05$; df : 78; Ki-Kare: 9330,656; Değerlendirme Aralığı ([1] Kesinlikle Katılmıyorum – [5] Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 5’te turizm öğrencilerinin engelli bireylere bakışına ilişkin ifadelerin boyutlandırılmasını yardımcı olan faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Faktör analizi sonuçlarına göre öğrencilerin engelli bireylere bakışı “sosyal ilişkiler”, “yardım” ve “iş ve aile ilişkileri” şeklinde üç farklı boyutta toplanmıştır. İstatistiksel tutarlılık kapsamında her bir boyut için açıklanan Varyans değerleri de tablo 5’te bulunmaktadır. Ayrıca ölçeğin faktör analizine uygunluğunu ölçen KMO değeri %91,8 olarak ve faktör analizinin toplam açıklanan Varyans değeri ise %58,60 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler kapsamında yapılan faktör analizinin istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6’da turizm öğrencilerinin engelli turizmüne bakışına ilişkin ifadelerin boyutlandırılmasını sağlayan faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Faktör analizi sonuçlarına göre “altyapı ve üstyapı”, “iletişim”, “turist” ve “ayrıcalık” olmak üzere toplam dört farklı boyut ortaya çıkmıştır. İstatistiksel tutarlılık kapsamında her bir boyut için açıklanan Varyans değerleri de tablo 6’da bulunmaktadır. Ayrıca ölçeğin faktör analizine uygunluğunu ölçen KMO değeri %90 olarak ve faktör analizinin toplam açıklanan Varyans değeri ise %51,05 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler kapsamında yapılan faktör analizinin istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6 Katılımcıların Engelli Turizme Bakışına İlişkin İfadelerin Faktör Analizi

Faktör Boyutları	Açıklanan Varyans	Faktör Yüğü
Altyapı ve Üstyapı	19,958	
Engelli bireylerin faydalanmasına mimari olarak uygun olmayan turizm işletmeleri yasal düzenlemeyle uygun hale getirilmelidir.		0,794
Ülkemizde engelli bireylere hizmet verebilecek daha fazla otel inşa edilmelidir.		0,804
Engelli bireylerin turizme katılmaları için yerel yönetimler ve diğer kuruluşlar özendirici tedbirler almalıdır.		0,817
Engellilerin seyahate katılmaları için daha fazla adımlar atılmalıdır.		0,713
Konaklama işletmelerinin fiziki düzenlemeleri bedensel engellilere hizmet verecek şekilde düzenlenmelidir		0,649
Engelli bir bireye hizmet vermek beni mutlu eder.		0,648
Engellilerin turizm faaliyetlerinde rekreasyonel aktivitelere daha fazla önem verilmelidir.		0,586
İletişim	12,760	
Engelli müşteriye hizmet verecek kadar yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünüyorum.		0,557
Turizm merkezlerinin çevresel düzenlemeleri engelliler için uygundur.		0,559
Engelli insanlara bakış açım turizm eğitimi almaya başladıktan sonra değişti.		0,576
Engelli turistlerle anlaşmak daha kolaydır.		0,657
Hafif engellilere hizmet etmek ağır engellilere hizmet etmekten arasında bir fark yoktur.		0,679
Engelli bireyler daha aktif ve üretkendir.		0,625
Turist	9,195	
Engelli bir insan için tatil yapmak oldukça zordur.		0,647
Engelli turistler daha alıngandır.		0,693
Engelliler daha farklı kişilik özelliklerine sahipler.		0,658
Engellilerle birlikte tatil yapmak diğer turistlere rahatsızlık verebilir.		0,586
Ayrıcalık	9,142	
Ülkemizde yalnızca engellilerin katılacağı festivaller düzenlenmelidir.		0,511
Engelli turistlere ayırım yapılmamalıdır.		0,603
Engelli pazarı ülkemiz için önemli bir pazardır.		0,570
Engelli turistlere özel bir önyargım yoktur.		0,585

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi: Açıklanan Toplam Varyans: %51,05; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü: %90,0; Barlett Küresellik Testi: $p<0,05$; df. 210; Ki-Kare: 11483,623; Değerlendirme Aralığı ([1] Kesinlikle Katılmıyorum – [5] Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 7. Katılımcıların Engelli Bireylere Bakışının Cinsiyete Göre Farklılıkları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	t Değeri	p Değeri
Sosyal İlişkiler	Erkek	912	3.9386	-0,909	0,000*
	Kadın	991	3.9617		
Yardım	Erkek	912	4.3311	-4,270	0,439
	Kadın	991	4.4763		
İş ve Aile İlişkileri	Erkek	912	3.9386	0,626	0,357
	Kadın	991	3.9152		

* $p<0,05$ düzeyinde anlamlı

Turizm öğrencilerinin engelli bireylere ve engelli turizmüne bakışına yönelik yapılan farklılık analizleri sonucunda yalnızca staj yapma durumuna yönelik anlamlı farklılık tespit

edilmediğinden dolayı analiz sonucu araştırmaya dâhil edilmemiştir. Diğer tanımlayıcı istatistiklere göre ise anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda katılımcıların tespitlerinin yalnızca Sosyal İlişkiler boyutunda cinsiyete göre anlamlı bir farklılığın olduğu Tablo 7'den anlaşılmaktadır. Kadınların erkek katılımcılardan daha olumlu düşünceler barındırdığından kaynaklanan bir farklılık söz konusudur. Ayrıca Tablo 8 incelendiğinde de Altyapı ve Üstyapı boyutunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu sonuç doğrultusunda kadın katılımcıların erkeklere oranla Altyapı ve Üstyapı boyutu hakkında daha olumlu düşüncelere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Katılımcıların Engelli Turizme Bakışının Cinsiyete Göre Farklılıkları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	t Değeri	p Değeri
Altyapı ve Üstyapı	Erkek	912	4.3761	-4,710	0,025*
	Kadın	991	4.5237		
İletişim	Erkek	912	3.4967	2,203	0,201
	Kadın	991	3.4168		
Turist	Erkek	912	3.6886	1,392	0,898
	Kadın	991	3.6337		
Ayrıcalık	Erkek	912	4.1327	-5,162	0,147
	Kadın	991	4.3179		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı

Katılımcıların engelli bireylere bakışının öğrenim gördükleri sınıflarına yönelik yapılan farklılık analizi sonuçları Tablo 9'da yer almaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda Sosyal İlişkiler ve Yardım boyutlarında anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Hem Sosyal İlişkiler hem de Yardım boyutlarında ön lisans öğrencilerinin lisans öğrencilerine göre daha olumlu düşünceler beyan ettikleri görülmektedir.

Tablo 9. Katılımcıların Engelli Bireylere Bakışının Öğrenim Gördükleri Sınıflara Göre Farklılıkları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	t Değeri	p Değeri
Sosyal İlişkiler	Ön Lisans	481	4.0374	4,413	0,002*
	Lisans	1422	3.9212		
Yardım	Ön Lisans	481	4.4470	1,457	0,018*
	Lisans	1422	4.3931		
İş ve Aile İlişkileri	Ön Lisans	481	3.8898	-1,144	0,999
	Lisans	1422	3.9388		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı

Turizm öğrencilerinin engelli turizmine bakışının öğrenim gördükleri sınıflarına yönelik yapılan farklılık analizi sonuçları tablo 10'da yer almaktadır. Yapılan analiz sonucunda Altyapı ve Üstyapı boyutunda anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Engelli turizmine yönelik

farklılıklarda Altyapı ve Üstyapı boyutunda ön lisans öğrencilerinin lisans öğrencilerine göre daha olumlu düşünceler içerisinde oldukları tespit edilmiştir.

Katılımcıların engelli bireylere bakışının engelli tanıdıklarına yönelik yapılan farklılık analizi sonuçları tablo 11’de yer almaktadır. Yapılan analiz sonucunda Sosyal İlişkiler, Yardım ve İş ve Aile İlişkileri olmak üzere tüm boyutlarda anlamlı farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda hem Sosyal İlişkiler hem Yardım hem de İş ve Aile İlişkileri boyutlarında engelli tanıdıkları olduğunu belirten katılımcıların engelli tanıdıkları olmayanlara göre daha olumlu düşünceler ürettiği görülebilir.

Tablo 10. Katılımcıların Engelli Turizme Bakışının Öğrenim Gördükleri Sınıflara Göre Farklılıkları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	t Değeri	p Değeri
Altyapı ve Üstyapı	Ön	481	4.5052	2,168	0,000*
	Lisans				
	Lisans	1422	4.4353		
İletişim	Ön	481	3.5551	3,214	0,661
	Lisans				
	Lisans	1422	3.4212		
Turist	Ön	481	3.7360	2,245	0,105
	Lisans				
	Lisans	1422	3.6343		
Ayrıcalık	Ön	481	4.3493	3,888	0,129
	Lisans				
	Lisans	1422	4.1885		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı

Öğrencilerin çevresinde tanıdıkları engelli bireyler sayesinde empati duygularının daha gelişmiş olması söz konusudur. Turizm öğrencilerinin engelli turizmine bakışının engelli tanıdıklarına yönelik yapılan farklılık analizi sonuçları Tablo 12’de bulunmaktadır.

Tablo 11. Katılımcıların Engelli Bireylere Bakışının Engelli Tanıdıklarına Göre Farklılıkları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	t Değeri	p Değeri
Sosyal İlişkiler	Evet	1205	3.9759	2,499	0,000*
	Hayır	698	3.9069		
Yardım	Evet	1205	4.4755	5,033	0,000*
	Hayır	698	4.2880		
İş ve Aile İlişkileri	Evet	1205	3.9817	3,847	0,000*
	Hayır	698	3.8309		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı

Bu sonuçlar doğrultusunda Altyapı ve Üstyapı ile Ayrıcalık boyutlarında anlamlı farklılığın olduğu sonucuna varılmıştır. Bu doğrultuda hem Altyapı ve Üstyapı hem de Ayrıcalık boyutlarında engelli tanındıkları olduğunu belirten katılımcıların engelli tanındıkları olmayanlara göre daha olumlu düşünceler ürettiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda çevresinde engelli insanlar olan turizm öğrencileri altyapı ve üstyapıların engelli turistler için daha uygun hale getirilmesi ve gerekirse diğer turistlere göre bazı faaliyetlerde ayrıcalık tanınması gerektiği düşüncesinde oldukları söylenebilir.

Tablo 12. Katılımcıların Engelli Turizme Bakışının Engelli Tanındıklarına Göre Farklılıkları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	t Değeri	p Değeri
Altyapı ve Üstyapı	Evet	1205	4.5012	3,847	0,000*
	Hayır	698	4.3696		
İletişim	Evet	1205	3.4838	2,083	0,215
	Hayır	698	3.4054		
Turist	Evet	1205	3.6838	1,588	0,673
	Hayır	698	3.6189		
Ayrıcalık	Evet	1205	4.2797	3,541	0,007*
	Hayır	698	4.1418		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı

Katılımcıların engelli bireylere bakışının daha önce engelli turistlere hizmete yönelik yapılan farklılık analizi sonuçları tablo 13'te yer almaktadır. Yapılan analiz sonucunda Sosyal İlişkiler, Yardım ve İş ve Aile İlişkileri olmak üzere tüm boyutlarda anlamlı farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda hem Sosyal İlişkiler hem Yardım hem de İş ve Aile İlişkileri boyutlarında daha önce engelli turistlere hizmet etmediğini belirten katılımcıların daha önce engelli turistlere hizmet edenlere göre daha olumlu düşünceler ürettiği görülmektedir. Bu doğrultuda turizm öğrencilerinin henüz engelli turistlere hizmet vermeseler de 1419 öğrencinin engelli bireylere karşı olumlu görüşler üretmiş olmaları, gelecekte engelli bireylerle etkileşimde bulunmaları açısından önemli olduğu söylenebilir.

Tablo 13. Katılımcıların Engelli Bireylere Bakışının Engelli Turist Hizmetine Göre Farklılıkları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	t Değeri	p Değeri
Sosyal İlişkiler	Evet	484	3.8698	-3,156	0,000*
	Hayır	1419	3.9782		
Yardım	Evet	484	4.3657	-1,238	0,000*
	Hayır	1419	4.4207		
İş ve Aile İlişkileri	Evet	484	3.8926	-0,971	0,000*
	Hayır	1419	3.9380		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı

Turizm öğrencilerinin engelli turizmüne bakışının daha önce engelli turistlere hizmete yönelik yapılan farklılık analizi sonuçları Tablo 14'te yer almaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda Altyapı

ve Üstyapı, İletişim, Turist ve Ayrıcalık olmak üzere tüm boyutlarda anlamlı farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda Altyapı ve Üstyapı, Turist ve Ayrıcalık boyutlarında daha önce engelli turistlere hizmet etmediğini belirten katılımcıların daha önce engelli turistlere hizmet edenlere göre daha olumlu düşünceler ürettiği görülmektedir. İletişim boyunda ise tam tersi durum söz konusu olmakla birlikte daha önce engelli turistlere hizmet ettiğini belirten katılımcıların daha önce engelli turistlere hizmet etmeyenlere göre daha olumlu düşünceler ürettiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda engelli turistlere hizmet veren öğrencilerin engelli turistlerle iletişimlerinin güçlü olduğu söylenebilir.

Tablo 14. Katılımcıların Engelli Turizme Bakışının Engelli Turist Hizmetine Göre Farklılıkları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	t Değeri	p Değeri
Altyapı ve Üstyapı	Evet	484	4.3678	-2,755	0,000*
	Hayır	1419	4.4820		
İletişim	Evet	484	3.5103	1,663	0,000*
	Hayır	1419	3.4362		
Turist	Evet	484	3.6157	-1,217	0,000*
	Hayır	1419	3.6751		
Ayrıcalık	Evet	484	4.1467	-2,371	0,000*
	Hayır	1419	4.2572		

*p<0,05 düzeyinde anlamlı

Turizm öğrencilerinin engelli bireylere bakışının öğrencilerin sınıflarına yönelik yapılan farklılık analizi sonuçları tablo 15'te yer almaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda Sosyal İlişkiler ile Yardım boyutlarında ve birinci sınıf ile ikinci sınıf grupları arasında anlamlı farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda sosyal ilişkiler ve yardım boyutlarında ikinci sınıf öğrencilerin birinci sınıf öğrencilere göre daha olumlu düşüncelere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 15. Katılımcıların Engelli Bireylere Bakışının Sınıflara Göre Farklılıkları

Boyutlar	F	p	1. Sınıf	2. Sınıf	3. Sınıf	4. Sınıf	Tukey
Sosyal İlişkiler	4,062	0,007*	3,9076	4,0060	3,9213	3,9622	1. sınıf ile 2. sınıf arasında farklılık vardır.
Yardım	5,364	0,001*	4,3397	4,4955	4,4045	4,3697	1. sınıf ile 2. sınıf arasında farklılık vardır.
İş ve Aile İlişkileri	2,098	0.099	3,8750	3,9350	4,0037	3,9748	Farklılık yoktur.

*p<0,05 olduğu için anlamlıdır.

Turizm öğrencilerinin engelli turizmüne bakışının öğrencilerin sınıflarına yönelik yapılan farklılık analizi sonuçları tablo 16'da bulunmaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda Altyapı ve Üstyapı ile Ayrıcalık boyutlarında anlamlı farklılığın olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 16. Katılımcıların Engelli Turizme Bakışının Sınıflara Göre Farklılıkları

Boyutlar	F	p	1. Sınıf	2. Sınıf	3. Sınıf	4. Sınıf	Tukey
Altyapı ve Üstyapı	4,914	0,002*	4,3913	4,5272	4,4719	4,4160	1. sınıf ile 2. sınıf arasında farklılık vardır.
İletişim	2,296	0,076	3,4185	3,5181	3,4045	3,4496	Farklılık yoktur.
Turist	0,223	0,880	3,6467	3,6813	3,6442	3,6597	Farklılık yoktur.
Ayrıcalık	3,791	0,010*	4,1889	4,3066	4,1461	4,2311	1. sınıf ile 2. sınıf ve 2. sınıf ile 3. sınıf arasında farklılık vardır.

* $p < 0,05$ olduğu için anlamlıdır.

Bu doğrultuda altyapı ve üstyapı boyutunda ikinci sınıf öğrencilerin birinci sınıf öğrencilere göre daha olumlu düşüncelere sahip olduğu görülmektedir. Ayrıcalık boyutunda ise birinci sınıf ile ikinci sınıf ve ikinci sınıf ile üçüncü sınıf öğrenci grupları arasında farklılık vardır. Bu kapsamda ikinci sınıf öğrencilerin hem birinci sınıf hem de üçüncü sınıf öğrencilerden daha olumlu düşünceler ürettiği söylenebilir.

Tablo 17’de çalışma kapsamında elde edilen faktör boyutları arasındaki korelasyon katsayıları yer almaktadır. Korelasyon katsayıları değişkenler arasındaki ilişkilerin şiddeti ve yönü hakkında bilgiler vermektedir. İlişkinin pozitif ya da negatif olması ilişkinin yönünü ortaya koyarken, ilişkinin şiddetine ilişkin referans değerleri ise aşağıdaki gibidir (Altunışık, 2012);

0<r<0,33=düşük şiddetli ilişki 0,33<r<0,66=orta şiddetli ilişki 0,66<r<0,99=yüksek şiddetli ilişki

Tablo 17. Boyutların Korelasyon Analizi

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7
Sosyal İlişkiler (1)	1						
Yardım (2)	0,438**	1					
İş ve Aile İlişkileri (3)	0,356**	0,436**	1				
Altyapı ve Üstyapı (4)	0,429**	0,475**	0,395**	1			
İletişim (5)	0,230**	0,243**	0,276**	0,127**	1		
Turist (6)	0,197**	0,119**	0,120**	0,106**	0,367**	1	
Ayrıcalık (7)	0,363**	0,413**	0,342**	0,474**	0,319**	0,245**	1

** $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı; * $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı

Araştırmanın korelasyon katsayılarının bulunduğu Tablo 17 incelendiğinde, sosyal ilişkiler boyutu ile yardım boyutu ($r=0,438$), sosyal ilişkiler boyutu ile iş ve aile ilişkileri boyutu ($r=0,326$), sosyal ilişkiler boyutu ile altyapı ve üstyapı boyutu ($r=0,429$), sosyal ilişkiler boyutu ile ayrıcalık boyutu ($r=0,363$), yardım boyutu ile iş ve aile ilişkileri boyutu ($r=0,436$), yardım boyutu ile altyapı ve üstyapı boyutu ($r=0,475$), yardım boyutu ile ayrıcalık boyutu ($r=0,413$), iş ve aile ilişkileri boyutu ile altyapı ve üstyapı boyutu ($r=0,395$), iş ve aile ilişkileri boyutu ile ayrıcalık boyutu ($r=0,342$), altyapı ve üstyapı boyutu ile ayrıcalık boyutu ($r=0,474$) ve iletişim boyutu ile turist boyutu ($r=0,367$) arasında orta şiddetli ve doğrusal bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda orta şiddetli ilişkiler arasında en yüksek ilişkiye sahip boyutlar altyapı

ve üstyapı ile ilişkilidir. Bu kapsamda öğrencilerin hem yardım hem de ayrıcalık tanınması açısından engelli turistler için altyapı ve üstyapı olanaklarının planlı gerçekleşmesi gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır.

Orta şiddetli ilişkilerin haricinde, değişkenler arasında çok sayıda pozitif yönlü ve düşük şiddetli ilişkiler bulunmaktadır. Sosyal ilişkiler boyutu ile iletişim boyutu ($r=0,230$), sosyal ilişkiler boyutu ile turist boyutu ($r=0,197$), yardım boyutu ile iletişim boyutu ($r=0,243$), yardım boyutu ile turist boyutu ($r=0,119$), iş ve aile ilişkileri boyutu ile iletişim boyutu ($r=0,276$), iş ve aile ilişkileri boyutu ile turist boyutu ($r=0,120$), iletişim boyutu ile ayrıcalık boyutu ($r=0,319$) ve turist boyutu ile ayrıcalık boyutu ($r=0,245$) arasında düşük şiddetli ve doğrusal bir ilişki tespit edilmiştir. Tüm bu sonuçlara bakıldığında altyapı ve üstyapı boyutu ile turist boyutu düşük şiddetli ilişkiler arasında en düşük ilişkiye sahip boyutlardır.

SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Turizm hareketleri dünya nüfusunun artması, gelişen teknoloji, altyapı ve üstyapı unsurlarında gerçekleşen gelişmelerden dolayı her geçen gün artmaktadır. Bu turizm hareketleri içerisinde farklı turizm türlerine yönelen bireyler olduğu gibi aynı zamanda kolaylıklar sağlanarak turizm faaliyetine katılması teşvik edilen bireylerde bulunmaktadır. Bu bireyler engelli turistler ve katıldıkları turizm ise engelli turizm olarak adlandırılmaktadır. Engelli turistlere hizmet veren personeller büyük ölçüde turizm eğitimi veren kurumlardan mezun olmaktadır. Dolayısıyla turizm endüstrisinin potansiyel çalışanları olan turizm öğrencilerinin engelli turizmüne bakış açıları oldukça önem taşımaktadır.

Turizm öğrencilerinin çalışma genelinde en çok vurguladıkları nokta, engelli turistlere ayrıcalık yapılması gerektiğidir. Dünyanın birçok yerindeki turizm tesislerinde engelli turistlere yönelik donanım yetersizdir. Bu kapsamda özellikle gerekli donanımların yapılması veya var olan donanımların gelişen teknolojiye paralel olarak revize edilmesi gerekmektedir. Ayrıca yapılan ayrıcalıkların yalnızca somut olarak değil, hizmet kapsamında da ele alınması gerekmektedir. Tesislerde kalabalıktan dolayı ortaya çıkan kuyruklarda önceliğin engelli turistlere verilmesi ve bu gibi durumlara yönelik ayrı kontenjanların hazırlıklı olarak bekletilmesi gerekmektedir.

Turizm öğrencilerinin diğer önem gösterdiği konu ise üstyapı ve altyapı unsurlarıdır. Özellikle destinasyondaki yöneticilerin destinasyondaki üstyapı ve altyapıyı geliştirmeleri sayesinde engelli turistlerin destinasyonu daha iyi keşfedebilecekleri söylenebilir. Ayrıca çalışma sonucunda ortaya çıkan altyapı ve üstyapı ile ayrıcalık arasındaki ilişki öğrencilerin engelli bireylere özel farklı platformların kurulması gerektiğine de işaret etmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde turizm endüstrisi paydaşları, turizm akademisyenleri ve turizm öğrencilerine bazı öneriler getirilebilir. Öncelikle engelli turizm pazarında çalışmayı planlayan öğrencilerin bu pazarı iyi tanınması gerekmektedir. Bu kapsamda öğrencilerin uzmanlaşması ve engelli bireylere hizmet verebilmeleri için gerekli olan sertifika vb. belgeleri elde etmeleri gerekmektedir. Diğer yandan turizm endüstrisindeki paydaşların engelli turistlere yönelik tesislerini yenilemeleri gerekmektedir. Farklı engellilik düzeyleri olduğu için tüm farklı engeller düşünülerek hareket edilmelidir.

Bu kapsamda yalnızca konaklama veya yiyecek sektörü değil, diğer sektörlerinde buna yönelik hareket etmeleri gerekmektedir. Örneğin; seyahat sektöründe turlara katılmak isteyen engelli turistlere yönelik uzman turist rehberleri yetiştirilmelidir. Görme engelli veya işitme engelli turistlere farklı hizmetler sağlanarak bu turistlere gidilen bölgenin doğası, kültürü ve tarihi en iyi şekilde aktarılması gerekmektedir. Yapılan bu önerilerin gerçekleştiği durumlarda farklı

araştırmalar yapılabilir. Özellikle engelli turistlerin turizm deneyimlerinin ölçülmesi literatüre önemli katkı sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akrami, N., Ekehammar, B., Claesson, M., and Sonnander, K. (2006). Classical and modern prejudice: Attitudes toward people with intellectual disabilities. *Research in Developmental Disabilities*, 27(6), 605-617.
- Alén, E., Domínguez, T., and Losada, N. (2012). New opportunities for the tourism market: Senior tourism and accessible tourism. *Visions for Global Tourism Industry: Creating and Sustaining Competitive Strategies*, 139-166.
- Ayikoru, M., Tribe, J., and Airey, D. (2009). Reading tourism education: Neoliberalism unveiled. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 191-221.
- Bergier, B., Bergier, J., and Kubińska, Z. (2010). Environmental determinants of participation in tourism and recreation of people with varying degrees of disability. *Journal of Toxicology and Environmental Health, Part A*, 73(17-18), 1134-1140.
- Bizjak, B., Knežević, M., and Cvetrežnik, S. (2011). Attitude change towards guests with disabilities: Reflections from tourism students. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 842-857.
- Brotherton, B., Woolfenden, G., and Himmetoğlu, B. (1994). Developing human resources for Turkey's tourism industry in the 1990s. *Tourism Management*, 15(2), 109-116.
- Buhalis, D., and Michopoulou, E. (2011). Information-enabled tourism destination marketing: addressing the accessibility market. *Current Issues in Tourism*, 14(2), 145-168.
- Can, A. (2014). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi* (3. Baskı), Ankara: Pegem Akademi
- Chang, Y. C., and Chen, C. F. (2011). Identifying mobility service needs for disabled air passengers. *Tourism Management*, 32(5), 1214-1217.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı* (8. Baskı), Sakarya: Sakarya Yayıncılık
- Darcy, S., and Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.
- Darcy, S., and Pegg, S. (2011). Towards strategic intent: Perceptions of disability service provision amongst hotel accommodation managers. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 468-476.
- Disabled World, Disabled World Travel: Accessible Disability Travel Information, <http://www.disabledworld.com/travel/>, [Erişim Tarihi: 07.11.2016].
- Domínguez, T., Fraiz, J. A., and Alén, E. (2013). Economic profitability of accessible tourism for the tourism sector in Spain. *Tourism Economics*, 19(6), 1385-1399.
- Figueiredo, E., Eusébio, C., and Kastenholtz, E. (2012). How diverse are tourists with disabilities? A pilot study on accessible leisure tourism experiences in Portugal. *International Journal of Tourism Research*, 14(6), 531-550.
- Guerra, L. S. (2003). *Tourism For All: Organising Trips for Physically Disabled Customers*. UK: MA European Management.

- Hergenrather, K. and Scott R. (2007). Exploring Undergraduate Student Attitudes toward Persons with Disabilities: Application of the Disability Social Relationship Scale. *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 50(2), 66-75.
- Hua, K. P., Ibrahim, I., and Chiu, L. K. (2013). Sport tourism: Physically-disabled sport tourists' orientation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 257-269.
- Kalargyrou, V. (2014). Gaining a competitive advantage with disability inclusion initiatives. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 13(2), 120-145.
- Kim, S., and Lehto, X. Y. (2013). Travel by families with children possessing disabilities: Motives and activities. *Tourism Management*, 37, 13-24.
- Kozak Akoğlan, M. ve Turan A. (2014), Engelliler ve Turizm: Engelli Bireylerin ve Seyahat Acentası Yöneticilerinin Algılamaları, 15. Ulusal Turizm Kongresi: Engelsiz Turizm, ss: 1176-1191, Ankara.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. K., and Lam, P. (2003). Travel agents as facilitators or inhibitors of travel: perceptions of people with disabilities. *Tourism Management*, 24(4), 465-474.
- Ozturk, Y., Yayli, A., and Yesiltas, M. (2008). Is the Turkish tourism industry ready for a disabled customer's market? The views of hotel and travel agency managers. *Tourism Management*, 29(2), 382-389.
- Pagán, R. (2015). The contribution of holiday trips to life satisfaction: the case of people with disabilities. *Current Issues in Tourism*, 18(6), 524-538.
- Pehlivanoğlu, B. (2012). Turizm yapılarında engellilere yönelik iç mekân tasarım kriterleri. *Engelsiz Turizm Sempozyumu*, 27, 6-18.
- Poria, Y., Reichel, A., and Brandt, Y. (2011). Dimensions of hotel experience of people with disabilities: an exploratory study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5), 571-591.
- Ray, N. M., and Ryder, M. E. (2003). "Eibilities" tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24(1), 57-72.
- Shaw, G., and Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: a preliminary survey. *Tourism Management*, 25(3), 397-403.
- Shi, Y. (2006). The accessibility of Queensland visitor information centres' websites. *Tourism Management*, 27(5), 829-841.
- T.C. 1982 Anayasası, <https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa82.htm>, [Erişim Tarihi: 04.11.2016].
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (2011), 27.06.2011 Tarih "Engelsiz Turizm" Konulu 2011/8 Genelge.
- T.C. Resmî Gazete, "Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme", <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/07/20090714-1.htm>, [Erişim Tarihi: 06.12.2016].
- Türkiye İstatistik Kurumu, "Özürlü İstatistikleri Sonuçları", http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1017, [Erişim Tarihi: 15.11.2016].
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, "Dünyada ve Türkiye'de Engelsiz Turizm Pazarı", http://www.tursab.org.tr/tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazari_487.html, [Erişim Tarihi: 10.03.2016].

Var, T., Yeşiltaş, M., Yaylı, A., and Öztürk, Y. (2011). A study on the travel patterns of physically disabled people. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(6), 599-618.

World Health Organization (2016), "Disability and Health", <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs352/en/>, [Erişim Tarihi: 29.10.2016].

World Health Organization, "Disability and Rehabilitation", <http://www.who.int/disabilities/en/>, [Erişim Tarihi: 03.11.2016].

Yau, M. K. S., McKercher, B., and Packer, T. L. (2004). Traveling with a disability: More than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946-960.

Yaylı, A., ve Öztürk, Y. (2006). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin bedensel engelliler pazarına bakış açıları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 87-97.

Yılmaz, T. ve Gökçe, D. (2012). Kentsel açık ve yeşil alanların engelli bireylerin sosyal yaşamı açısından önemi. *Engelsiz Turizm Sempozyumu*, 27, 31-40.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(11): 1527-1543.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1114](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1114)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sosyal Medyada Stalklamak Üzerine Yapılan Bir Araştırma*

Özge ŞENSES, Yüksek Lisans Öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, e-posta: sensesozge@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8390-2752>

Doç. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İzmir, e-posta: ilk2002tr@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2663-6731>

Öz

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle, sosyal medya kullanımları arttığından kullanıcıların stalklama eylemleri de artmıştır. Stalklamak, başta takip edilen kişinin sadece profilini gizlice görüntülemek, fotoğraflarına bakmak iken zamanla takip edilen kişinin gönderilerine yorum yapmak, başta iltifat dolu fakat ardından rahatsız edici olan mesajlar atmak vb. davranışlar sergilemektir. Çalışmada, sosyal medyada stalklama (ısrarlı takip) eylemi incelenmiş hem fail hem de mağdur olan/olmayan taraflar tarafından kullanıcıların görüşlerine online anket yöntemi ile ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında; sosyal medyayı sıklıkla kullandıkları varsayılan ve online ankete gönüllü cevap veren 437 katılımcıya, stalk hakkındaki düşünceleri sorulmuş ve görüşleri değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, katılımcıların demografik değişkenleri ile stalk kavramının anlaşılması ve uygulanması, stalklama yaparken kullanım amaçları, ısrarlı takipleri farklılık gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Gençlerin sosyal medyayı aktif kullandıkları görülmektedir. Sosyal medya kullanıcıları, stalk kavramını bir suç unsuru olarak görmektedir. Ayrıca katılımcıların stalk kavramı ile ilgili yeterli bilgi düzeyine sahip olmadıkları da ortaya çıkmıştır.

*Bu çalışma, Sosyal Medya Kullanımında Stalklamak: Toplumsal Cinsiyet Farklılıkları Üzerine Bir Araştırma; başlıklı (Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı (2022)) yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Stalk, Siber Takip, Stalker.

Makale Gönderme Tarihi: 18.10.2022

Makale Kabul Tarihi: 07.11.2022

Önerilen Atıf:

Şenses, Ö. ve Aydoğdu Karaaslan, İ. (2022). Sosyal Medyada Stalklamak Üzerine Yapılan Bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1527-1543.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(11): 1527-1543. DOI: [10.26677/TR1010.2022.1114](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1114)

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



RESEARCH PAPER

A Study on Stalking on Social Media

Özge ŞENSES, MSc. Student, Ege University, Institute of Social Sciences, İzmir, e-mail: sensesozge@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8390-2752>

Associate Prof. Dr. İlknur AYDOĞDU KARAASLAN, Ege University, Communication Faculty, İzmir, e-mail: ilk2002tr@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2663-6731>

Abstract

Today, with the development of technology, stalking of users has increased as their use of social media has increased. Stalking is to secretly view only the profile of the person being followed, to look at their photos, to comment on the posts of the person being followed over time, to send messages that are full of compliments but then disturbing, etc. exhibiting behaviors. In the study, the stalking (persistent stalking) action on social media was examined and the opinions of the users were reached by the online survey method by both the perpetrator and the aggrieved/non-victim parties. In the scope of the research; 437 participants, who are assumed to use social media frequently and who voluntarily responded to the online survey, were asked their opinions about stalking and their opinions were evaluated. As a result of the research, it is revealed that the demographic variables of the participants, the understanding and application of the concept of stalking, the purpose of use while stalking, and their persistent follow-ups differ. It is seen that young people use social media actively. Social media users see the concept of stalking as a criminal element. It was also revealed that the participants did not have sufficient level of knowledge about the concept of stalking.

Keywords: Social Media, Stalk, Gender, Surveillance Society.

Received: 18.10.2022

Accepted: 07.11.2022

Suggested Citation:

Şenses, Ö. ve Aydoğdu Karaaslan, İ. (2022). A Study on Stalking on Social Media, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1527-1543.

GİRİŞ

İnternetin gelişmesi ve teknolojinin sürekli değişim ve gelişime uğraması, bireylerin farklı mecralardan teknolojiye adapte olmaları, onların iletişimlerini de önemli ölçüde etkilemiştir. İnternet sayesinde bireyler, her türlü içeriği sosyal ağlar aracılığı ile alma ve iletme işlemini yapabilmektedir. Bu durum interneti bir bilgi kaynağı olmaktan öte, hayatın aktığı interaktif bir ortama dönüştürmüştür. Sosyal medya da bu interaktif ortamın en önemli mecralarından biridir.

Gazete, dergi, televizyon ve radyo gibi geleneksel medya araçları bireylerin yaşamlarında uzun süredir yer almaktadır. Ancak söz konusu mecralarda tek taraflı iletişimin olması, maliyetlerin fazlalığı gibi özelliklerinden dolayı bireyler etkileşimli ve çoklu ortam özelliğinden dolayı yeni medya kullanımlarını arttırmıştır. Az maliyet ile internet kullanıcılarının ücretsiz içerik üretebildiği internet ve web siteleri, geleneksel medyanın aksine herhangi bir eğitim ya da tecrübe gerektirmediğinden kullanıcı sayılarındaki artış giderek dikkat çekmektedir.

Yapılan araştırmalarda 2021 verilerine göre; Dünya’da 7,83 milyar internet kullanıcısı ve 4,20 milyar da sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (<https://wearesocial.com/>) Bu durum aslında her dört kişiden ikisinin sosyal medya kullandığını göstermektedir. Üstelik bu sayılar her geçen yıl katlanarak ilerlemektedir. Yeni medya kullanımına olan yoğun ilgi, internetin kullanım amaçlarını da değiştirmektedir. Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter gibi sosyal medya uygulamaları yaşamı kolaylaştırır da sağladığı serbestlik ortamıyla büyük ölçüde mahremiyet ihlallerine neden olmaktadır. Araştırmanın konusunu oluşturan stalk kavramı da sosyal medyadaki kullanıcılara uygulanabilen bir mahremiyet ihlalidir. Türkçede çok net bir karşılığı bulunmasa da ısrarlı takip olarak çevrilebilecek stalk kavramı, İngilizce kökenli bir kelimedir. İngilizcede gizlice avını izlemek anlamına gelen stalklamak; başta takip edilen kişinin profilini ondan habersiz görüntülemek, fotoğraflarına bakmak olurken zamanla takip edilen kişinin gönderilerine yorum yapmak, başta iltifat dolu fakat ardından rahatsız edici olan mesajlar atmak, telefon numarası varsa sık sık ve uygunsuz zamanlarda aramak ayrıca daha ileri giderek kişiyi fiziksel olarak takip etmeye ya da fiziksel şiddete yol açıcı davranışlar sergilemeye dönüşmektedir.

Çalışmada, stalkerların (ısrarlı takip yapan kişi) motivasyonları, ısrarlı takibin en çok hangi cinsiyet tarafından uygulandığı, yaş gruplarına göre uygulanma sıklığının değişip değişmediği, kavramın ne kadar bilindiği, stalklama eylemi ile bireylere zarar verilip verilmediği, eylemin özellikleri, ısrarlı takibin ne kadar normalleştirildiği ve söz konusu kavramın bireyler tarafından nasıl algılandığı ve neden uygulandığı değerlendirilmiştir.

STALK (ISRARLI TAKİP) KAVRAMI

Stalk kavramının Türkçe’de anlamını tam olarak karşılayan bir kelime bulunmasa da çevirisi ısrarlı takip olarak yapılan bir eylemdir. Kişinin hukuka aykırı olarak fiziksel ya da internet ortamında, düzenli olarak başka birini takip etmesi, sözleri, yazıları ya da davranışlarıyla rahatsız etmesiyle oluşmaktadır. Oxford Dictionaries (2020) tanımlamasına göre stalklama; birini rahatsız edici veya korkutucu bir şekilde uzun süre takip etme, izleme suçudur. Cambridge Dictionary’nin (2021) stalk tanımı ise; bir insanı veya hayvanı yakından gizlice sıklıkla yakalamak ya da saldırmak için izlemek, peşine düşmek, gizli gizli izlemek; avına sinsice yaklaşmak, kasıla kasıla yürümek şeklinde açıklanmıştır.

Spitzberg ve Cadiz (2002) ise takip için şöyle temel bir açıklama getirmiştir: Takip, kişinin kasıtlı, tekrarlayan, istenmeyen ve korku-baskı yaratacak şekilde izlenmesi ya da taciz edilmesidir (Gürgezoğlu, 2010: 2). Akmeşe ve Deniz (2017) Stalk’ı iz sürme, takip etme, dikizleme olarak

değerlendirildiğinde, bu eylemi gerçekleştiren kişiye stalker, dikizleme eylemini de stalklamak olarak ifade etmek mümkündür.

Bir eylemin stalk olarak değerlendirilmesi için, takipçinin eylemi hangi amaçla gerçekleştirdiğine ve eylemlerinin sınırlarının nereye kadar uzandığına bakılmalıdır. Bu bağlamda stalk eylemini gerçekleştirenin niyeti de ortaya çıkmaktadır. İyi niyetli takip çoğunlukla bireyin kendisini gözetlemesine izin verdiği bireylerin belirli sınırlar içerisinde ve rahatsız etmeden kişiyi takip etmesi iken, kötü niyetli takip, stalkerın karşısındaki bireyi gizli veya açık olarak rahatsızlık verecek derecede izlemesi ve korkutmasıyla oluşmaktadır (<https://www.kaspersky.com.tr>).

Mullen vd., (2000) ısrarlı takibin bilim, hukuk ve medya olarak üç sacayağı olduğunu belirtmektedir. İsrarlı takibin medyadaki yer alış biçimi genellikle ünlülerin maruz kaldığı tacizler ve kadına yönelik şiddet çerçevesinde yaşanan stalker eylemleridir. Spitzberg ve Cadiz (2002), medyanın stalkerlar ile ilgili stereotipleri yeniden ürettiğini belirtmektedir. Bu bağlamda medyaya göre mağdurlar çoğu zaman ünlülerdir. Diğer bireylerin ısrarlı takibe uğraması çoğu zaman kaçırılma ya da cinayet ile bitmektedir. İsrarlı takip eylemleri televizyon haberlerinde gazetelere nazaran daha çok yer almaktadır. Stalkerlar tanımadıkları birine musallat olan kurnaz yabancılar olarak görülmektedir. Haberlerde stalklanan bireyler ise çaresiz kurbanlar olarak varsayılmaktadır. Ayrıca takipçilerin çoğunlukla erkekler ve ısrarlı takibe maruz kalanların da kadınlar olduğu varsayılmaktadır. Bazı araştırmacılara göre bu durum toplumsal cinsiyete yönelik klişeleri desteklemektedir. Günümüzde yapılan araştırmaların bu görüşü desteklediği bilinmektedir. İsrarlı takip, cinsiyetçi bir eylemdir.

İsrarlı takip (stalking) ilk olarak, 1989'da Amerikalı aktris Rebecca Schaeffer'ın 22 yaşındayken kendisini uzun zamandır takip eden (mektuplar gönderen, sette Schaeffer'i görmeye giden) takıntılı hayranı tarafından silahla öldürülmesi ve aynı yıl içinde başka kadınların da benzer şekilde stalkerları tarafından cinayete kurban gitmeleri sonucunda dikkatleri üzerine çekmiştir. 1990'da ilk takip kanunu çıkartılmış, Amerika Birleşik Devletleri'nin California eyaletinde stalk suç olarak düzenlenmiştir. Stalk kavramı bireylerin hayatında her zaman var olmuş olsa da Schaeffer'ın öldürülmesi ve ardından fark edilen gerçeklerle birlikte özellikle 1990'lı yıllardan sonra bu kavram üzerine çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (<https://www.history.com>).

Bu çalışmalar aracılığıyla stalklama özellikle psikoloji ve hukuk alanlarında irdelenmiş ve ısrarlı takip eyleminin çoğunlukla mağduru olan kadınlara odaklanılmıştır. Araştırmalara göre kadın cinayetlerinin büyük bir yüzdesi kadınların cinayete kurban gitmeden önce internet üzerinden ve fiziksel olarak ısrarlı takibe uğradıkları ve en az 5 kere telefon ile taciz edildikleri yönündedir (Spitzberg ve Cadiz, 2002). Bu bağlamda her stalklama eylemi bireylerin yaşamında hayati bir öneme sahiptir denilebilmektedir.

Bir yeni medya hastalığı olan stalklamak toplumlar tarafından, fiziksel takip içerdiğinde bir taciz ve saplantı olarak görülse de sosyal medya üzerinden yapıldığında bir suç unsuru sayılmamakta ve insanların meraklarını gidermenin bir yolu olarak görülmektedir. Bu bağlamda bireylerin bilinçlenmesi gereken noktalar:

- Takip ve takip edilmek, belirli etkileri ve rezonansı olan yapılardır.
- İsrarlı takip artık gelecekteki şiddetin bir uyarısıdır.
- İsrarlı takibin nedeni psikolojik olarak alınmış hasarlardır.
- Stalk mağduriyetin bir formudur.
- Stalkerlar tehlikelidir.
- Stalkerlar suçludur.
- Stalkerlar sorunlu ve tahmin edilemezdir (Mullen, Pathe ve Purcell, 2000: 5).

Dolayısıyla toplumların stalking hakkında bilinçlenmesi ve stalkerların olası davranışlarının neler olduğunun önceden bilinmesi sağlarsa mağdur ve olası mağdurlar, daha büyük sorunlar yaşamadan hızlıca bu sorunu anlayıp tepki gösterebilirler.

Aslanyürek (2016) makalesinde sosyal medyada çevrimiçi gizlilik, güvenlik ve mahremiyet gibi konulara değinmiştir. Aslanyürek, sosyal medyanın her birey için farklı kullanım amaçları taşıdığını ve birçok kullanıcı için bir sosyalleşme ve ekonomik kazanç aracı olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle hayatlarının büyük bir bölümünü kapsayan sosyal medya uygulamalarında olmak bireyler için büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda kullanıcılar için gizlilik ve güvenlik gibi konuların önemi geri planda kalmaktadır. Aslanyürek yaptığı araştırma sonucunda sosyal medyada var olmak için bireylerin güvenlik açıklarını ve stalker tehlikelerini bilmelerine rağmen önemsemediklerini ortaya koymuştur.

Başar'ın (2019) çalışmasındaki bulgulara göre namus kültürünün onaylanması, cinsiyetçilik ve cinsiyetler arası şiddetin meşruluğu stalk davranışlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Araştırmaya göre, namus kültürüne sahip ülkelerde, bu inanç yapısını savunan bireyler stalk kavramını normalleştirmeye eğilimli olmaktadır. Ayrıca söz konusu ülkelerde Lerner'in (1980) kuramı olan adil dünya inancına sahip bireylerin varlığı da dikkat çekmektedir. Adil dünya inancındaki bireyler, yaşamda yapılan her iyiliğin ve kötülüğün bir karşılığının olduğuna inanmaktadır. Bir kişinin başına ısrarlı takip/taciz gibi eylemler geldiğinde bunun olmasının nedenini, mağdurun suçundan kaynaklandığını, yaptığı bir yanlışın cezasını çektiklerini düşünmektedirler. Herkesin kendi başına gelenlerden sorumlu olduğuna inanılan bu düşünce sisteminde suçsuz olanın daha çok mağdur edilmesi gibi istenmeyen sonuçlar yaşanabilmektedir.

Adil dünya inancının ısrarlı takip eylemlerinin varlığını pekiştirdiği bilinen bir gerçektir. Meloy ve Boyd'un araştırmasına göre kadın takipçiler genellikle 18 ile 58 yaş aralığında bulunan beyaz, heteroseksüel ve bekar kadınlardır. Çoğu liseyi bitirmiş geri kalanı da üniversite ve yüksek lisans eğitimleri almış akademik olarak başarılı kişilerdir. Kadın stalkerların zeki olmaları nedeniyle takip yaparken nasıl hareket edebileceklerini bildikleri ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra araştırmaya göre bu kadın takipçilerin üçünden biri ısrarlı takip yaparken madde etkisi altında oldukları tespit edilmiştir.

Doğan (2014) kadınların mağduriyetleri açısından stalk kavramına odaklanmıştır. Doğan'ın da belirttiği gibi stalkerların, mağduru sosyal medyada takip etmesi, iletişim kurmaya çalışması, mağdura dair fotoğraf, video veya yazışmaları paylaşması, mağdurun e-posta vb. mesajlarını takip etmesi ısrarlı takip kavramı içerisinde değerlendirilmelidir.

Stalkerlara karşı caydırıcı cezalar olmadığı taktirde Perry'nin (2018) değindiği gibi sadece bir Facebook ilişki kısmını -evli, bekar, nişanlı, ilişkisi var gibi- değiştirmek bile takıntılı bir ısrarlı takipçinin eyleme geçerek takip edilen bireye fiziksel zarar vermesine yol açabilmektedir. Saltık (2018) ise sosyal sermaye üzerinden stalk olgusunu bir Instagram araştırmasıyla incelemiştir ve bireylerin statü kazanıp ekonomik olarak iyi konumlara gelmek için sosyal medya araçlarını kullandıklarını, bu amaç uğruna stalkladıklarını ve stalklandıklarını belirtmiştir. Mullen, Pathe ve Purcell (2000) ve Korkodeilou (2016) araştırmalarında stalker ve mağdurlarını incelemişlerdir. Philips vd., (2004) yaptıkları araştırmaya göre hem katılımcının cinsiyeti hem de fail ve mağdurun özellikleri taciz algısının değişmesine yol açmaktadır. Ranger'ın (2002) araştırmasının amacı ise takip mağduriyetinde cinsiyet rollerinin ve kişilik faktörlerinin bir bağlantısı olup olmadığının araştırılmasıdır.

Gürgezoğlu (2010) stalk mağduru olan ve olmayan bireyler üzerinde yaptığı çalışmada, takip mağdurlarının %23.2'si cinsel tacize maruz kaldıklarını, %76.8'i ise böyle bir durumla karşılaşmadıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca cinsel tacize uğrayan takip mağdurlarının, bu tacize ne şekilde karşılaştığı sorulduğunda, ilk sırada %39.1 oranı ile cinsel içerikli konuşmalara

maruz kaldıklarını, son sırada ise %8.7 ile cinsel ilişkiye zorlama olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmaya göre mağdurlar %29.3 ile haftada birkaç kez %25.6 ile de her gün stalker davranışlarına maruz kaldıklarını belirtmişlerdir. Çalışma doğrultusunda stalkerların %37.6'sı mağdura âşık olduklarını belirten not yazarken %17.5'i tehdit içerikli mesajlar göndermektedir. Bu araştırma sonuçları da takıntılı takipçilerin ne kadar tehlikeli olabileceğinin göstergelerinden biridir.

Karuppannan ve Puthisigamani'nin (2007) araştırmalarında ısrarlı takibin stalkerlar tarafından uygulanan 5 metoduna ilişkin oranları, %55.3 ile takip edilmeyi, %30.7'si istenmeyen telefonlar almayı, %11.3'ü casusluğa maruz kalmayı yani stalkerın evinin önünde, iş yerinin, okulunun önünde beklemesi vs., %22.7'si istenmeyen mektuplar almayı, %17.4'ü mağdurla iletişim kurulmaya çalışılması olarak belirlenmiştir.

Logan (2010)'un araştırmasında ise kadın mağdurların stalkerları %62 oranıyla eski veya mevcut partnerleridir. Ayrıca %23 hiç tanımadıkları biri ve %19 ise tanıdıkları biri olduklarını ifade etmektedirler. Erkeklerde ise bu oranlar daha düşük gözlenmekte olup erkek mağdurların stalkerları sırasıyla %36 ile yabancı biri ve %34 ile tanıdıkları bir kişi ve %32 oranında da partnerleri olmaktadır. Bu bağlamda erkeklerin daha az ısrarlı takibe maruz kaldığı yönündeki çalışmalar desteklenmektedir.

SİBER TAKİP KAVRAMI

İsrarlı takip eylemi belirli yerlerde ve aşamalarda gerçekleştirilebilmektedir. İnternet ortamında mağduru araştırmak, nerede ne yaptığını öğrenmeye çalışmak, pek çok kez mail atmak ya da mektup yazmak, telefonu varsa sürekli arayarak rahatsız etmek, sosyal medyadan mağdurun profilini mercek altına almak, mağdura karşı iltifat içerikli ya da tehdit edici bir dil kullanmak, uygunsuz bir şekilde hediyeler almak, mağdurun kişisel bilgilerini yaymakla tehdit etmek, iş yeri, alışveriş merkezi gibi bulunduğu yerlerde takip etmek ve en üst nokta olarak da mağdura fiziksel şiddet uygulamak stalk kavramının içerisinde yer almaktadır.

İsrarlı takip suçu, internet ortamında, özellikle de sosyal medya uygulamaları aracılığıyla yapıldığında bu siber takip/taciz (cyberstalking) olarak adlandırılmaktadır. Oxford Dictionary Of Law Enforcement'e (2015) göre siber takip; mağdurun elektronik yollarla taciz edilmesi anlamına gelmektedir. Günümüzde de stalklamak denilince akla ilk gelen internet ortamında bir bireyi gizlice takip etme eylemidir. Bu çalışma kapsamında ele alınan stalk kavramı da sosyal medya uygulamaları üzerinde yapılan siber tacizdir. Ellison ve Akdeniz (1998), siber takibi doğrudan ya da dolaylı olarak iki kategoriye ayırmaktadır. Doğrudan siber takip, tacizcinin mağdur ile iletişime geçebildiği tüm teknolojik araçlar ile bireye rahatsız edici bir içerikle direkt mesaj göndermesi ya da aramasıdır. Dolaylı siber takipte ise stalker, mağdur hakkında yalan, söylenti, dedikodu çıkarmakta veya tehdit içerikli sözler ile mağduru rahatsız etmeye çalışmaktadır. Bocij ve McFarlane (2003), cyberstalkerların belirgin 4 amacını şu şekilde sıralamaktadır:

- Kurbanı çeşitli nedenlerle (takıntılı âşık olması, buluşma isteği, mağdura karşı kin beslemesi vb.) tehdit etmek
- Mağdurun itibarına zarar vermek istemesi
- Mağdurun başta elektronik cihazları dahil tüm eşyalarına zarar vermek istemesi
- Mağduru bilgisayar üzerinden izleyerek merak duygusunu gidermek istemesi

Kötü niyetli ısrarlı takip olarak adlandırılan bu eylemler takipçi ile takip edilen arasındaki eşitsizliği ve gerilimi net bir şekilde vurgulamaktadır. Takipçi, kendisini mağdurdan üst bir konuma koyarak Google'dan bireyin ismini aratarak, sosyal medya hesaplarından ya da

GPS'ten takip ederek takıntılı davranışlar gerçekleştirmektedir. Günümüzde siber takipten kaçabilmek pek mümkün değildir. Bunun nedeni sosyal yaşam gereği internetin bir lüksten öte ihtiyaca dönüşmesidir. Enformasyon çağında bireylerin en az bir sosyal medya uygulamasına üye olması elzem hale gelmiştir. Çünkü iş yerleri, topluluklar Whatsapp ya da Facebook gruplarından haberleşmekte, gidilen her resmi ya da sosyal ortamda e-posta adresleri istenmekte ve bir insanın nasıl biri olduğu merak edildiğinden direkt Instagram ya da Twitter hesap isimleri sorulmaktadır. Bu durum da sosyal medyalar aracılığıyla siber takibe maruz kalma oranını arttırmaktadır. Özellikle siber takibin daha kolay gerçekleştirilmesi için bireyin, sosyal medyadaki profil ayarını 'Herkes' olarak seçmesi gerekmektedir. Bu seçeneği seçen bireylerin profili dünyanın her yerinden kullanıcıların bakışlarına açılmaktadır. Bu bağlamda gerekli hesap gizliliğini yapmayan profil sahiplerinin stalk mağduru olma olasılığı artmaktadır. Hesabı gizli olan bireyler de seçtikleri takipçiler tarafından stalk eylemine maruz kalabilmektedir. Dolayısıyla takipçilerin niyetleri bireyi rahatsız etmek ya da meraklarını gidermekle başlayıp, mağdurun profilini düzenli görüntüleyerek, gönderilere hoş karşılanmayacak seviyede beğeni, yorum yaparak ve mağdura mesaj atarak stalker olabilmektedir.

Akmeşe ve Deniz (2017), kimin ısrarlı takibin öznesi ya da nesnesi olacağına stalkerların karakter yapısının karar verdiğini belirtmektedir. Gözetlenenler her durumda gözetleyen (stalker) için bir merak kaynağı ve takipçinin ısrarla ulaşmak istediği amacıdır. Stalkerlar bu amaç doğrultusunda sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Instagram, Twitter, Facebook gibi sosyal medya uygulamalarında profili olan birçok kişi takip edilmek, takipçi sayısını arttırmak istemektedir. Ancak bireyler sayfalarını belirli kıstaslar çerçevesinde kontrollü olarak da kullanıma açabilmektedir. Dolayısıyla takipçilerini ve takip ettikleri bireyleri seçebilme, istekleri anda istedikleri fotoğraf, video vb. paylaşma özgürlükleri olan bireyler kendi seçtikleri stalkerlara onay vermektedir.

O'Neill (2011)'in araştırmasına göre, her çalışmada mağdurların siber takibe maruz kalıp kalmama oranları farklılık göstermektedir. Bunun nedeni araştırmacıların siber takip tanımlamalarında farklı odak noktalarını dikkate almaları ve örneklem seçiminin farklılığından kaynaklanmaktadır. Siber taciz ne kadar yaygın olduğu bilinmese de internet kullanımı hızla devam ettikçe bu oranın artacağı düşünülmektedir. Stalk sonucu mağduriyet yaşama oranı Türkiye'de de oldukça yüksektir. Ancak mağduriyetler çok fazla dile getirilmemekte veya ısrarlı takip kavramı suç unsurları kapsamında yer almamaktadır. İsrarlı takip suçları hakkında toplumun bilinç düzeyi yeterli olmadığı için de bu eylemlerin büyük bir kısmı kayıtlara geçmemektedir.

Literatüre bakıldığında genel olarak stalkerların ısrarlı takip davranışlarını gerçekleştirmelerine neden olan pek çok faktör bulunduğu söylenebilmektedir.

- Madde bağımlılığı ve erken travmalar
- Aile, arkadaşlar ya da partnerle disfonksiyonel bağlılıklar
- Zihinsel rahatsızlıklar (şizofreni, manik depresiflik, paranoyaklık)
- Yalnız kalmak, izole edilmişlik
- Toplumun dezavantajlı gruplarına dahil olma gibi nedenler stalk eyleminin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Teknolojinin hızla gelişmesi ve kullanımının yaygınlaşmasıyla özel alanın sınırları muğlaklaşmıştır. Böylece özel alanlara giriş ve çıkış kolaylaşmıştır. Anlık paylaşımlarla

beğenilme arzusu ile bireylerin sosyal medya hesaplarını açık tutma eğilimleri, izlenmek, merak edilmek, beğenilmek gibi durumlar hem stalklayan hem de stalklanan kişileri karşı karşıya getirmektedir. Böylelikle görülmek istenene yönelik bir “online iz sürme” davranışı normalleştirilmiştir.

Sosyal medyanın olanakları, stalk davranışlarının çeşitli tarzlarının gerçekleşmesine zemin oluşturmaktadır. Çünkü gerçek dünyada sosyal ilişkilerin giderek sığlaşması, yeni bir gerçeklik arayışı, benliğin dışa vuruş biçimi olarak değerlendirilebilir. Böylelikle stalkerlar ve stalklanan kişiler online ortamlarda kendi gerçekliklerini yeniden çerçevelemektedirler. Başka bir deyişle, gözetleyen ve gözetlenen kişiler birbiriyle takipte kalabilmek için farklı çabalar gösterebilmektedirler. Ancak bireylerin birbirleri ile takipleşme sınırları, yaş gruplarına ve cinsiyete göre farklılık gösterebilmektedir.

Bu bağlamda araştırmanın konusunu, sosyal medya uygulamalarında bireylerin profillerinin gizlice görüntülenmesiyle ortaya çıkan stalklamak (ısrarlı takip) kavramı oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında konuya ilişkin detaylı literatür taraması yapılarak, veriler 437 sosyal medya kullanıcısına 33 sorudan oluşan online anket tekniği uygulanarak elde edilmiştir. Araştırmada, online anket ile katılımcılardan elde edilen veriler cinsiyetleri ve yaşları temelinde stalk kavramı konusundaki düşüncelerine ulaşılarak araştırmanın hipotezleri desteklenmeye çalışılmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Çalışmada, sosyal medya kullanan bireylerin yaptıkları ısrarlı takibin (stalklama) araştırılması, stalklama kavramının ne kadar bilindiği, stalk eylemi ile bireylere zarar verilip verilmediği ve bu kavramın bireyler tarafından nasıl algılandığının değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda stalklama yapan kullanıcıların kimleri, hangi amaçla stalkladıkları, hangi duygu ve düşünce ile stalklama yaptıkları ve stalk mağdurlarının kimler olduğu ortaya çıkarılmıştır. Çalışmanın literatürde az çalışıldığı göz önüne alınarak literatüre katkı sağlanmasının yanı sıra kapsamlı bir araştırma ile de günümüzde sıkça duyulan stalk kavramı değerlendirilerek iletişim alanında akademik bir etkiye sahip olacağı ve gelecek çalışmalara rehberlik yapacağı düşünüldüğünden büyük önem arz etmektedir.

ARAŞTIRMANIN EVRENİ ve ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini sosyal medya hesabı olan ve aktif olarak kullanan bireyler oluştururken, örneklemini sosyal medyayı sıklıkla kullanan ve gönüllü olarak online anketi cevaplayan kullanıcılar oluşturmaktadır.

Çalışmada Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004)'nın belirttiği tabloda öngörülen asgari katılımcı sayısı 0.05 anlamlılık düzeyinde evren büyüklüğü 100 milyon olduğunda en az 384 benimsenerek örneklem hacmi belirlenmiştir. Araştırma, 05.02.2021 – 03.04.2021 tarihleri arasında 437 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada olasılıksız örnekleme yöntemlerinden Kolayda örneklem yöntemi uygulanmıştır. Strauss ve Corbin'in (2014) belirttiği gibi araştırmalarda evrenin doğasına yönelik bilgilere sahip olunamadığında olasılıksız örnekleme yöntemleri kullanılmaktadır. Bu sayede araştırmalar daha derinlikli bir biçimde incelenebilmektedir. Flick (2014), olasılıksız örneklemlerin -bu araştırmada da varsayıldığı gibi- bilgi sahibi ve anket sorularını cevaplayabilecek bireylere odaklandığını belirtmektedir. Dolayısıyla sonuçların genellenmesi düşünülmemektedir. Betimsel analizlerle konu hakkında elde edilen bilgiler, konuya ışık tutacaktır.

Araştırmadaki bağımsız değişkenler, yaş ve cinsiyet iken, bağımlı değişken stalklama eylemidir. Araştırmanın ara değişkenleri ise sosyal medya kullanım ortamları ve sıklığıdır.

Araştırmanın Hipotezleri:

H₁: Demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş) göre stalk kavramının anlaşılması ve uygulanması değişkenlik göstermektedir.

H₂: Demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş) göre stalklamadaki kullanım amaçları değişmektedir.

H₃: Gençler stalklamayı daha aktif kullanmaktadırlar.

H₄: Sosyal medya kullanıcıları stalk kavramının suç olduğunu düşünmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEM ve TEKNİĞİ

Araştırmadaki veriler, sosyal medya kullanıcılarına yönelik 33 sorudan oluşan online anket tekniği ile elde edilmiştir. Kelley, Clark, Brown ve Sitzia (2003) anketin, genellikle bir seçime atıfta bulunduğunu söylemektedir. Arıkan'ın (2018) da belirttiği gibi anket, bireylerden bilgi almak amacıyla uygulanmaktadır. Elde edilmek istenen bilgiler sözlü ya da yazılı anketler ile nicel ya da nitel veriler olmaktadır. Anketler en uygun ortam seçilerek pek çok farklı biçimde yapılabilmektedir. Anketler katılımcılara posta aracılığıyla, yüz yüze ya da internet ortamında online olarak sorularak gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca anketi yapan bireyler bu soruları hazırlarken katılımcıların konuyla ilgili olduklarını düşünmekte, katılımcıların akılcı olduklarını varsaymakta, doğru bilgi verdiklerini ve soruları doğru anladıklarını düşünmektedir. Bu çalışmada da ankete katılan bireylerin soruları doğru anladıkları ve doğru bilgi verdikleri varsayılmıştır. Online anketin soruları konu bağlamında ve etik değerler göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır.

Katılımcılardan elde edilen verilerin analizleri SPSS 25 (Statistical Package for Social Sciences) programı ile yapılmıştır. Araştırmada verilerin frekans dağılımları incelenmiş olup Bakan ve Büyükeşe'nin (2004) de belirttiği gibi parametrik olmayan testlerde en çok kullanılan ve kategorik değişkenlerin arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlayan ki-kare testi uygulanmış olup veriler 0.05 anlamlılık düzeyinde test edilmiştir. Veriler sayı ve yüzdeler ile ifade edilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik yapılarına (Tablo 1), sosyal medya kullanım alışkanlıklarına (Tablo 2), ve stalk kavramına bakış açılarına (Tablo 3) ilişkin veriler elde edilmiştir.

Ankete katılan bireylerin demografik özelliklerinin dağılımları incelendiğinde; araştırmaya katılan bireylerin %68'i kadın, %30'u erkek ve %2.1'i LGBT'dir. Katılımcıların yaşlara göre dağılımı değerlendirildiğinde, %33.2'si "15-24", %22.4'ü "25-34", %17.8'i "35-44", %22.9'u "45-54" ve %3.7'si "55-64" yaş aralığındadır. Katılımcıların %1.6'sının ilköğretim, %13.7'sinin ortaöğretim, %13.5'inin ön lisans, %59.7'sinin lisans ve %11.4'ünün lisansüstü eğitime sahip olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılan bireylerin %15.8'i kullanıcıların sosyal medyada gerçek kişiliklerini sergilediklerini düşünürken %84.2'si bireylerin sosyal medyada olmak istedikleri kişi gibi davrandıklarını düşünmektedir. Bu sonuca göre katılımcıların %50'den fazlasının sosyal medyayı yapay bir mecra olarak gördüğü anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Kadın	297	68
	Erkek	131	30
	LGBT	9	2.1
Yaş	15-24	145	33.2
	25-34	98	22.4
	35-44	78	17.8
	45-54	100	22.9
	55-64	16	3.7
Eğitim	İlköğretim	7	1.6
	Ortaöğretim	60	13.7
	Ön Lisans	59	13.5
	Lisans	261	59.7
	Lisansüstü	50	11.4
Sizce bireyler sosyal medyada gerçek kimliklerini mi yoksa sahte kimliklerini mi sergiliyorlar?	Gerçek Kişiliklerini	69	15.8
	Olmak İstedikleri Kişiliği	368	84.2

Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarına İlişkin Dağılımı

		n	%
Sosyal medya hesap/hesaplarınız var mı? Varsa hangileri?	Facebook	282	64.5
	Instagram	380	87
	Twitter	265	60.6
	YouTube	266	60.9
	Whatsapp	413	94.5
	Diğer	28	6.4
En sık kullandığınız sosyal medya uygulaması nedir?	Facebook	93	21.3
	Instagram	266	60.9
	Twitter	115	26.3
	YouTube	126	28.8
	Whatsapp	296	67.7
	Diğer	10	2.3
Sosyal medya uygulamalarına günde yaklaşık kaç saatinizi ayırıyorsunuz?	1 saat	88	20.1
	2 saat	121	27.7
	3 saat	95	21.7
	3 saat ve üzeri	133	30.4

Günümüzde stalklamak ile en çok özdeşleştirilen mecra sosyal medya uygulamalarıdır. Sosyal medya kullanımında stalklamanın incelendiği bu çalışmada katılımcıların hangi sosyal medya uygulamalarını en çok ve ne sıklıkla kullandıkları saptanmıştır. Bu bağlamda katılımcıların %64.5'inin Facebook, %87'sinin Instagram, %60.6'sının Twitter, %60.9'unun YouTube, %94.5'inin Whatsapp ve %6.4'ünün diğer sosyal medya uygulamalarında hesapları (profilleri)

bulunmaktadır. Katılımcılar soruda belirtilen sosyal medya uygulamalarının hesapları haricinde diğer seçeneğinde en çok Telegram hesapları bulunduğunu belirtmişlerdir. Ankete katılan bireylerin %21.3'ünün en sık Facebook'u, %60.9'unun en çok Instagram'ı, %26.3'ünün Twitter'ı, %28.8'inin YouTube'ı, %67.7'sinin Whatsapp'ı ve %2.3'ünün diğer uygulamaları kullandıkları tespit edilmiştir. Katılımcılar diğer seçeneğinde en sık Discord'u kullandıklarını ifade etmişlerdir. Anket katılımcılarının %20.1'i sosyal medya uygulamalarına günde yaklaşık 1 saatlerini ayırdıklarını dile getirirken diğer katılımcıların %27.7'si sosyal medyaya 2 saat, %21.7'si 3 saat ve %30.4'ü 3 saat ve üzerinde vakit ayırdıklarını belirtmiştir.

Katılımcıların stalk kavramı hakkındaki düşüncelerine ilişkin dağılımları incelendiğinde; ankete katılanların %81.7'si stalk kavramının ne olduğunu bildiğini ifade ederken %18.3'ü kavramın anlamını bilmemektedir. Katılımcıların daha önce tanıdıkları ya da tanımadıkları birinin hesabını gizlice ve düzenli olarak görüntüleyip görüntülemediklerini (stalker konumunda olup olmadıklarını) belirlemek için sorulan soruya katılımcıların %48.1'i evet yanıtını vermiştir. Ankete katılanların %38.7'si sıklıkla takip ettikleri kişi veya kişilere mesaj attıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %62.2'si sosyal medyada gizli veya açık olarak sürekli takip ettikleri hesaplar ifade etmiştir. Ankete katılan bireylerin %41.6'sı daha önce kendilerine karşı yapılan stalk girişimlerinin bulunduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların %58.6'sı kendilerine karşı yapılacak stalk eylemlerinden rahatsızlık duyacaklarını ifade etmiştir. Katılımcıların %26.8'i mevcut hesapları haricinde anonim bir başka sosyal medya hesabına daha sahip olduklarını dile getirmiştir.

Anket katılımcılarının %66.1'i kendilerini takibe alan kişilerden rahatsız olup bu durumu yakınları ya da resmi makamlar ile paylaşacağını ifade etmiştir. Katılımcıların %7.1'i yaşadıkları stalk mağduriyetleri sonrasında fiziksel ya da psikolojik bir sağlık sorunu yaşadığını belirtmiştir. Ankete katılanların %29.1'i ısrarlı takiple ilgili Türkiye'deki yasal düzenlemeleri bildiğini ifade etmiştir. Katılımcıların %80.1'i günümüzde ısrarlı takibin ve gözetlenmenin normalleştirildiğini düşünmektedir. Ankete katılan bireylerin %90.2'si sosyal medya uygulamalarını kullanırken gizlilik ayarlarını düzenlediklerini belirtmiştir. Ankete katılan bireylerin %71.4'ü bir kişinin profili herkese açıksa olası hesaba girilmesinin normal bir davranış olduğunu düşünmektedir.

Ankete katılan bireylerin %46.2'si ünlüler hayatlarını göz önünde yaşadıkları için ısrarlı takip edilmelerinin normal olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %49'u tanımadıkları birilerinin kendilerini stalklamasını ciddiye aldıklarını belirtmektedir.

Katılımcıların %62.7'si stalk mağdurlarının çoğunlukla kadınlar olduğunu ve bunu yapanların da büyük oranda eski sevgilileri olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların %52.4'üne göre stalklamak bir şiddet biçimidir. "Cinsler arasında ilişki kurulurken iz sürmek, sıkı takibe almak gerekli midir?" sorusuna katılımcıların %16.5'i evet demiştir. Katılımcıların %41.9'u fiziksel bir eyleme geçilme bile sadece sosyal medyada stalklanmayı sorun edeceklerini ifade etmektedir. Katılımcıların %64.1'ine göre fiziksel olarak gözetlenmekle sanal ortamda gözetlenmek arasında fark bulunmaktadır. Katılımcıların %41'i kanuna aykırı bir şey yapmasa ve ünlü biri olmasa da gözetleneceğini düşünmektedir. Ankete katılan bireylerin %66.4'ü stalklamanın saplantılı bir durum ve psikolojik bir rahatsızlık olduğunu belirtmiştir. Ankete katılan bireylerin %34.6'sı kendileriyle ilişki başlatmak için ısrarlı takip yapan bir bireyin girişimlerini normal karşılayacağını ifade etmiştir. Katılımcıların %81.2'si cinsiyet farketmeksizin bireylerin sosyal medyada seksi fotoğraflar paylaşmalarının stalk mağduru olmalarına yol açabileceğini düşünmektedir. Ankete katılan bireylerin %52.2'si fiziksel takip ya da şiddet olmasa da stalk yapmanın suç sayılması gerektiğini belirtmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Stalk Kavramı Hakkındaki Düşüncelerine İlişkin Dağılımları

		n	%
Stalk kavramı nedir biliyor musunuz?	Evet	357	81.7
	Hayır	80	18.3
Daha önce tanıdığınız ya da hiç tanımadığınız birinin hesabını gizlice düzenli olarak görüntülediniz mi?	Evet	210	48.1
	Hayır	227	51.9
Sıklıkla takip ettiğiniz kişi veya kişilere mesaj attınız mı?	Evet	169	38.7
	Hayır	268	61.3
Gizli veya açık olarak sürekli takipte kaldığınız kişiler, hesaplar var mıdır?	Evet	272	62.2
	Hayır	165	37.8
Size karşı yapılan ve fark ettiğiniz stalk eylemleri oldu mu?	Evet	182	41.6
	Hayır	255	58.4
Size karşı stalk yapılsa rahatsız olur musunuz?	Evet	256	58.6
	Hayır	181	41.4
İsminizin yer aldığı hesabınız hariç anonim bir sosyal medya hesabınız daha var mı?	Evet	117	26.8
	Hayır	320	73.2
Sizi takibe alan kişiden rahatsız olup bunu çevreniz yakınlarınız ya da resmi makamlar ile paylaşıyor musunuz?	Evet	289	66.1
	Hayır	148	33.9
Yaşadığınız bir ısrarlı takip mağduriyeti olduysa sonrasında fiziksel ya da psikolojik bir sağlık sorunu yaşadınız mı?	Evet	31	7.1
	Hayır	406	92.9
Sıkı ve ısrarlı takip etme durumuna yönelik Türkiye'deki yasal düzenlemeleri biliyor musunuz?	Evet	127	29.1
	Hayır	310	70.9
Günümüzde sosyal medya ortamlarında insanları ısrarlı takip etmenin, gözetlenmenin normalleştirildiğini düşünüyor musunuz?	Evet	350	80.1
	Hayır	87	19.9
Sosyal medya uygulamalarını kullanırken gizlilik ayarlarını düzenliyor musunuz?	Evet	394	90.2
	Hayır	43	9.8
Bir kişinin profili herkese açıksa size göre girilmesi normal bir davranış mıdır?	Evet	312	71.4
	Hayır	125	28.6
Ünlü biri zaten hayatını göz önünde yaşamaktadır. Bu yüzden ünlüleri ısrarlı takip etmek normal midir?	Evet	202	46.2
	Hayır	235	53.8
Tanımadığınız birinin seni stalklamasını ciddiye alır mısın?	Evet	214	49
	Hayır	223	51
Stalk mağduru çoğunlukla kadınlardır ve bunu yapan da büyük oranda eski sevgilileridir.	Evet	274	62.7
	Hayır	163	37.3
Stalk yapmak bir şiddet biçimi midir?	Evet	229	52.4
	Hayır	208	47.6
Cinsler arasında ilişki kurulması düşünüldüğünde iz sürmek, sıkı takibe almak gerekir mi?	Evet	72	16.5
	Hayır	365	83.5
Fiziksel bir eyleme geçilmedikçe sosyal medyada stalklanmayı sorun eder misiniz?	Evet	183	41.9
	Hayır	254	58.1
Fiziksel olarak gözetlenmekle, sanal ortamda gözetlenmek arasında fark var mıdır?	Evet	280	64.1
	Hayır	157	35.9
Kanuna aykırı bir şey yapmadıkça ya da ünlü biri olmadıkça gözetleneceğinizi düşünüyor musunuz?	Evet	179	41
	Hayır	258	59
Stalk yapmanın saplantılı bir durum ve psikolojik bir rahatsızlık olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	290	66.4
	Hayır	147	33.6
Sizi sıkı takibe alan iz süren (stalker) kişinin ilişki başlatmak için stalk girişimini normal kabul ediyor musunuz?	Evet	151	34.6
	Hayır	286	65.4
Bireylerin sosyal medyada seksi fotoğraflar paylaşması stalk mağduru olmalarına yol açabilir mi?	Evet	355	81.2
	Hayır	82	18.8
Fiziksel takip ya da şiddet olmasa da sıkı takibe almak ve iz sürmenin (stalk yapmanın) suç sayılması gerektiğini düşünüyor musunuz?	Evet	228	52.2
	Hayır	209	47.8

SONUÇ

Günümüzde geleneksel kitle iletişim araçlarının tek yönlü enformasyon iletimi sağlaması artık cazibesini kaybetmiş ve kullanıcılar Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya mecraları aracılığıyla tüm içeriklerde söz sahibi olmayı istemiştir.

Sosyal medyanın fonksiyonları postmoderniteyi besleyen yapısıyla kullanıcı sayısını her geçen gün arttırmaktadır çünkü bireyler bu mecralar sayesinde dünyayla bağlantıda olma, sosyalleşme, eşzamanlılık, topluluklara katılma, bilgiye erişme gibi imkanlara sahip olmaktadır. Sosyal medyanın özellikleri incelendiğinde teknolojik alt yapısıyla sanal bir evrenin varlığını oluşturabilecek tüm niteliklerinin bulunduğu görülmektedir. Bireyler bu sanal evrende öz kimlikleri dışında sanal kimlikler oluşturarak arzu ettikleri karaktere bürünebilme, kolaylıkla gözetleyebilme ve görünmez olabilme imkânı bulmaktadır. Kişilerin böyle bir seçeneklerinin bulunması literatürde tanımlanan stalker özelliklerini yansıtmalarını kolaylaştırmaktadır.

Israrlı takipçi anlamına gelen stalkerın gerçekleştirdiği tüm iz sürme eylemleri stalk yani ısrarlı takip olarak adlandırılmaktadır. Bir mahremiyet ihlali olan stalk eylemi sonucu bireyler, özel hayatlarının gizliliğine karşı bir saldırı altında olduklarını hissetmektedirler.

Takıntılı takipçinin iz sürmek için seçtiği bireyleri internet üzerinden takip etmesine ise cyberstalking (siber takip) denilmektedir. Psikolog ve psikiyatristler tarafından stalker profilleri oluşturulmuş ve takipçilerin genel olarak iletişim problemleri ya da psikolojik rahatsızlıklardan muzdarip, yalnızlık hisseden, karşısındaki kişi üzerinde hakimiyet kurmak isteyen, boş vakte sahip, özgüven sorunları yaşayan ve cinsel dürtülerini kontrol etmekte zorlandıkları tespit edilmiştir. Takıntılı takipçiler, merak ettikleri kişiyi internetin tüm olanaklarıyla bilhassa sosyal medya aracılığıyla gözetlemekte, mesaj gönderip, yorum yapmakta, mağdur hakkında asılsız söylentiler çıkarmaktadır. Takipçiler, mağduru evinde, iş yerinde de takip edebilmekte, telefon ile arayarak ya da benzeri şekillerde takip edilene ulaşmaya çalışabilmektedir. Mağdurlar çoğunlukla takıntılı takipçilerin eski partneri, arkadaşı, ünlü biri ya da tanıdığı herhangi biridir. Israrlı takip bir kez başladığında birkaç haftadan “1 – 2” yıla kadar bu takip devam edebilmektedir. Bu bağlamda çağın gereği olarak anonim olmanın kolaylaşmasıyla bireyler daha rahat takıntılı düşünceler geliştirebilmekte, gözetleme dürtülerini tatmin etmek için yeni medyayı rahatlıkla kullanabilmektedir. Siber takibin kaynağı; merak unsurlarının günlük aktivitelerini görebilmek, takip edilen kişiler ile iletişim kurabilmeyi (ilişki başlatabilmeyi) amaçlama, mağdur üzerinde hakimiyet kurmak isteme, yalnızlık ve öz güven eksikliği bulunabilmektedir. Kısaca internet kullanıcıları kendi karakter özelliklerinin ya da psikolojik şikayetlerinin bir getirisi olarak ısrarlı takip yapabilmektedir.

Stalk ile ilgili yapılan araştırmalarda kadınlar haricinde kesin bir mağdur kesim belirlenmemektedir. Çünkü araştırmalardaki örneklemelerin değişmesi, kavrama farklı açıdan bakan sorular sormak ve ısrarlı takibin köklerine yeterince inilmemiş olması sonuçların genellenebilmesini zorlaştırmaktadır.

Araştırmada bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve stalk kavramına bakış açılarına yönelik veriler incelenmiştir. Bu bağlamda anketi en çok cevaplandıranların interneti daha çok kullandığı bilinen sırasıyla Z, X ve Y kuşağındaki bireyler olduğu görülmüştür. Katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında anketi en çok Lisans mezunlarının yanıtladığı tespit edilmiştir.

Ankete katılan bireyler sanal kimliklerin varlığını kabul etmekte ve siber kimliklerin büyük oranda gerçek dışı olduklarını düşünmektedir. Bu bağlamda bireylerin sosyal medyada farklı karakter özellikleri sergiledikleri, çoğunlukla olmak istedikleri kişiye büründükleri düşünülebilmektedir. Katılımcı bireylerin sanal hayatın gerçek dışılığını kavrayabilmiş olmaları onları sosyal medyanın yanıltıcı olabilirliğine karşı bilinçli bireyler olarak görülmelerini sağlamaktadır.

Katılımcıların sosyal medya kullanım pratikleri incelendiğinde çoğunlukla Whatsapp ve Instagram hesapları olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedenlerinden birinin Whatsapp ve Instagram’ın bireylere işlevsellik açısından büyük kolaylık sağlamasıdır. Bu bağlamda bireylerin

sosyal ve iş yaşamlarındaki iletişimlerini yeni medya aracılığıyla gerçekleştirmeyi seçtikleri söylenebilmektedir. Whatsapp'ın ardından en sık kullanılan uygulamanın bir fotoğraf paylaşım sitesi Instagram olması bireylerin gözetleme dürtüsünün baskınlığıyla açıklanabilmektedir. Ayrıca katılımcıların sosyal medyaya günlük 3 saat ve üzerinde zaman ayırdıklarını ifade etmeleri yeni medyanın ayrı bir yaşam alanı olarak bireyleri kendisine bağlayabildiğini gösterir niteliktedir.

Araştırmadan anlaşılabileceği üzere stalkın ne olduğu katılımcı bireylerin neredeyse hepsi tarafından bilinmektedir. Ankete katılanların çoğunun "İnternet kuşağı" olarak bilinen Z kuşağı grubundan oluşmasının kavramın bilinmesiyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Üstelik katılımcıların yarısından fazlası sosyal medyada gizli veya açık olarak takip ettikleri hesaplar bulunduğunu belirtmiş, buna rağmen kendilerine karşı yapılan bir stalk girişimi olsa bu durumdan rahatsız olacaklarını söylemişlerdir. Bu bağlamda bireylerin diğerlerini gözetlemekten hoşlanırken kendilerinin gözetlenmesinden hoşlanmadıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca ankete katılanların oldukça büyük bir kısmı sosyal medyayı kullanırken gizlilik ayarlarını düzenlediklerini belirtmektedir. Bu durum da katılımcıların gözetlenen olma pozisyonunu istemediklerini doğrular niteliktedir. Bireyler izlenilmeyi engellemek için önlem almaktadır. Katılımcılar stalk mağduru oldukları taktirde ise bu durumu çevreleri ve yetkililerle paylaşacaklarını belirtirken bireylerin yarısından çoğu ısrarlı takip ile ilgili Türkiye'deki yasal düzenlemeleri bilmediklerini ifade etmişlerdir. Bu durum ısrarlı takibin genel olarak bilindiği fakat özele inildiğinde kavram hakkında yeterince bilgi sahibi olunmadığını ortaya koymaktadır. Katılımcıların %80,1'i ısrarlı takibin ve gözetlenmenin normalleştirildiğini düşünmektedir. Bu durum toplumun geneli tarafından stalkın masum bir eylem olduğunun düşünüldüğünü göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre; demografik değişkenler (cinsiyet ve yaş) açısından stalk kavramının anlaşılması ve uygulanması farklılık göstermekte, demografik değişkenlere göre stalklamadaki kullanım amaçları değişmekte, ısrarlı takibi gençlerin daha aktif kullandıkları ortaya çıkmakta, sosyal medya kullanıcıları kavramı bir suç unsuru olarak görebilmekte ve gözetim toplumu kuramının birey davranışlarında etkili olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılar hem yaş hem de cinsiyetleri göz önüne alındığında, iletişim kurma amacıyla yapılan ısrarlı takip eylemlerini normal karşılamamaktadır.

Katılımcıların cinsiyetleri ve sosyal medyayı kullanırken gizlilik ayarlarını düzenlemeleri arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bağlamda internet kullanıcıları herkesin takibinden kaçarak sadece seçtikleri kişiler tarafından gözetlenmeyi kabul etmektedir.

Aynı zamanda katılımcılar fiziksel bir eyleme geçilmedikçe sosyal medyada stalklanmayı sorun etmemektedir. Bu durum bireylerin internet ile gündelik yaşam arasında yapılan aynı eylemleri iki farklı şekilde değerlendirdiklerini düşündürmektedir. Çünkü anket katılımcılarının çoğu bir sonraki soruda cyberstalking (siber takip) yapılarak gözetlenmekle fiziksel olarak ısrarlı takip edilme arasında fark bulunduğunu belirtmiştir. Bu sonuçlar göstermektedir ki çoğu kişi tarafından siber takibin zihinlerde normalleştirilmiş olması ve kavramın bir espri unsuru olarak görülmesi bireylerin bu eylemi önemsememelerine neden olmaktadır. Bireyler internette takip edilmenin kendilerine bir zararı olmadığını varsayma eğilimindedir.

Ankete katılanların büyük bir kısmı, isimlerinin yer aldığı bir hesap haricinde anonim bir başka hesapları (sahte hesap/finsta) olmadığını belirtmiştir. Bu bağlamda katılımcıların stalk fiilinde bulunacakları zaman kendi sosyal medya hesaplarını kullandıkları varsayılmaktadır. Katılımcıların çoğunun hesaplarının güvenlik ayarlarını düzenleseler ya da ısrarlı takibe karşı duyarlı fikirleri olsa da günlük yaşamlarında gözetlenmeyeceklerini düşünmeleri gözetim toplumu ve stalking konusunda daha fazla bilgilendirilmeleri gerektiğini düşündürmektedir.

Online anket verilerine göre tüm yaş grubundaki katılımcılar ısrarlı takip mağdurlarının çoğunlukla kadınlar olduğunu ve bunu yapanında büyük oranda eski sevgilileri olduğunu düşünmektedir. Bu durum literatürde bahsedilen kadının korunmaya muhtaç sayılması, üzerinde baskınlık kurulmak istenen cinsiyet olmasından kaynaklanmaktadır denilebilmektedir.

Aynı zamanda ataerkilliğin bedenler (özellikle kadın bedeni) üzerinde kurduğu baskı da stalk ile toplumun geneline kabul görmeyen gönderi paylaşımı arasındaki bağlantıyı ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak; ısrarlı takip konusunda bireylerin belirli bir düzeyde bilinçli olduğu görülmüştür. Bunun nedenini katılımcıların eğitim seviyelerinin yüksekliği ile açıklayabilmek mümkündür. Kavramın genel hatlarıyla bilinmesi bireylerin kendilerini koruması adına literatürde çizilen tablodan daha umut verici görünmektedir. Fakat genç katılımcıların stalklamayı daha aktif kullanması ve kavramı normalleştirmiş olmaları endişe vericidir.

Niedzwiecki (2010) sosyal medyada sürekli gözetlenmekten kurtulmanın yolunu gizlilik kavramının yeniden tanımlanması ve bu konuda bireylerin eğitilmesi olduğunu düşünmektedir. Bu bağlamda toplumun her kesimine medya okuryazarlığı eğitimi verilmeli, ısrarlı takip kavramı hakkında bilinçlendirici kamu spotları hazırlanmalıdır. Özellikle stalk mağdurları ile öncelikli olarak temas kuracak olan kolluk kuvvetleri, doktorlar, avukat ve hakimler bilinçlendirilmelidir. Herkes takip mağduru ya da yakını olabileceği için iş yerleriyle okullara eğitimler düzenlenmelidir.

Araştırmanın stalk kavramı hakkında büyük bir katılımcı kitlesiyle, geniş soru aralığında verilere ulaşması ve ulaştığı sonuçların farklılığı ile literatüre katkı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akmeşe, Z., ve Deniz, K. (2017). Stalk, benliğin izini sürmek. *Yeni Düşünceler*. 8, 23-32. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/euifydhed/issue/33438/342095> / Erişim Tarihi: 10.09.2020
- Arıkan, R. (2018). Anket yöntemi üzerine bir değerlendirme. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 1, 97-159 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/husbd/issue/39647/452737> / Erişim Tarihi: 10.09.2020
- Aslanyürek, M. (2016). İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının internet güvenliği ve çevrimiçi gizlilik ile ilgili kanaatleri ve farkındalıkları. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 3(1), 80-106 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/18468/194456> / Erişim Tarihi: 10.09.2020
- Bakan, İ. ve Büyükbeşe, T. (2004). Çalışanların İş Güvencesi ve Genel İş Davranışları İlişkisi: Bir Alan Çalışması. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23, 35-59.
- Başar, D. (2019). *Şiddetin yeni bir türü olarak ısrarlı takip: çelişik duygulu cinsiyetçilik, namusu onaylama ve cinsiyet temelli şiddet tutumlarıyla ilişkisi*. Yüksek lisans tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Psikoloji Bölümü. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> Erişim Tarihi: 10.09.2020
- Bocij, P. and McFarlane, L. (2003). Cyberstalking: a matter for community safety – but the numbers do not add up. *Community Safety Journal*, 2, 26-34.
- Doğan, R. (2014). Kadına Yönelik Şiddetin Bir Türü Olarak, İsrarlı Takip (Stalking) Kavramı ve Suçu. *Ankara Barosu Dergisi*. 2(2), 135-154 <https://dergipark.org.tr/> Erişim Tarihi: 10.09.2020
- Ellison, L. and Akdeniz, Y. (1998). Cyber-Stalking: The Regulation of Harassment on the Internet. *Criminal Law Review*, Special Edition: Crime, Criminal Justice and the Internet, 29,29-48.
- Flick, U. (2014). *An Introduction to Qualitative Research*. 5th Edition, Sage Publications, London.

Gürgezoğlu, E. (2010). *Takip/izlemeye ilişkin algının incelenmesi ve mağdur olan/olmayanların kaygı düzeylerinin karşılaştırılması*. Yüksek lisans tezi. Maltepe üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü psikoloji anabilim dalı adli psikoloji programı. <http://openaccess.maltepe.edu.tr/> Erişim Tarihi: 11.09.2020.

https://www.researchgate.net/publication/247931307_The_media_construction_of_stalking_stereotypes Erişim Tarihi: 22.11.2021

<https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/> Erişim Tarihi: 07.01.2021

www.stalkingriskprofile.com / Erişim Tarihi: 06.10.2020

<https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce-t%C3%BCrk%C3%A7e/surveillance/> Erişim Tarihi: 12.10.2020

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> Erişim Tarihi: 12.12.2020

<https://dictionary.cambridge.org/> Erişim Tarihi: 12.12.2020

<https://www.donanimhaber.com/> Türkiye’de En Çok Hangi Uygulamalar Kullanılıyor / Erişim Tarihi: 14.12.2020

<https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/icisleri-bakanligi-siber-suc-magdurlarinin-profilini-cikardi/2087108> Erişim Tarihi: 27.02.2021

<https://www.history.com/this-day-in-history/sitcom-actress-murdered-death-prompts-anti-stalking-legislation> Erişim Tarihi: 28.02.2022

<https://www.kaspersky.com.tr/resource-center/threats/how-to-avoid-cyberstalking> Erişim Tarihi: 14.07.2022

Karuppannan, J., and Puthisigamani, K. (2007). Victims of stalking in India: A study of girl college students in tirunelveli city. *Zrtve uznemiravanja*. 10(4), 13-21.

Kelley, K., Clark, B., Brown, V., and Sitzia, J. (2003). Good practice in the conduct and reporting of survey Research. *Int J Qual Health Care*. 15(3):261-6.

Korkodeilou, J. (2016). Stalking victims, victims of sexual violence and criminal justice system responses: Is there a difference or just ‘Business as usual’?. University of salford manchester. *British Journal of Criminology*. 56(2). <http://dx.doi.org/10.1093/bjc/azv054> Erişim Tarihi: 20.10.2020

Lerner, M.J. (1980). The Belief in a Just World. In: *The Belief in a Just World. Perspectives in Social Psychology*. Springer, Boston, MA. https://doi.org/10.1007/978-1-4899-0448-5_2

Logan, TK. (2010). Research on partner stalking: putting the pieces together. National institute of justice. <https://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/245387.pdf> Erişim Tarihi: 21.10.2020

Manuel Castells (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları Erişim Tarihi: 20.10.2020

Mullen, P. E., Pathe, M., and Purcell, R. (2000). *Stalkers and their victims*. Cambridge University Press. <http://catdir.loc.gov/catdir/samples/cam032/99044607.pdf> Erişim Tarihi: 22.10.2020

Niedzwiecki, H. (2010). *Dikizleme günlüğü. Kendimizi ve komşularımızı dikizlemeyi niçin bu kadar sevдик? İstanbul: Ayrıntı Yayınları.*

O’Neill, C. (2011). *Victim and non-victim perceptions and experiences of cyber-harassing and cyberstalking behaviors*. Nottingham Trent University the degree of Doctor of Philosophy.

http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/241/1/211158_PHD%20THESIS%20-%20Catherine%20O%27Neill.pdf Erişim Tarihi: 11.12.2021

Özalp, Y. (2015). *Siber istihbarat ve güvenlik politikaları*. <https://derinstrateji.files.wordpress.com/2015/01/siber-stihbarat-ve-gvenlik-politikalar.pdf> Erişim Tarihi: 06.12.2021

Perry, J. (2012). Digital stalking: a guide to technology risks for victims. Network for Surviving Stalking and Women's Aid Federation of England.

Phillips, L., Quirk, R., Rosenfeld, B., and O'Connor, M. (2004). *Is it stalking? Perceptions of stalking among college undergraduates*. *Criminal justice and behavior*. 31(1),74 <http://citeseerx.ist.psu.edu/> Erişim Tarihi: 16.11.2020

Ranger, H. R. (2002). *A victimology of stalking: an exploration of personality factors and gender role identification of stalking victims*. Oklahoma state university. <https://core.ac.uk/download/pdf/215252621.pdf> / Erişim Tarihi: 17.11.2020

Saltık, R. (2018). Sosyal sermaye ve armağan ekonomisi üzerinden sosyal medya ve stalk olgusu: instagram üzerinden bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 30, 345-363. <https://dergipark.org.tr/> Erişim Tarihi: 19.11.2020

Spitzberg, B. H., and Cadiz, M. (2002). The media construction of stalking stereotypes. *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*.9(3), 128-149.

Strauss, C. (2014). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. USA: San Jose State University.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Gastronomi ve Turizm Alanında Coğrafi İşaret Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Öğr. Gör. Dr. Filiz ARSLAN, Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak Sanatları M.Y.O., Antalya, e-posta: filizarслан@akdeniz.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3868-6637>

Öz

Coğrafi işaret, uluslararası ve ulusal literatürde araştırmacıların üzerinde çalışmaya başladığı bir konu olarak dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın amacı, gastronomi ve turizm alanlarında 2004-2022 yıllarında coğrafi işaret konusu üzerinde gerçekleştirilen araştırmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini tespit etmektir. Bu doğrultuda Web of Science Core Collection veri tabanında konu ile ilgili çalışmalara ulaşılmıştır. Çalışma gastronomi ve turizm alanlarında İngilizce dilinde coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen çalışmalara ilişkin genel betimsel veriler sunulmakla birlikte; araştırma kapsamına alınan makaleler yıllara, ülkelere göre incelenmiştir. Çalışma kapsamında anahtar kelime analizi, ülkelerin ve yazarların işbirliği ağına ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Çalışmanın gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaretleri konu alan çalışmalara ve gastronomi literatürüne önemli katkı sağlayıcı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Coğrafi İşaret, Bibliyometrik Analiz.

Makale Gönderme Tarihi: 19.09.2022

Makale Kabul Tarihi: 02.11.2022

Önerilen Atıf:

Arslan, F. (2022). Gastronomi ve Turizm Alanında Coğrafi İşaret Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1544-1556.



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

2022, 5(11): 1544-1556. DOI: [10.26677/TR1010.2022.1115](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1115)

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



RESEARCH PAPER

**Bibliometric Analysis of Studies on Geographical Indications in The Field of
Gastronomy and Tourism**

Dr. Filiz ARSLAN, Akdeniz University, Göynük Culinary Arts Vocational School, Antalya, e-mail: filizarslan@akdeniz.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3868-6637>

Abstract

Geographical indication draws attention as a subject that researchers have started to work on in international and national literature. The aim of this study is to determine the bibliometric characteristics of the researches on geographical indications carried out in the fields of gastronomy and tourism in the years 2004-2022, within the framework of various parameters. In this direction, on the subject were reached in the Web of Science Core Collection database. While the study presents general descriptive data on the studies on geographical indications in English in the fields of gastronomy and tourism; The articles included in the research were examined according to years and countries. Within the scope of the study, information on keyword analysis, cooperation network of countries and authors is presented. It is thought that the study will make an important contribution to the studies on geographical indications in the fields of gastronomy and tourism and to the gastronomy literature.

Keywords: Gastronomy, Geographical Indication, Bibliometric Analysis.

Received: 19.09.2022

Accepted: 02.11.2022

Suggested Citation:

Arslan, F. (2022). Bibliometric Analysis of Studies on Geographical Indications in The Field of Gastronomy and Tourism, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1544-1556.

GİRİŞ

Gastronomi kavramı, gaster (mide) ve nomas (yasa) sözcüklerinin birleşmesiyle oluşturulmuştur. Türkçe karşılığı 'Mide Kuralı' ya da 'Mide Yasası'dır. Ülkelerin veya bölgelerin yiyeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini ifade eden gastronomi kavramı, ilk olarak Akdeniz bölgesi için yazılan ilk yemek kitabı olarak kabul edilen "gastro-nomi" adlı şiiirde geçmektedir (Arslan, 2021: 131). Türk Dil Kurumu'nun (2021) tanımında, gastronomi sağlığı elverişli, iyi organize edilmiş, yemek düzeni ve sistemi, hoş ve lezzetli mutfak, şeklinde tanımlanmıştır. Basit anlamda ise yeme içmeden keyif alma anlamına gelmektedir (Scarpato, 2001: 52). Kültürel ve gastronomik değerler; şehirlerin, bölgelerin ve ülkelerin turizm pazarlamalarında avantajlı bir duruma geçmesine, ekonomik kazançlar elde etmesine ve yeni alanların gelişmesine kaynak sağlamıştır. Sahip olduğu coğrafi, iklimsel ve kültürel çeşitliliklerin etkisiyle gelişen zengin Türk Mutfağı, her bölgesinde barındırdığı farklı gastronomik değerlerle bu açıdan büyük önem taşımaktadır (Kamber-Taş ve Taş, 2020: 986). Hall (2003) tarafından ifade edildiği gibi gastronomi turizmi belirli bir yöreye ait yiyecek veya içeceği deneyimleme isteğinden doğan turizm faaliyetidir. Küreselleşen dünyada, teknoloji ve kapitalizmin ortaya çıkardığı sağlıksız ve kaynağı belli olmayan endüstriyel ürünler, insanların geleneksel, yöresel, sağlıklı ve güvenli ürünlere olan talebini artırmıştır. Diğer taraftan ise yerel ve geleneksel ürünleri markalaştırmak ve korumak için bazı yasal düzenlemelere gidilmiştir (Meral ve Şahin, 2013; Köşker, 2020: 776). Bu doğrultuda bu düzenlemeler kapsamında ürünlerin belirli bir coğrafi bölgeye sahip olduğunun göstergesi olan coğrafi işaret kullanılmaktadır. Turizm ürününü farklılaştırarak bölgeye önemli bir çekim unsuru yaratması, coğrafi işaretli ürünlerin, gastronomi ve turizm odaklı çalışmalarda önemini artırmaktadır.

Yöreye ait ürünlerin turizm değerine dönüştürülmesinde coğrafi işaretlemenin rolü açısından bilimsel araştırmaların yapılması önemlidir. Diğer taraftan turizmde bölgesel pazarlamanın başarıya ulaşması bakımından coğrafi işaretli ürünlerin önemi ortaya çıkmaktadır (Boyras, 2018:38; Bessiere, 1998: 159). Coğrafi işaret, belirli bir ürünün belirli bir kalite, ün veya başka bir özelliği ile belirli bir coğrafyayla özdeşleşen ürün olarak korunmasına yönelik tescillenen ürün için kullanılan işarettir (Barham, 2003: 127, Larson, 2007:1). Tescillenerek korunan bu değerler ise ürünlerin sürdürülerek gelecek nesillere aktarılmasını sağlamaktadır. Bu araştırmanın amacı, gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen araştırmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini tespit etmek ve daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalara katkıda bulunmaktadır. İlgili ulusal ve uluslararası yazında coğrafi işaretli ürünlere yönelik çalışmalar olmakla birlikte (Huysmans ve Curzi, 2020; Prescott vd., 2019; Keskin, 2019; Üzümcü vd., 2017; Mercan ve Üzülmmez, 2014), son yıllarda gastronomi ve turizm odaklı çalışmalarda coğrafi işaretli ürünlere olan önem neticesinde bu çalışmayı yapma gerekliliği doğmuştur. Çalışma öncelikle kavramsal çerçevede incelendikten sonra, çalışma kapsamında Web of Science Core Collection veri tabanında gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaret konulu İngilizce dilinde gerçekleştirilen araştırmalar bibliyometrik özellikleri (yıl, ülke, vb.) açısından incelenmiştir.

LİTERATÜR

Coğrafi İşaret

Coğrafi işaret kavramı ilk olarak Fransa'da yirminci yüzyılın başında ortaya çıkmış, daha sonra Avrupa Birliği'nde (AB) uyumlu hale getirilmiştir. Daha sonra Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) "Fikri Mülkiyet Haklarının Ticaretle İlgili Yönleri Anlaşmasına (TRIPS)" dahil edilmiştir. Coğrafi işaretli ürünler, üreticilere itibarlarını haksız rekabete karşı savunmaları için yasal araçlar

sağlama (Larson, 2007:1), tüketicileri koruma, kırsal kalkınmaya teşvik etme, kültürel ve biyolojik çeşitliliği güvence altına alma hedefleri ile gıda kalitesi ve politikasının ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Buna karşılık, ABD ticari marka sistemi, coğrafi işaretli ürünleri öncelikle bireysel üreticiler tarafından rekabet güçlerini artırmak için kullanılabilecek fikri mülkiyet hakları olarak belirtmektedir. 1992 coğrafi işaret yönetmeliği, üye devletler içinde önceden kurulmuş ticari marka sistemleriyle birlikte ve Avrupa Birliği genelinde ticari marka tescili için mevcuttur (Cankül vd., 2021: 146). Coğrafi işaretler sistemi ile ilgili gerçekleştirilen uluslararası anlaşmalar (Jain, 2009: 71-72'den Akt. Kamber-Taş ve Taş, 2020: 986);

- Sınai Mülkiyet Haklarının Korunmasına İlişkin Paris Sözleşmesi,
- Ürünler üzerinde kullanılan sahte ya da aldatıcı Mahreç İşaretlerinin engellenmesine ilişkin Madrid Anlaşması,
- Menşe Adlarının korunması ve uluslararası tesciline ilişkin Lizbon Anlaşması,
- Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması'na ilişkin TRIPS Anlaşması (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) ile gerçekleştirilmiştir.

Türkiye'de coğrafi işaretli ürünler 555 sayılı coğrafi işaretlerin korunması hakkında KHK, KHK uygulanma şeklini gösterir yönetmelik kapsamındadır. Türk Patent Enstitüsü tescil hakkıyla ilgili resmi kurumdur. Türk Patent Enstitüsü, coğrafi işaret kavramını, "ürünün üzerinde kullanılan bir olup, ürünün belli bir coğrafi bölgeden kaynaklandığını işaret eden bir hak" olarak tanımlamıştır.

Kan ve Gülçubuk (2008) coğrafi işareten bahsedebilmek için; ürünün belirli bir coğrafyada, belirli bir işarete sahip, ayırt edici karakteristik özellik taşıyan ve ürünün ayırt edici özellikleri ile coğrafya arasında bağlantı olması gerektiğini ifade eder. Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tamamı bu alanda gerçekleşiyorsa "menşei", en az biri bu alanda gerçekleşiyorsa "mahreç" işareti olur (Türk Patent Enstitüsü, 2021). Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türk Patent ve Marka Kurumu verileri doğrultusunda menşei ve mahreç olarak ikiye ayrılmaktadır. Menşei terimi Paris Sözleşmesinde kullanılmış olup Lizbon Anlaşmasıyla tanımlanmıştır. Coğrafi işaretli ürünler kapsamına yöresel gıdalar, tarımsal, hayvansal ve bitkisel ürünler, el sanatları, madenler, sanayi ürünleri ve hayvan ırkları girmektedir.

Menşe adı olarak korunan bir ürünün kalitesi veya özellikleri esasen coğrafi bölgesinden kaynaklanıyor olmalıdır. Bunun anlamı; ürünün hammaddesi sınırları çizilmiş bölge içerisinde yetişiyor ve üretimi de yine sınırları çizilmiş bölge içerisinde gerçekleşiyor olmalıdır. Bununla birlikte bazı özel ürünlerde yer adı göstermeksizin menşe adı oluşturulabilmektedir. Bunun yanı sıra coğrafi işaretin bir diğer türü ise mahreç işaretidir. Mahreç İşareti ve Menşe Adı terimleri arasındaki en belirgin fark, menşe adı olan ürünün yetiştirildiği veya üretildiği bölge ile daha sıkı bir bağı olmasıdır. Menşe adı olan ürünün belirleyici bütün unsurları sınırları çizilmiş olan bölge içerisinde gerçekleşiyor olmalıdır. Ancak mahreç işaretinde durum daha farklıdır. Mahreç işareti olan bir ürünün ise belirleyici unsurlarından en az biri sınırları çizilmiş bölge içerisinde gerçekleşiyor olmalıdır (Cankül vd., 2021: 146). Coğrafi işaretler daha çok menşe etiketleri olarak bilinir ve şara ve alkollü içkilerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak peynirlere, et ürünlerine ve diğer gıdalara da uygulanabilirler. Avrupa'da "geleneksel" veya "tipik" ürünler genellikle menşe etiketi taşır. Tarımsal gıda literatürü, coğrafi işaretli ürünlerin kırsal kalkınma paradigmasının ortaya çıkışının kanıtı olarak, bu ürünlere yönelik artan tüketici talebine dikkat çekmektedir (Barham, 2003: 127).

Coğrafi işaret kavramının kullanım amacı, üretimi, yapılışı, kaynağı gibi ayırtıcı özelliklerine ilişkin olarak belirli bir üne sahip olmuş ürünlerin korunmasını ve tanıtılmasını sağlamaktır. Coğrafi işaretli ürünler, tüketicilerin ürünün bulunduğu coğrafyaya çekmekte ve turizm

canlanmasını sağlamaktadır (Mercan ve Üzülmmez, 2014: 68; Orhan, 2010: 243). Coğrafi işaret, gelişmekte olan ülkeler için tarım sektörünü desteklemekte ve tüketicilere ekonomik kazanç oluşturabilmektedir. Aynı zamanda ürünlerin kalitesini yükseltip rekabet algısı oluşturabilmektedir. Gittikçe artan standartlaşma ve sanayileşmeye maruz kalan gıda pazarında, tüketicilere daha eşsiz ve yüksek kalitede yiyecekler sunarken aynı zamanda üreticilere de ürünlerini farklılaştırma ve yüksek değer katılmış bu ürünleri satarak belki de daha fazla kazanç sağlama olanağı yaratmaktadır. Ayrıca bölgesel gurur ve kültürel kimlik duygusunu da teşvik etmesiyle paydaşlara somut olmayan yani manevi faydalar da sağlamaktadır (Cankül vd., 2021: 146). Yenipınar vd., (2014: 14) coğrafi işaret tescilinin başlıca amaçlarını şu şekilde ifade etmiştir;

- Ürünün korunması: Coğrafi işaretli ürünün kalitesinin korunarak ve garanti edilen özellikleriyle üretiminin sağlanması.
- Üreticinin korunması: Yöre veya yöre dışında belirtilen kriterlerde coğrafi işaretli ürün üretimi yapanların tescilin sağladığı korumadan öncelikli olarak yararlanmalarının sağlanması.
- Tüketicinin korunması: Coğrafi işaret tescil ambleminin, orijinalini yansıtmayan ürünler üzerinde kullanılmasının önüne geçilmesi,
- Kültürün korunması: Ülkenin milli ve kültürel değerlerinin korunmasının sağlanmasıdır.

Sonuç olarak bir ürünün coğrafi işaret ile koruma altına alınması, yasalarla ürünün yüksek kalitede standartlara uygunluk gerektirmesiyle, tüketicilerin güvenini sağlamasına, ürün farklılaştırarak başka bölgelerde üretilen ürünlerle karışmasının önüne geçmektedir. Tescilin sağladığı öncelikle ürünün bulunduğu yörede yerel üreticilere önemli bir ticari kazanç sağlamaktadır. Coğrafi işaretle sağlanan önemli faydalarından biri de; ülkenin milli ve kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır.

Bibliyometrik Analiz

Bibliyometri kavramı ilk olarak 1969 yılında Pritchard tarafından tanımlanmış, bilimsel disiplinlerin gelişiminin gösterilmesi amacıyla belirlenen matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin uygulanması şeklinde ifade edilmiştir. Bibliyometrik yöntemler veya bibliyometrik analizler artık bilimsel uzmanlık ve uygulamalı alanlarda araştırmaların değerlendirilmesi kısmında yöntemin ayrılmaz bir parçasıdır. Bibliyometrik analiz, araştırmacıların araştırmak istedikleri konu ile alakalı nicel veya nitel değişiklikleri her konu ile alakalı olarak bulabilmelerini sağlamaktır. Bununla birlikte araştırılan konu ile alakalı yönelimlerin süreç içinde gösterdiği gelişim değerlendirilebilmekte aynı zamanda o alana ilişkin olarak ileride alabileceği yola yönelik çıkarımlarda bulunabilmek mümkündür (Cankül vd., 2021: 147).

Bibliyometrik analiz, yazar, konu, atıf yapılan yazar ve kaynaklar gibi verilerin istatistiksel olarak incelenmesi ve ulaşılan istatistiksel sonuçlar vasıtasıyla belirli bir disipline ait genel durumun ortaya çıkarılması imkanı bibliyometrik çalışmayla olabilmektedir. Bilimsel iletişimle alakalı araçlarının ne miktarda kullanıldığını belirlemek için tercih edilen bir yöntem olan bibliyometrik analiz araştırmalarıyla yayın veya belgeler belirli özellikler dikkate alınarak incelenmesi sonucu bilimsel iletişimle alakalı sonuçlara ulaşılmaktadır. Bibliyometrik incelemeler, bilimsel anlamda bir bilim dalında veya çalışma alanında tespit edilen eserlerin incelendiği, değerlendirildiği, tasnif edildiği ve gerçekçi analizlerle durum tespitinin yapıldığı detayları anlamaya yönelik bir çalışma yöntemidir (Şahin vd., 2018: 37). Bilimsel yayınları değerlendirmek için her türlü yayının bibliyometrik incelemesi yapılabilmektedir. Bibliyometrik çalışmalarda analiz edilen ortak unsurlar: yazarlık, başlık, yayın tarihi, yayın şekli, dili, konu, referanslar, alıntılar, kurumlar ve coğrafi dağılım şeklinde olmaktadır. Daha kaliteli ölçümler için başka parametreler de

kullanılabilmektedir (Köşker, 2020: 779). Biblometrik analiz bir program aracılığıyla veya manuel olarak gerçekleştirilebilmektedir. Bunu belirleyecek kişi araştırmayı yöneten araştırmacıdır.

Uluslararası ve ulusal literatür incelendiğinde coğrafi işaretleri konu alan bibliyometrik çalışmaların (Maléchaux vd., 2020; Boyraz, 2018; Köşker, 2020; Cankül vd., 2021) olduğu izlenmektedir. Maléchaux vd., (2020), 1991 ve 2018 yılları arasında 178 farklı dergide yayınlanmış 732 makaleyi incelediği çalışmalarında zeytinyağının coğrafi ve çeşitli kökenlerine odaklanan araştırmacının evrimini ve stratejik yönelimini keşfetmek için bibliyometrik analiz araçlarını uygulamaktadır. Boyraz (2018), Türkiye’de 2013-2017 yılları arasında düzenlenmiş turizm kongrelerinde sözlü olarak sunulan tam metin bildirileri incelediği araştırmada, ilk beş yıllık dönemde 26 farklı turizm kongresinin altısında coğrafi işaretler temalı yalnızca dokuz bildiri tespit edilmiş, bu bildirilerin ortaya konmasında 18 farklı yazarın katkı sunduğu belirlenmiştir. Köşker (2020), 2001-2019 yılları arasında Coğrafi işaret, coğrafi işaretli ve coğrafi işaretlemeler anahtar kelimeleri kullanılarak Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) veri tabanından elde ettiği 43 lisansüstü tezi incelemiştir. Bu tezler türü, yayınlandığı yıl, danışman unvanı, hazırlandığı üniversite, enstitüsü, anabilim dalı, konusu, kullanılan anahtar kelimeler ve araştırma yöntemine göre analiz edilerek yorumlanmıştır. Bulgular tez sayısının son yıllarda arttığını, en fazla çalışmanın 2019 (%30,2) yılında gerçekleştirildiğini ortaya koymaktadır.

Cankül, vd. (2021: 150), Türkiye’de turizm ve gastronomi alanında coğrafi işaretlerle ilgili araştırmaların bibliyometrik analizini gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda YÖK Akademik veri tabanında turizm ve gastronomi alanında yapılan araştırmada toplamda 124 adet araştırmaya ulaşılmıştır. Ancak ulusal anlamda coğrafi işaretle ilgili olarak gerçekleştirilen bibliyometrik araştırmalardan birinin sadece bildirileri bir diğersinin ise sadece tezleri ele aldığı görülmektedir. Bu araştırma ilgili alan yazındaki araştırmalardan farklı olarak Türkiye’de turizm ve gastronomi alanında coğrafi işaret konusu ile ilgili yapılmış olan makale, tez, bildiri, kitap ve kitap bölümlerinin bibliyometrik analizini ortaya çıkarmaktadır. Araştırma sonuçları, turizm ve gastronomi açısından destinasyonlara önemli katkılar sağlayan coğrafi işaret ile ilgili ilk çalışmanın on beş yıl önce yapıldığını bu yıldan sonra da yapılan çalışmaların çok yetersiz olduğunu, son beş yıl içerisinde artış yaşandığını göstermektedir. Bu artış turizm ve özellikle gastronomi alanındaki gelişime bağlanmaktadır. Ancak turizm ve gastronomi açısından önemli bir değer olan coğrafi işaret ile ilgili çalışmaların son yıllarda artış göstermesinin hem sayısal olarak hem de konunun önemi açısından ciddi bir eksiklik olduğu çalışma da ifade edilmektedir.

Yukarıda değinildiği gibi araştırma sınırlılıkları doğrultusunda gastronomi ve turizm alanında “coğrafi işaret” konusunda gerçekleştirilen kısıtlı biblometrik çalışmanın olduğu izlenmiştir. Bu çalışma, turizm ve gastronomi açısından önemli bir değer olan coğrafi işaret konusunda gerçekleştirilen biblometrik araştırmaların eksiklikleri gidermesi yönünden önemli olduğuna inanılmaktadır. Literatürde yer alan çalışmaların aksine bu çalışma, sadece bildirileri ya da tezleri bir araya getirmekle kalmayıp, gerçekleştirilen çalışmaları makale, bildiri gibi çeşitli kaynaklarla incelemesiyle bütüncül bir veri sağlamaktır.

YÖNTEM

Bu araştırma, “gastronomi ve turizm” alanlarında 2004-2022 yıllarında coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen araştırmaların çeşitli parametreler (yıllara, ülkelere, ülkelerin ve yazarların işbirliği ağına ve anahtar kelime analizi) çerçevesinde bibliyometrik özelliklerini tespit etmek ve daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalara katkıda bulunmak amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda Web of Science Core Collection veri tabanında gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaret konulu İngilizce dilinde gerçekleştirilen araştırmalar incelenmiştir.

Web of Science Core Collection veri tabanının seçilmesindeki neden dünya çapında yayınlanmış hakemli, yüksek kaliteli akademik dergiyi kapsamasıdır. Web of Science Core Collection güvenle tarama yapmanızı ve bilim, sosyal bilimler, sanat ve insani bilimlerde derin atıf bağlantılarını keşfetmenizi sağlamaktadır. Web of Science veri tabanından elde edilen veriler "Geographical Indication" gastronomi or tourism anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Elde edilen veriler R daki bibliometrix kütüphanesine aktarılmıştır. Bu şekilde çeşitli bulgulara ulaşılmıştır.

BULGULAR

Web of Science Core Collection veri tabanından elde edilen verilerin analizi ile çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Elde edilen bu bulgular aşağıda tablolar halinde özetlenmiş ve veriler tabloların altında yorumlanmıştır.

Genel Bulgular

Tablo 1. Betimsel Veriler

Temel Bilgiler	n	Doküman	n	Yazarlar	n
Dergi, kitap, vd.	31	Makale	26	Yazar Sayısı	123
Döküman	38	Bildiri	9	Yazar Görünümleri	124
Ortalama Atıf	4,13	Eleştiri	3	Tek yazarlı çalışmalar	8
Yıllık Ort. Atıf	0,86	Artı Anahtar Kelimer	111	Çok yazarlı yazarlar	115
Referanslar	1716	Anahtar Kelime	179	İşbirliği Endeksi	3,83

İncelenen betimsel veriler ele alındığında, 2004-2022 yılları içerisinde 123 farklı yazar tarafından 38 adet çalışmanın gerçekleştirildiği gözlenmektedir. Bu yayınlardan 26'sı makale, 9'u bildiri, 3'ü eleştiri yazısıdır. Çalışmaların toplam 1716 referans verdiği ve bu rakamın çalışma başına ortalama yaklaşık 45 kaynağa denk geldiği söylenebilmektedir. Ayrıca incelenen çalışmaların ortalama 4,13 atıf aldığı görülmüştür. 123 yazarın 124 defa çalışmalarda isminin yer aldığı tespit edilmiştir. Yapılan çalışmaların 8 tanesinin tek yazarlı olduğu izlenmiş ve bu yayınlardaki işbirliği endeksinin 3,83 olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Yıllara Göre Yayın Dağılımı

Yıllar														
Yayın Sayısı	2004	2008	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	1	1	1	2	1	4	4	1	3	3	2	3	9	1

Tablo 2'de Gastronomi ve turizm alanında gerçekleştirilen coğrafi işaret konulu yayınların yıllara göre dağılımı gösterilmektedir. İlgili veri tabanında 2004-2022 yılları yayınlanan yayınlar yer almaktadır. Veri tabanındaki inceleme 29.03.2022 tarihinde gerçekleştirildiği için 2022 yılı yayınların devam ettiği göz önünde bulundurulmalıdır. En fazla yayının 2021 yılında (n=9)

gerçekleştiği, 2005, 2006, 2007, 2009, 2011 yıllarında ise ilgili veri tabanında yayın yapılmadığı izlenmektedir.

Tablo 3. Makalelerin Ülkelere Göre Dağılımı

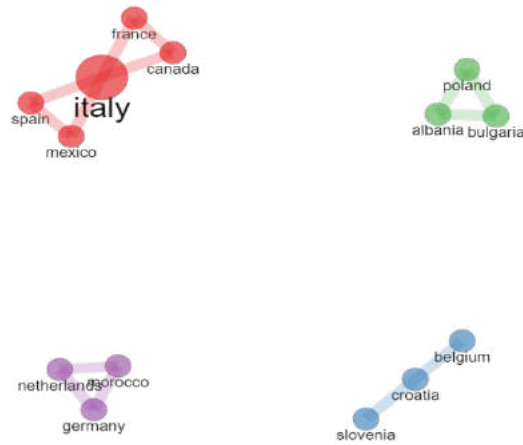
Ülke	Yayın Sayısı	(%)
Çin	5	0,1351
İtalya	4	0,1081
Hırvatistan	2	0,0541
Romanya	2	0,0541
Sırbistan	2	0,0541
Slovakya	2	0,0541
Türkiye	2	0,0541
Amerika Birleşik Devletleri	2	0,0541
Arnavutluk	1	0,027
Avusturya	1	0,027
Brezilya	1	0,027
Çek Cumhuriyeti	1	0,027
Fransa	1	0,027
Guatemala	1	0,027
Hindistan	1	0,027
Meksika	1	0,027
Karadağ	1	0,027
Hollanda	1	0,027
Yeni Zelanda	1	0,027
Polonya	1	0,027

Tablo 3’de makalelerin ülkelere göre dağılımı incelendiğinde en fazla yayın yapan ülkenin Çin olduğu bunu takiben İtalya’nın ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Üçüncü sırada ise Hırvatistan, Romanya, Sırbistan, Slovakya, Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri yer almaktadır.

Ülkelere Ait İşbirliği Haritası

İş birliği ağları ülkeler, yazarlar ya da dergiler gibi kişi ya da kuruluşların birbiriyle ortaklaşa yaptıkları yayınları sosyal bir ağ aracılığıyla sunmaktadır. Ülkelere göre işbirlikleri ağları incelendiğinde iş birliği ağında, temelde birlikte yayın yapma sıklığına göre belirlenen ülke x ülke bitişiklik matrisi kullanılmaktadır.

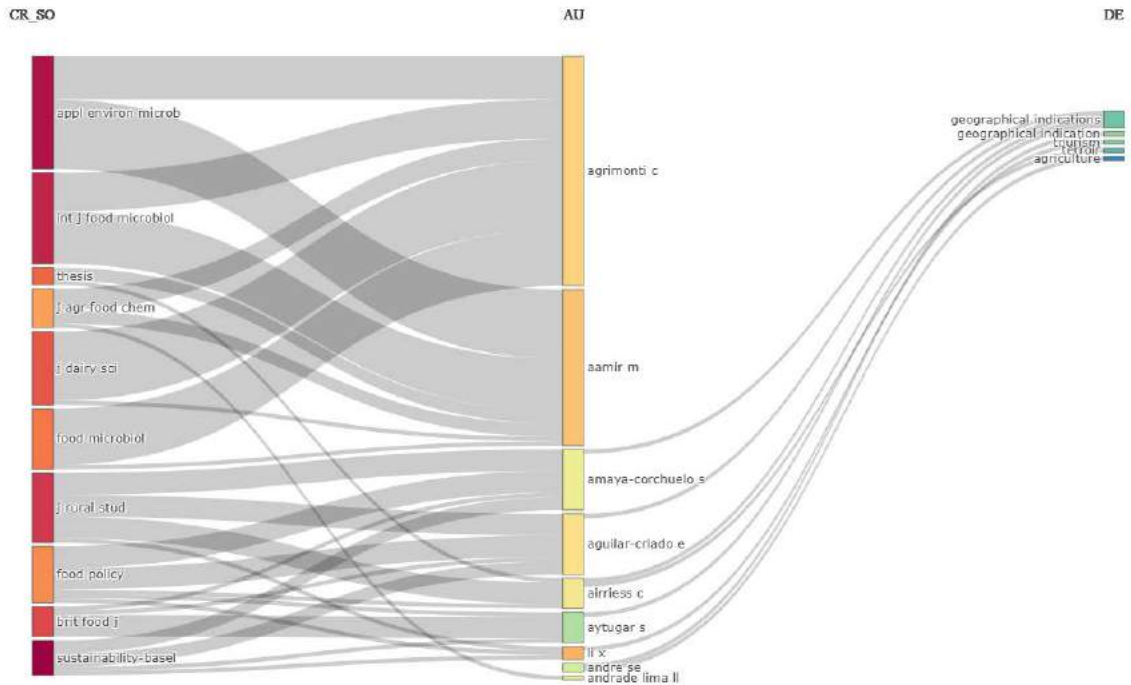
Ağ yapısı incelendiğinde 4 adet kümenin oluştuğu görülmektedir. Kümelerde ülkeler düğümleri temsil ederken ülkeler arasındaki bağların kalınlığı iş birliği sıklığını temsil etmektedir. Düğümlerin büyümesi ise ülkenin ağdaki etkisini ortaya koymaktadır. Şekildeki kümeler incelendiğinde, kırmızı kümede İtalya ön plana çıkmaktadır. İtalya ile işbirliği yapan ülkeler ise Fransa, İspanya, Kanada ve Meksika’dır. Elde edilen bu bulgu öne çıkan bu ülkelerde özellikle İtalya ve Fransa’da coğrafi işaretli ürünlerin tesciline verilen önem olarak belirtebiliriz. Ayrıca coğrafi işaretli ürünlerin ülke ekonomisine katkısı Fransa, İtalya, İspanya gibi ülkelerde bu konunun araştırma alanını genişlettiğini belirtebiliriz.



Şekil 1. Ükelere Ait İşbirliği Haritası

Üç Alan Diyagramı

Üç alan diyagramı incelendiğinde sol tarafta dergiler, orta sütunda yazarlar, sağ tarafta ise anahtar kelimeler görülmektedir. Üç alan diyagramında her sütunda yer alan analiz birimleri arasındaki bağlar kalınlaştıkça o birimin sayısal açıdan daha güçlü olduğu anlaşılmaktadır (Atabay ve Güzeller, 2021). Araştırma amacı doğrultusunda gerçekleştirilen üç alan diyagramı şekli aşağıda yer almaktadır.



Şekil 2. Üç Alan Diyagramı

Üç alan diyagramı incelendiğinde gastronomi ve turizm alanında en fazla yayın yapılan dergilerin “Applied and Environmental Microbiology, International Journal of Food Microbiology” olduğu görülmektedir. Gastronomi ve turizm konusunun yer aldığı dergilerde en çok yayın yapan yazarların ise “Agrimonti C., Aamir M.” olduğu ve genel olarak yazarların en çok “geographical indications, geographical indication” anahtar kelimelerini kullandığı tespit edilmiştir. Agrimonti C. ve Aamir M. adlı yazarların sayısal açıdan etkin dergilerde daha çok yayın yaptığı görülmektedir.

Kelime Bulutu Analizi

Coğrafi işaret konulu çalışmalarda en fazla kullanılan anahtar kelimelere ilişkin kelime bulutu analizi gerçekleştirilmiş ve analiz sonuçları Şekil 3’de gösterilmiştir.



Şekil 3. Anahtar Kelime Yoğunluk Haritası

Şekil 3 incelendiğinde kelimelerin çoğunun alana özgü olduğu görülmektedir. En fazla kullanılan anahtar kelimelerin “geographical indication” ve “tourism” olduğu görülmektedir. Bunları takiben “terroir”, “geopractical” “regional development”, “agriculture”, “intellectual property”, “regional products” olduğu izlenmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Kaynağı belli olmayan endüstriyel ürünlerdeki artış insanların geleneksel, yöresel, sağlıklı ve güvenli ürünlere olan talebini artırmıştır. Diğer taraftan ise yerel ve geleneksel ürünleri markalaştırmak ve korumak için bazı yasal düzenlemelere gidilmiştir (Meral ve Şahin, 2013; Köşker, 2020: 776). Bu doğrultuda bu düzenlemeler kapsamında ürünlerin belirli bir coğrafi bölgeye sahip olduğunun göstergesi olan coğrafi işaretleme önem kazanmıştır. Konunun üretici ve tüketici yönünden önemi son yıllarda bu konuda gerçekleştirilen araştırmaların sayısını giderek artırmıştır. Bu çalışmada, gastronomi ve turizm alanlarında 2004-2022 yıllarında coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen araştırmaların çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik

özelliklerini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Web of Science Core Collection veri tabanında konu ile ilgili çalışmalara ulaşılmıştır. Çalışma coğrafi işaret konusu ile ilgili uluslararası alan yazınında gelişimi belirli yıllar itibariyle ortaya koymaktadır.

Makalelerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde en fazla yayının 2021 yılında (n=9) gerçekleştiği, 2005, 2006, 2007, 2009, 2011 yıllarında ise ilgili veri tabanında yayın yapılmadığı izlenmektedir. Bu bulgu gastronomi ve turizm alanında coğrafi işaret olgusuna verilen önemin son yıllarda arttığı göstergesi olabilmektedir. Gastronomi ve turizm alanlarında coğrafi işaret konulu araştırmaların son yıllarda artış göstermesi konunun yeterli düzeyde araştırılmadığını göstermektedir. Bu ise konuyla ilgili literatürde önemli bir eksiklik olduğunu göstermektedir. Veri tabanındaki inceleme 29.03.2022 tarihinde gerçekleştirildiği için 2022 yılı yayınların devam ettiği göz önünde bulundurulmalıdır. Makalelerin ülkelere göre dağılımı incelendiğinde gastronomi ve turizm odağında coğrafi işaretle ilgili en fazla yayın yapan ülkelerin Çin ve İtalya olduğu görülmektedir. Anahtar kelime ağ haritası incelendiğinde en fazla kullanılan anahtar kelime coğrafi işaret ve bunu takiben turizm kelimelerinin olduğu görülmüştür. Ülkelere göre işbirlikleri ağları incelendiğinde ise iş birliği ağında, dört kümenin oluştuğu görülmektedir. Kümeler incelendiğinde, İtalya ön plana çıkmaktadır. İtalya ile işbirliği yapan ülkeler ise Fransa, İspanya, Kanada ve Meksika olduğu görülmüştür. Elde edilen bu bulgular Avrupa ülkelerinde coğrafi işaretlemeye verilen önem olarak belirtebiliriz. Özellikle coğrafi işaretli ürünlerin ülke ekonomisine katkısı Fransa, İtalya, İspanya gibi ülkelerde bu konunun araştırma alanını genişlettiğini belirtebiliriz.

Araştırma sınırlılıkları doğrultusunda gerçekleştirilen üç alan diyagramı incelendiğinde gastronomi ve turizm alanında en fazla yayın yapılan dergilerin “Applied and Environmental Microbiology, International Journal of Food Microbiology” olduğu, en çok yayın yapan yazarların ise “Agrimonti C., Aamir M.” olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak yazarların en çok “geographical indication, geographical indication” anahtar kelimelerini kullandığı ve Agrimonti C. ve Aamir M. adlı yazarların sayısal açıdan etkin dergilerde daha çok yayın yaptığı bulunmuştur. Sonuç olarak Web of Science Core Collection veri tabanında gastronomi ve turizm alanlarında İngilizce dilinde coğrafi işaret konulu gerçekleştirilen çalışmalara ilişkin genel betimsel veriler, makalelerin yıllara, ülkelere, anahtar kelime analizi, ülkelerin ve yazarların işbirliği ağına ilişkin bilgiler verilmiştir.

Belirli parametreler doğrultusunda gerçekleştirilen araştırma sonuçlarının, “turizm ve gastronomi” alanında coğrafi işaret konusu ile ilgili yapılan araştırmaları bir araya getirmesi, farklı bakış açısı sunması ve ilgili literatürde eksiklikleri ortaya koyması yönünden oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın ilgili alan yazının gelişmesine katkıda bulunacağı ve gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalara yol göstereceği düşünülmektedir. Daha sonra gerçekleştirilecek çalışmaların farklı veri tabanlarını ve parametrelerini kullanarak gerçekleştireceği çalışmalar, konunun daha iyi anlaşılmasını ve ilerlemesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Arslan, F. (2021). *Gastronomide Sistematik Araştırmalar*, (Editör) Arman, A, Erdem, Ö. (1. Baskı) içinde *Gastronomi ve İnovasyon Alanında Gerçekleştirilen Araştırmalar* (ss.131-141), Oğlak Yayıncılık, İstanbul.

Atabay, E. and Güzeller, C. O. (2021). A Bibliometric Study on Eye-Tracking Research in Tourism, *An International Interdisciplinary Journal*, 69 (4), 595-610.

Barham, Elizabeth (2003) Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies*, 19, 127–138.

- Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourists Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Millî Folklor*, 22 (87), 159-169.
- Boyraz, M. (2018). Turizm Kongrelerinde Yer Alan Coğrafi İşaretle İlgili Bildirilerin Değerlendirilmesi, Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 2(6): 36-49.
- Cankül, D., Kurt, A., Aydın A. ve Erşahin, R. (2021). Daha İyi Bir Dünya İçin Turizm, Bölüm Adı: (Türkiye’de Turizm ve Gastronomi Alanında Coğrafi İşaretler ile İlgili Araştırmaların Bibliyometrik Analizi) University of South Florida M3 Center Publishing, Editör: Cihan Cobanoglu, Ebru Gunlu Kucukaltan, Muharrem Tuna, Alaattin Basoda, Seden Dogan, Basım Sayısı:1, Sayfa Sayısı 843, Isbn:978-1-955833-02-8, Türkçe (Bilimsel Kitap).
- Gugerell, K., Uchiyama Y., Kieninger P. R., Penker M., Kajima S., and Kohsaka R. (2017). Do historical production practices and culinary heritages really matter? food with protected geographical indications in Japan and Austria. *Journal of Ethnic Foods*, 4(2), 118-125.
- Hall, C. M. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, management and markets*, Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Jain, S. (2009). Effects of the extension of geographical Indications: A South Asian perspective, *Asia-Pacific Development Journal*, 16(2), 65-86.
- Kai, G., Jiaying, C., and Yimin, L. (2020). Current situation and hotspot of domestic agricultural product brand research, visual analysis based on bibliometric analysis, *Advanced in Social Science, Education and Humanities Research*, 84-91.
- Kamber-Taş, S. S. ve Taş, S. (2020). İşletme Yöneticilerinin Coğrafi İşaret Tesciline Yönelik Bakış Açıları: Gümüşhane İli Örneği, *MANAS Journal of Social Studies*, 9(2), 985-994.
- Kan, M., Gülbuçuk, B. ve Küçükongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Keskin, H. (2019). Coğrafi İşaretli Yöresel Gıdaların Turistik Destinasyon Pazarlamasına Etkileri-Balıkesir İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi.
- Köşker, H. (2020). Coğrafi İşaret Konusunda Yazılmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Tourism: Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(4), 775-787.
- Larson, Jorge (2007). *Relevance of geographical indications and designations of origin for the sustainable use of genetic resources*, Global Facilitation Unit for Underutilized Species. Rome, Italy 2007.
- Mercan, Ş. O., Üzülmmez, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Üzerine Dönüştürülmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Prescott, C., Pilato, M., and Bellia, C. (2019). Geographical indications in the UK after Brexit: An uncertain future?, *Food Policy*, 90, 1-9.
- Sünnetçioğlu, A., Yalçınkaya, P., Olcay, M. ve Okan, Ş. (2017). Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5/Özel Sayı 2, 345-354.
- Şahin, A. ve Meral, Y. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler, *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, (2), 88-92.

Şahin, E., Akdağ, G., Çakıcı, C. ve Onur, N. (2018). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında Yayınlanan Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 30-41.

TDK (Türk Dil Kurumu). <https://sozluk.gov.tr> (27.07.2021).

Üzümcü, T. P., Alyakut, Ö. ve Fereli, S. (2017). Gastronomik ürünlerin coğrafi işaretleme açısından değerlendirilmesi: Erzurum-Olur örneği, *Tarım Bilimleri Dergisi*, 10(2), 44-53.

Yenipınar, U., Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van Otlı Peyniri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(11): 1557-1566.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1116](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1116)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Bireylerin Evlilik Uyumunun Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*

Argen ZHUMGALBEKOV, Doktora Öğrencisi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bişkek, Kırgızistan, e-posta: argenzhumgalbekov@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6238-9029>

Doç. Dr. Erkan EFİLTİ, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Bişkek, Kırgızistan, e-posta: erkan.efilti@manas.edu.kg
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1158-5764>

Öz

Araştırmanın amacı: evli bireylerin evlilik uyumunun bazı değişkenler açısından incelenmesi olarak belirlenmiştir. Belirlenen araştırma amacına ulaşabilmek için nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Belirlenen amaç doğrultusunda, öncelikle katılımcıların evlilik uyumu düzeyleri belirlenmiş ve ardından yaşadığı yer, eğitim düzeyi, aile gelir düzeyi gibi demografik değişkenler arasında evlilik uyumu açısından anlamlı düzeyde bir fark olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmanın çalışma grubu Kırgızistan'ın farklı bölgelerinde yaşayan ve evliliklerinde en az bir yıl geçmiş olan 480 evli bireyden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan evli bireylere araştırmacı tarafından oluşturulmuş Kişisel Bilgi Formu, Türk kültürüne uyarlanmış Yenilenmiş Çift Uyum Ölçeği kullanılmıştır. Uygulamadan önce ölçek sahiplerinden gerekli izinler alınmış ve sonrasında kırgız kültürüne uyarlanmıştır. Elde edilen verilerin analizi için tek yönlü ANOVA analizi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, evli bireylerin evlilik uyumunun yaşadığı yer, eğitim durumu ve aile aylık geliri değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Araştırmanın sonunda, elde edilen bulgular doğrultusunda gerekli önerilerde bulunulmuştur.

*Bu çalışma, Doç. Dr. Erkan EFİLTİ danışmanlığında Argen ZHUMGALBEKOV tarafından Haziran 2022 tarihinde tamamlanan "Bireylerin Evlilik Uyumunu ve Yaşam Doyumunun Ebeveynlik Tutumları Üzerindeki Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir."

Anahtar Kelimeler: Evlilik, Evli Bireyler, Uyum, Evlilik Uyumunu.

Makale Gönderme Tarihi: 17.09.2022

Makale Kabul Tarihi: 06.11.2022

Önerilen Atıf:

Zhumgalbekov, A. ve Efilti, E. (2022). Bireylerin Evlilik Uyumunun Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1557-1566.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(11): 1557-1566. DOI: [10.26677/TR1010.2022.1116](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1116)

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



RESEARCH PAPER

Examination of Individuals Marriage Harmony in terms of Some Variables

Argen ZHUMGALBEKOV, Ph.D. Student, Kyrgyz-Turkish Manas University, Institute of Social Sciences, Bishkek, Kyrgyzstan, e-mail: argenzhumgalbekov@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6238-9029>

Associate Prof. Dr. Erkan EFİLTİ, Kyrgyz-Turkish Manas University, Faculty of Humanities, Bishkek, Kyrgyzstan, e-mail: erkan.efilti@manas.edu.kg
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1158-5764>

Abstract

The aim of the study was to examine the marital adjustment of married individuals in terms of some variables. Relational survey model, one of the quantitative research methods, was used to achieve the determined research purpose. In line with the determined purpose, first of all, the marital adjustment levels of the participants were determined and then it was investigated whether there was a significant difference in terms of marital adjustment between demographic variables such as place of residence, education level, family income level. The study group of the research consists of 480 married individuals who live in different regions of Kyrgyzstan and have spent at least one year in their marriage. The Personal Information Form created by the researcher for the married individuals participating in the research, and the Renewed Couple Adjustment Scale, which was developed and adapted in Turkey, were used. Before the application, necessary permissions were obtained from the scale owners and then it was adapted to the Kyrgyz culture. One-way ANOVA analysis was applied for the analysis of the obtained data. As a result of the research, it was determined that the marital adjustment of married individuals did not differ statistically significantly according to the variables of place of residence, educational status and monthly family income. At the end of the study, necessary suggestions were made in line with the findings obtained.

Keywords: Marriage, Married Individuals, Harmony, Marital Adjustment.

Received: 17.09.2022

Accepted: 06.11.2022

Suggested Citation:

Zhumgalbekov, A. and Efilti, E. (2022). Examination of Individuals Marriage Harmony in terms of Some Variables, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1557-1566.

GİRİŞ

Evlilik uyumu son yıllarda psikolojide en çok araştırılan konulardan biri olmuştur. Evlilik, bireyin diğerine çok bağlı olduğu iki kişi arasındaki evrensel bir olaydır. Evlilik, toplumsal yeniden üretimi düzenleme işlevi ile toplumun temelini oluşturan çok önemli bir yapıdır. Bu yapının devam ettirilmesi evlilik ilişkisinde kişilerin karşılıklı biyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarının karşılanmasına bağlıdır. İhtiyaçların karşılanması evlilik uyumunu önemli ölçüde etkiler (Gökmen, 2001). Morozova (2006) da evlilik uyumunun aile yaşamında önemli bir faktör olduğunu ve onun etkileri yaşam sürecine doğrudan ya da dolaylı olarak yansıdığını belirtmektedir.

Evlilik, karmaşık ve çok seviyeli bir eğitimidir. Bileşenlerinin tipolojisine çeşitli yaklaşımlar vardır. Trapeznikova (1992) evlilik ilişkilerinde psiko-cinsel, bireysel-kişisel, davranışsal ve ahlaki olarak dört seviyeyi ifade eder. Obozov ve Obozova (1979)'lara göre ise evlilikte dört ilişki düzeyi vardır: psiko-fizyolojik, psikolojik, sosyo-psikolojik, sosyo-kültürel. Bununla birlikte, evlilik ilişkileri düzeylerinin tipolojisinin mantıksal temeli olarak hangi teorik konumu alırsak alalım, aile sisteminin tam işleyişi için, tüm bu düzeylerin bir uyum halinde olması gerekir (Vasilyeva, 2020).

Medeniyetimizin tüm gelişim süreci boyunca, kadın ve erkek arasındaki ilişki hakkında farklı görüşler olmuştur. Yüzyıllar boyunca, dünyanın farklı halklarının kültürü, tüm aile üyelerinin davranışlarının temelini oluşturan aile ilişkileri normlarını oluşturmuştur (Elizarov, 2009). Uyumlu bir evlilikten bahsedebilmek için eşlerin ilişkilerinden mutlu olmaları, iletişimlerinin iyi olması, cinsel doyumun sağlanması, bir daha dünyaya gelecek olsa aynı kişiyle evlenme isteğinin olması, eşlerin birbirleri ile ilgili olumlu düşünceler ve yaklaşımlar sergilemesi gerekmektedir. Farklı bir bakış açısıyla eşlerin evlilik sonrası mecburi davranışları ile gönüllü eylemlerinin denk olması durumu, evlilik uyumunu oluşturmaktadır (Gökmen, 2001). Evlilik uyumu, eşlerin evlilik sonrası yaşadıkları ilişkide karşılıklı olarak birbirlerinin psikolojik, sosyolojik, ekonomik ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılama derecesine yönelik algıları olarak da tanımlanmaktadır (Kahraman, 2011).

Evlilik uyumu, manevi ve sosyal bir düzen olgusudur. İç dünyanın uyumu bireysel, dış dünyanın uyumu kolektiftir. Evlilik uyumu, sosyal istikrar demektir ve çocukların iyi alışkanlıkları edinmesine katkıda bulunur. Uyumlu ailede büyüyen çocukların sorumluluk almayı ve birbirleriyle ilgilenmeyi öğrenirler, diğer insanlarla ilişkilere girdiklerinde daha özgüvenli olacaklar, toplumda çatışmalara ve zorluklara akılcıca cevap verecekler. İstatistiklere göre, çocuklar arasındaki suçların %70'inden fazlası uyumsuz ailelerden gelen çocuklar işlediği tespit edilmiştir. Uyumlu ailelerin pek çok ortak noktası vardır: bunlar birbirleriyle iyi geçinme, uyma ve sorunları birlikte tartışma isteğidir (Sızısyuan, 2020).

Hareketsiz ve temiz havasız sağlıklı bir vücudun olamadığı gibi, yüksek hedefler adına ortak çalışma olmadan sağlıklı ve uyumlu bir evlilik hayatı imkansızdır. Toplumun gelişiminin bu aşamasında, ailedeki ana ve tanımlayıcı görev, bir erkek ve bir kadın arasında uyumlu ilişkiler kurmaktır (Eydemiller vd., 2001). Literatür tarafından da desteklenen, bireyin hayatında önemli bir faktör olan evlilik uyumunu incelemek amaçlanan bu çalışmada belirtilen değişkenler arasındaki ilişki durumu incelenmiştir. Bu nedenle de yapılmış olan bu çalışma, evli bireylerin evlilik uyumlarına ilişkin görüşlerini anlamak ve sonraki çalışmalara da bilgi kaynağı sağlama bağlamında önem taşımaktadır. Ayrıca, kırgız alanyazında araştırma konusu ile ilgili çalışmaların çok az rastlanması ve ebeveynlere, çocuklara, öğretmenlere, psikolojik danışman ve psikologlara yol gösteren bir çalışma niteliği taşıyor olması da çalışmanın önemini artırmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, evli bireylerin evlilik uyumunun bazı değişkenlere göre incelenmesidir. Bu temel amaç çerçevesinde, aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Bireylerin evlilik uyumu ne düzeydedir?
2. Bireylerin evlilik uyumu yaşadığı yer değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
3. Bireylerin evlilik uyumu eğitim durumu değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?
4. Bireylerin evlilik uyumu aile gelir düzeyi değişkenine göre farklılaşmakta mıdır?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Araştırmada, nicel araştırma yöntemleri içerisinde ilişkisel tarama modeli kullanılarak durum saptaması yapılmıştır. Tarama modelleri, geçmişte veya hala devam eden bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımları olarak tanımlanırken ilişkisel tarama modelleri, iki ya da daha çok değişken arasında birlikte değişimin varlığını ya da derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelleri olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 2014). Bunun yanı sıra, araştırmaya konu olan birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Ayrıca bu model, bir konuya ya da olaya ilişkin katılımcı görüşlerinin belirlendiği modeldir (Büyüköztürk, 2010).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın örneklemini Kırgızistan'ın farklı bölgelerinde yaşayan 480 evli birey oluşturmuştur. Örneklemi belirlemede kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Her aileden çiftlerin ikisini de araştırmaya katmak zor olduğundan, veriler rassal olarak dağıtılarak uygulanmıştır. Çalışma grubunun demografik bilgileri ile ilgili bulgular tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Çalışma Grubuna İlişkin Tanımlayıcı Bulgular (N=480)

	Grup	f	%
Yaşadığı Yer	Şehir	208	43,3
	Kasaba	51	10,6
	Köy	221	46
Eğitim Durumu	Zorunlu orta öğretim (8-9 sınıf)	41	8,5
	Tamamlanmış orta öğretim (10-11 sınıf)	66	13,8
	Mesleki lise	76	15,8
	Kolej, enstitü	90	18,8
	Lisans	177	36,9
	Lisansüstü	30	6,3
Aile Aylık Geliri	5000-10000 som	159	33,1
	10001-20000 som	175	36,5
	20001-30000 som	93	19,4
	30001 som ve fazla	53	11

Tablo 1'e göre, araştırmanın örneklemini oluşturan bireylerin yaşadığı yer değişkenine göre bakıldığında, katılımcıların %43,3'ü (n=208) şehirde, %10,6'sı (n=51) kasabada ve %46'sı (n=221) köyde yaşamaktadır. Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında, tüm katılımcıların %8,5'ini (n=41) zorunlu orta eğitim (8-9 sınıf) düzeyinde olanlar, %13,8'ini (n=66) tamamlanmış orta eğitim (10-11 sınıf) düzeyinde olanlar, %15,8'ini (n=76) mesleki lise mezunları, %18,8'ini (n=90) enstitü/kolej mezunları, %36,9'unu (n=177) lisans düzeyindekiler ve %6,3'ünü de (n=30) lisansüstü eğitim düzeyindekiler oluşturmaktadır. Aile aylık geliri değişkenine göre, katılımcıların %33,1'i (n=159) 5000-10000 som, %36,5'i (n=175) 10001-20000 som, %19,4'ü (n=93) 20001-30000 som, %11'i (n=53) 30001 som ve fazla aylık gelirine sahip olduğunu belirtmiştir.

Veri Toplama Araçları

Veriler, araştırmacı tarafından oluşturulan, demografik faktörleri kapsayan Kişisel Bilgi Formu, Bayraktaroğlu ve Çakıcı (2017) tarafından Türkçe'ye çevirilmiş ve uyarlama çalışmaları yapılmış Yenilenmiş Çift Uyum Ölçeği aracılığı ile toplanmıştır.

Yenilenmiş Çift Uyum Ölçeği

Evli ya da birlikte yaşayan çiftlerin ilişkilerindeki uyumu belirlemek amacıyla Spanier (1976) tarafından geliştirilen Çift Uyum Ölçeği (Dyadic Adjustment Scale) 32 madde ve dört alt boyuttan oluşmaktadır. Busby, Christensen, Crane ve Larson (1995) ölçekteki maddelerin aynı anda birkaç faktöre yüklenmesi, ölçeğin uzun olması gibi nedenlerle Çift Uyum Ölçeğini düzenleyip kısaltarak, 14 maddeden oluşan Yenilenmiş Çift Uyum Ölçeği'ni (Revised Dyadic Adjustment Scale) geliştirmişlerdir. Bayraktaroğlu ve Çakıcı (2017) yaptıkları çalışma ile ölçeğin psikometrik değerlerini hesaplayarak ölçeği Türk kültürüne uyarlamışlardır. Beş dereceli likert tipi ölçekten (1= hiçbir zaman, 5= her zaman) alınabilecek en yüksek toplam puan 70'tir. İç tutarlılık katsayısı ,80 olarak hesaplanmıştır. Ölçekten alınan puanın yüksek olması evlilik uyumunun yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

Ölçeğin Kırgızcaya çevirme çalışması için öncelikle ölçeğin sahibi ile iletişime geçilmiş ve gerekli izinler alınmıştır. Daha sonra ölçeğin özgün formu olan Türkçe'den Kırgızca'ya çeviri sürecine geçilmiştir. Ölçeğin Türkçe formu araştırmacı ve bir çeviri uzmanı tarafından Kırgızca'ya çevrilmiş ve elde edilen çeviriler çeviri uzmanı tarafından incelenmiştir ve her bir maddenin Kırgızca'ya uygunluğu tartışılmış gerekli değişiklikler yapılmıştır. Sonra, maddeler iki alan uzmanı tarafından kontrol edilmiş ve çevirinin anlaşılabilirliğini tespit etmek üzere üniversite öğrencilerinden oluşan 20 kişilik bir gruba uygulama yapılmış ve alınan geribildirimler sonucu ölçeğe son hali verilmiştir.

Ölçeğin yapı geçerliğinin belirlenmesi amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır, güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla Cronbach's Alfa iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır. Ölçeğin deneme formu 100 rastlantısal olarak seçilen evli bireylere uygulanmış ve analizler yapılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğu için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) .60'dan yüksek ve Barlett Testi'nin hesaplanan ki-kare değerinin istatistiksel olarak anlamlı çıkması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2010). Bu çalışmada KMO örneklem uygunluk katsayısı .896, Barlett Sphericity testi χ^2 değeri ise 2319,61 ($p < .001$) bulunmuştur. Bu sonuçlar verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ve puanların normalliğini göstermektedir.

Özdeğerlerin grafik dağılımında [scree plot] en keskin kırılmanın birinci faktörden sonra gerçekleştiği gözlenmiştir. Böylece ölçeğin, tek faktörlü olduğu (özdeğeri: 5,32) ve bu bileşenin toplam varyansın %37,99'unu açıkladığı gözlenmiştir. Bu nedenle yapılan AFA'da varimax

tekniki ile dik döndürme faktör çözümlemesi sonuçları tek faktörle sınırlandırılmıştır. Bu analizde faktör yük değerleri için kabul düzeyi .42 olarak belirlenmiştir. Tek faktör için yapılan analizde, maddeler, binişiklik ve faktör yük değerlerinin kabul düzeyini karşılayıp karşılamaması açısından değerlendirildiğinde, 7, 8, ve 10. maddelerin .42 kabulünün altında yük değeri verdiği görülmüştür. Bu maddelerin analiz dışı bırakılması sonucunda tek faktörlü, 11 maddeli ölçek elde edilmiştir.

Ölçme aracının iç tutarlılık katsayısı (Cronbach's Alfa) 0,71 olarak hesaplanmıştır.

Verilerin Toplanması

Verileri toplamak amacı ile, ölçeklerin Google Form üzerinde elektronik şekli oluşturulmuştur. Hazırlanmış form internet aracılığı ile hedef kitleye gönderilip uygulanmıştır. Ölçeklerin ilk sayfalarında soruları nasıl cevaplandırılacaklarına dair bilgiler bulunmasına özen gösterilmiştir.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS Statistics 23 uygulaması kullanılmıştır. Verilerin analizinde test türlerinden parametrik ya da non-parametrik testlerinin hangisi kullanılacağına belirlenmesi için verilerin normal dağılıma durumlarına bakılmıştır. Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda verilerin normal dağılım özelliği taşıyıp taşımadığının anlaşılması daha çok basıklık (Skewness) ve çarpıklık (Kurtosis) değerleri ile sağlanmaktadır. Tabachnick ve Fidell'e (2013) göre bu değerler +1.5 ile -1.5 arasında bulunuyorsa verilerin normallik dağılım koşulunu yerine getirdiği kabul edilmektedir.

Bu araştırmada kullanılan Yenilenmiş Çift Uyum Ölçeği verilerinin basıklık değeri -1.25, çarpıklık değeri +1,47 olarak hesaplanmıştır. Buna ek olarak, normal dağılıma karar vermede histogram, Q-Q Plot, Boxplot grafiklerine ve Kolmogorov-Smirnov (K-S) testi sonuçlarına bakılmıştır. Tüm ölçekler için Kolmogorov-Smirnov (K-S) significanse değeri anlamsız çıkmıştır ($p \geq 0,05$). Buna göre, verilerin normal dağılım şartını yerine getirdiği anlaşılarak parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir. Bu çerçevede, frekans, yüzde, standart sapma betimsel analizleri ile birlikte, demografik değişkenlere yönelik analizler için Tek Yönlü ANOVA testi kullanılmıştır.

BULGULAR

Bu kısımda, evli bireylerinin evlilik uyumu düzeyleri ve evlilik uyumunun yaşadığı yer, eğitim durumu ve aile aylık geliri değişkenlerine göre farklılaşma durumlarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Tablo 2'de katılımcıların evlilik uyumu düzeylerine ilişkin bulgular verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Evlilik Uyumu Düzeyleri

	$\bar{x}$	Min.	Max.	SS
Evlilik Uyumu	48,44	14	54	5,84

Tablo 2'de görüldüğü gibi, katılımcıların Yenilenmiş Çift Uyum Ölçeğinden aldıkları puanların ortalama değeri 48,44'tür (ölçekten alınabilecek maksimum puan 55'tir). Bu değer, katılımcıların evlilik uyumu düzeylerinin genel olarak iyi düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Bireylerin Evlilik Uyumu Düzeylerinin Yaşadığı Yer Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna İlişkin Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları

	Grup	n	$\bar{x}$	Ss	F	p
Bireylerin evlilik uyumu düzeyleri	Şehir	208	47,875	6,967	1,758	,173
	Kasaba	51	49	4,219		
	Köy	221	48,850	4,905		

Tablo 3'te de görüldüğü gibi, bireylerin evlilik uyumu düzeylerinin yaşadığı yer değişkenine göre farklılaşma durumuna bakılmıştır. Grup farklılıklarının belirlenmesi için yapılan ANOVA testi sonucunda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür ($F=1,758$; $p>0,05$).

Tablo 4. Bireylerin Evlilik Uyumu Düzeylerinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna İlişkin Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları

	Grup	n	$\bar{x}$	Ss	F	p
Bireylerin evlilik uyumu düzeyleri	Zorunlu orta öğretim (8-9 sınıf)	41	49,707	5,564	1,043	,391
	Tamamlanmış orta öğretim (10-11 sınıf)	66	47,712	7,723		
	Mesleki lise	76	48,368	6,294		
	Kolej, enstitü	90	49,188	4,471		
	Lisans	177	48,203	5,667		
	Lisansüstü	30	47,700	4,749		

Tablo 4'te bireylerin evlilik uyumu düzeylerinin eğitim durumu değişkenine göre farklılaşma durumuna bakılmıştır. Grup farklılıklarının belirlenmesi için yapılan ANOVA testi sonucunda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür ($F=1,043$; $p>0,05$).

Tablo 5'te de görüldüğü gibi, evli bireylerin evlilik uyumu düzeylerinin aile aylık geliri değişkenine göre farklılaşma durumuna bakılmıştır. Grup farklılıklarının belirlenmesi için yapılan ANOVA testi sonucunda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı görülmüştür ($F=1,538$; $p>0,05$).

Tablo 5. Bireylerin Evlilik Uyumu Düzeylerinin Aile Aylık Geliri Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna İlişkin Tek Yönlü ANOVA Testi Sonuçları

	Grup	N	$\bar{x}$	Ss	F	p
Bireylerin evlilik uyumu düzeyleri	5000-10000 SOM	159	47,786	6,605	1,538	,204
	10001-20000 SOM	175	48,754	5,909		
	20001-30000 SOM	93	49,247	4,390		
	30001 som ve fazla	53	47,981	5,282		

SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu çalışma, bireylerin evlilik uyumunun bazı değişkenlere göre incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Kırgız alanyazında konu ile ilgili çalışmalara rastlanamadığından, tartışması yurtdışı literatüründen alınan araştırma sonuçları ile yapılmıştır.

Araştırma sonucunda, katılımcıların evlilik uyumu düzeylerinin genel olarak iyi düzeyde olduğu görülmüştür. Buna, ölçeklerden aldıkları puanların, alınabilecek maksimum puanın ortalama değerinden büyük olduğu işaret etmektedir.

Araştırma sonucunda, bireylerin evlilik uyumu yaşadığı yer değişkenine göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bu durum, bireylerin evlilik uyumunun yaşadığı yer değişkeninden etkilenmediğinin göstergesi olarak yorumlanabilir. Literatürde bu sonucu destekler nitelikte çalışmalar bulunmaktadır. Halıcı ve Saatci (2021) ve Salur'un (2022) yaptıkları çalışmalarının sonucunda, bireylerin evlilik uyumlarının yaşadığı yer değişkenine göre farklılaşmadığını, yani evlilik uyumu ile yaşadığı yer değişkeninin arasında anlamlı ilişkinin olmadığını bulmuşlardır. Bu sonuçlar da araştırma sonucunu desteklemektedir.

Araştırmanın sonucuna göre, bireylerin evlilik uyumu eğitim durumu değişkenine göre farklılaşmamaktadır. Bu durum, kırgız kültüründe, aile eğitiminin evlilik üzerinde daha çok egemen olduğu, bu yüzden de çiftlerin hangi eğitim düzeyine sahip olduğu evlilikte daha az öneme sahip olduğu söylenebilir. Araştırma sonucunu destekler nitelikte, bazı araştırmalar kişilerin evlilik uyum puanları ve eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma saptamamıştır (Tutarel-Kışlak ve Göztepe, 2012; Bayraktaroğlu ve Çakıcı, 2013). Bu sonuçlara karşıt olarak, Tynes (1990) çalışmasında, evlilik uyumunun eğitim durumu değişkenine göre farklılaştığını, eğitim düzeyi yüksek çiftlerin, eğitim düzeyi düşük çiftlere göre daha yüksek evlilik uyumuna sahip olduklarını tespit etmiştir. Tynes'e (1990) göre, eğitim, evlilik uyumuyla ilişkili görünen bir değişkendir. Çiftin eğitim düzeyi aynı ise ailevi roller ve sorumlulukların paylaşılması olanağı daha fazladır ve bunun sonucu olarak, çiftin her iki üyesinin de memnuniyeti artmaktadır. Bulut (1991) kadınların eğitim durumları yükseldikçe evlilik ilişkilerini kötü olarak ifade etme oranının arttığını belirtmiştir.

Araştırma sonucuna göre, bireylerin evlilik uyumu aile aylık geliri değişkenine göre farklılaşmamaktadır. Aritmetik ortalama değerleri, orta düzey aylık gelire sahip olan çiftlerin evlilik uyumları, diğerlerine göre daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bu durum, aile gelirinin oldukça düşük veya yüksek olması evlilik uyumunu olumsuz etkileyebileceğinin

göstergesi olarak yorumlanabilir. Elde edilen bu sonuç literatürdeki bazı araştırmaların sonuçlarıyla örtüşmektedir. Güler (2021) yaptığı çalışma sonucunda, bireylerin evlilik uyumu düzeyleri gelir düzeyine göre farklılaştığını, başka bir deyişle, ailede gelirin artması ile evlilik uyumunun da arttığını tespit etmiştir. Yalçın'ın (2014) yapmış olduğu araştırma sonucu, aylık gelirin evlilik uyum düzeyini farklılaştırdığını göstermiştir. Bulut (1991) kendi çalışmasında, aile gelir durumları iyi olan kadınların, gelir düzeyleri düşük olan kadınlara göre evliliklerini daha iyi olarak değerlendirdiğini tespit etmiştir. Doğan (1998) çalışmasında kadınların gelir durumları yükseldikçe evliliklerini 'iyi' olarak değerlendirme oranının arttığını tespit etmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre bazı öneriler aşağıda sunulmuştur:

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı bünyesinde anne-babalara yönelik, gerçekleştirilen ebeveynlikte istenilmeyen ebeveyn tutumları, uyumlu bir aile kurma, kişilerarası iletişim vb. konularda, aile eğitimi ve ebeveyn yetkinleştirme çalışmalarının artırılması ve çeşitlendirilmesi tavsiye edilebilir. Ayrıca, bu konu ve tarzdaki faaliyetlerin eğitim kurumlarında da düzenlenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Araştırmacılara ileride bu konu etrafında farklı ve geniş örneklem gruplarıyla çalışmaların yapılması önerilebilir. Ayrıca, kırgız toplumunda, evlilik uyumunun başka unsurlardan etkilenip etkilenmediğini, evlilik uyumunun başka olgularla ilişkisini ve etkisini araştıran çalışmaların yapılması önerilebilir.

KAYNAKLAR

Bayraktaroğlu, H. T., and Çakıcı, E. T. (2017). Psychometric properties of Revised form Dyadic Adjustment Scale in a sample from North Cyprus. *International Journal of Educational Science*, 19(2,3), 113-119.

Bayraktaroğlu, H., ve Çakıcı, E. (2013). Evlilik uyumuyla ilişkili faktörler. *Eurasian Journal of Educational Research*, 53, 297-312.

Bulut, İ. (1991). Türkiye'de Erken Evlenme, Türk Aile Ansiklopedisi 2. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı, Ankara.

Busby, D. M., Christensen, C., Crane, D. R., and Larson, J. H. (1995). A revision of the Dyadic Adjustment Scale for use with distressed and nondistressed couples: Construct hierarchy and multidimensional scales. *Journal of Marital and Family Therapy*, 21(3), 289-308.

Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Ankara: Pegem Akademi.

Gökmen, A. (2001). Evli eşlerin birbirlerine yönelik kontrolçülük ve bağımlılık algılarının evlilik doyumu üzerindeki etkisi. Yüksek lisans tezi. Hacettepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Psikoloji Ana Bilim Dalı, Ankara.

Güler, K. (2021). Evli Kadınlarda Ayrılık Anksiyetesi, Evlilik Uyumu ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Kıbrıs Türk Psikiyatri ve Psikoloji Dergisi*, 3(4), 272-278.

Halıcı, E. C., ve Saatci, E. (2021). İnfertilite Tedavisi için Başvuran Çiftlerde Erkeğin Eşine Gösterdiği Şiddet ve Evliliğe Uyum Düzeyi. *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 25(1), 21-27.

Kahraman, Z. (2011). Bir evlilik ve aile hayatı eğitim programının evli kadınlarda evlilik uyumuna ve aile sistemine etkisi (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).

- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi, Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Beşinci Basım. 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık. Ankara.
- Salur, S. (2022). İnfertil çiftlerde evlilik uyumunun ve yaşam kalitesinin değerlendirilmesi. Uzmanlık Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Meram Tıp Fakültesi, Aile Hekimliği Anabilim Dalı. Konya.
- Spanier, G. (1976). Measuring dyadic adjustment: new scales for assessing the quality of marriage and similar dyads. *Journal of Marriage and the Family*. 38, 15-28.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (sixth ed.) Pearson, Boston.
- Tutarel Kışlak, Ş., ve Göztepe, I. (2012). Duygu dışavurumu, empati, depresyon ve evlilik uyumu arasındaki ilişkiler. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 27-46.
- Tynes, S.R. (1990). Educational heterogamy and marital satisfaction between spouses. *Social Science Research*, 19: 153-174.
- Yalçın, H. (2014). Evlilik uyumu ile sosyodemografik özellikler arasındaki ilişki. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 250-261.
- Васильева, О. В. (2020). Удовлетворенность партнёров супружескими отношениями как индикатор гармоничности отношений в семейной паре и частный показатель субъективного благополучия. *Universum: психология и образование*, (10 (76)), 9-13.
- Елизаров, В. (2009). Роль сознания на пути духовного становления человека Вісник Харківського національного університету. 862(6), 53-58
- Морозова, Е.А. (2006). Гармония в семье и браке: духовные и психологические аспекты: семья глазами православного психолога; М-во трансп. Российской Федерации, Федеральное агентство ж.-д. трансп., Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Самарская гос. акад. путей сообщ. - Самара: СамГАПС. 399 с.
- Обозов, Н. Н., and Обозова, А. Н. (1981). Факторы устойчивости брака. Семья и личность (психолого-педагогические, социологические и медико-биологические проблемы).-М, 44-49.
- Трапезникова, Т. М. (1992). Психологические аспекты семейных отношений. Вестник СПб. ун-та. Философия. Политология. Социология. Психология. Право, (2), 106-111.
- Цзысюань, Ч. (2020). Принцип семейной гармонии в китайской лингвокультуре и идеологии. www.elib.bsu.by Erişim tarihi: 01.02.2022
- Эйдемиллер Э.Г., Александрова Н.В., Юстицкис В. (2001). Психология и психотерапия семьи. -СПб.: Питер, - 656 с.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(11): 1567-1582.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1117](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1117)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Dijital Belediyeciliğin Metaverse Evreni: BLD 4.0 V22 / Ankara Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme

Dr. Öğr. Üyesi Tülay YAZICI, Muş Alparslan Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Muş, e-posta:

t.yazici@alparslan.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4848-449X>

Öz

İnternetin geleceği olan, meta ve evren kelimelerinden meydana gelen Metaverse, yaratılan avatarların politik, ekonomik, sosyal ve kültürel faaliyetlerde bulunduğu üç boyutlu sanal bir dünyayı temsil etmektedir. Metaverse, terim olarak ilk defa 1992 yılında Neil Stevenson'ın bilim kurgu romanı Snow Crash'te, daha sonra 2011 yılında yayınlanan Ernest Cline'in Ready Player One romanında yer almıştır. Sanal ve gerçekliğin etkileşime girdiği ve çeşitli sosyal etkinlikler aracılığıyla değer yarattığı her türlü sanal dünya Metaverse olarak yer almaktadır. Metaverse dünyasında dijital ve fiziksel yaşamlar, zenginlik, sosyalleşme, üretkenlik, alışveriş ve eğlence gerçeklik ve sanallık özellikleriyle gerçekleşmektedir. Metaverse uygulamaları dijital belediyecilikte de kullanılmaktadır. Çalışmada Metaverse için standartlar geliştiren Open Ar Cloud Association tarafından Los Angeles, Bari ve Helsinki'den sonra dünyadaki 4. şehir olarak belirlenen Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin Metaverse projesi "BLD 4.0 V22" incelenmiştir. Araştırma; BLD 4.0 V22 projesindeki videoların ve Twitter uygulamasında "BLD 4.0 V22" anahtar sözcüğü girilerek elde edilen ve popüler tweet kategorisinde 31 Aralık 2021-31 Ocak 2022 tarihleri arasında yer alan paylaşımların analizi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada "içerik analizi" tekniği kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Artırılmış Gerçeklik, Dijital Belediyecilik, Sanal Evren, Metaverse.

Makale Gönderme Tarihi: 21.09.2022

Makale Kabul Tarihi: 03.11.2022

Önerilen Atıf:

Yazıcı, T. (2022). Dijital Belediyeciliğin Metaverse Evreni: BLD 4.0 V22 / Ankara Büyükşehir Belediyesi Üzerine Bir İnceleme, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1567-1582.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(11): 1567-1582. DOI: [10.26677/TR1010.2022.1117](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1117)

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



RESEARCH PAPER

The Metaverse of Digital Municipalities: BLD 4.0 V22 / An Analysis of Ankara Metropolitan Municipality

Assistant Prof. Dr. Tülay YAZICI, Muş Alparslan University, Faculty of Communication, Muş, e
mail: t.yazici@alparslan.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4848-449X>

Abstract

The term “metaverse,” which combines the words “meta” and “universe”, refers to a three-dimensional virtual world in which constructed avatars engage in political, economic, social, and cultural activities. The word “Metaverse” was coined in 1992 by Neil Stevenson in his science fiction novel Snow Crash and later appeared in the 2011 novel “Ready Player One” by Ernest Cline. Metaverse encompasses all types of virtual worlds in which virtual and real worlds interact and create value through diverse social activities. In the Metaverse, digital and physical life coexist, with elements such as wealth, socialisation, productivity, shopping and entertainment, reality and virtuality. Digital municipalities also employ metaverse applications. The Ankara Metropolitan Municipality's “BLD 4.0 V22” Metaverse project, ranked as the world's fourth-largest city after Los Angeles, Bari and Helsinki by the Open Ar Cloud Association, the establishment to set standards for Metaverse, was investigated in this study. The study was conducted by analysing the videos in the BLD 4.0 V22 project as well as the shares in the popular tweet category by entering the keyword “BLD 4.0 V22” in the Twitter application between December 31, 2021, and January 31, 2022. The “content analysis” technique was employed in the research.

Keywords: Augmented Reality, Digital Municipality, Virtual Reality, Metaverse.

Received: 21.09.2022

Accepted: 03.11.2022

Suggested Citation:

YAZICI, T. (2022). The Metaverse of Digital Municipalities: BLD 4.0 V22 / An Analysis of Ankara Metropolitan Municipality, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1567-1582.

GİRİŞ

1990'lı yıllarda internetin yaygın olarak bilinmesi ve kullanılmasıyla birlikte, siber uzay denilen olgu da gelişmeye başlamıştır. İnsan zekasının sınırları zorlayıcı buluşları sonucunda ortaya çıkan yeni sanal dünyalar, teknolojinin gelişimiyle birlikte farklı biçimlere evrilmektedir. Sanal dünyanın ve uygulamaların dönüşüm sürecinde sanallığın ve gerçekliğin yeni evreni olarak kabul edilen Metaverse, birçok teknolojik özelliği bir arada barındırmaktadır.

Terim olarak ilk defa 1992 yılında Neil Stevenson tarafından kaleme alınan Snow Crash isimli bilim-kurgu romanında kullanılan Metaverse, daha sonra 2011 yılında yayınlanan Earnest Cline'ın Ready Player One romanında da yer almıştır. Avatarlarla (kullanıcıların grafiksel görüntüsü) temsil edilen katılımcıların, gerçekliği sanal ortama taşımasıyla ortaya çıkan Metaverse evreninde sosyal etkinlikler, satın alma, eğlence gibi hayata dair gerçekler yer almaktadır. Tüm bu özelliklerinin yanı sıra Metaverse dünyasında, kullanıcıların mal alıp sattığı dijital bir ekonomi de ortaya çıkmaktadır.

Metaverse evreni oyunları, topluluk platformlarını ve birçok sanal gerçeklik alanlarını kapsamaktadır. Blockchain, NFT, web 3.0, yapay zeka, artırılmış gerçeklik, büyük veri (big data) gibi günümüzde kullanılan veya gelişmekte olan teknolojilerin bir araya gelmesi ile oluşan Metaverse evreni, yeni bir 3 boyutlu dijital dünyayı temsil etmektedir. Dijital alandaki bu gelişmeler Metaverse evrenini daha da ilgi çekici bir konuma getirmiştir. Bu nedenle Metaverse uygulamaları birçok alanda kullanılmaktadır.

Bu teknolojik değişimde belediyelerin Metaverse uygulamalarında ön plana çıkması önemli bir dijital dönüşümü temsil etmektedir. Mevcut veya potansiyel kaynaklarını vatandaşlara hizmet amacıyla kullanan belediyeler, dijital çağda artık bir gereklilik olan bilgi ve iletişim teknolojilerini önemsemeye başlamışlardır. Kamusal hizmet ve temsil alanı olarak var olan belediyeler ve belediyeçilik hizmetleri, teknoloji ve internetle birlikte dijital ortamlara taşınmıştır. Dijitalleşmeyle birlikte daha verimli, daha etkin ve katılımcı yönetim özellikleri, hayata geçirilmeye başlanmıştır.

Belediye hizmetlerinin dijital ortama taşınmasıyla ortaya çıkan bu dönüşüm sürecinde, yeni sanal dünyanın temsili olarak kabul edilen Metaverse uygulamalarının dijital belediyeçilikte de kullanılması söz konusudur. Resmi olarak var olan belediyeye ait özellikler, Metaverse dünyasında yer almaktadır. Çalışmada, dijital belediyeçiliğin Metaverse dünyasında nasıl yer aldığı ve kullanım özelliklerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu bağlamında araştırma bölümünde, Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin Metaverse projesi "BLD 4.0 V22" incelenmiş ve projede yer alan videolar ve Twitter uygulamasında arama çubuğuna "BLD 4.0 V22" anahtar sözcüğü girilerek elde edilen ve popüler tweet kategorisinde 31 Aralık 2021-31 Ocak 2022 tarihleri arasında yer alan paylaşımlar analiz edilmiştir. Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

METaverse DÜNYASI

Sanal dünya ve ortamlar kalıcı ve bağlantısız olma özelliğine sahip olsa da farklı biçimlerde dijital olarak dönüşmektedirler. Bu dönüşümde "Metaverse" olgusu, fiziksel hayatımızın her alanında dijital dönüşümü daha da kolaylaştırmak için ortaya çıkmıştır. Meta verinin merkezinde devasa, birleşik, kalıcı ve sürekli paylaşılan bir alan olarak internet kullanımı yer almaktadır. Artırılmış gerçeklik, 5G ve yapay zeka gibi gelişen teknolojiler tarafından desteklenen Metaverse, siber uzayın dijital "büyük patlaması" olarak ifade edilmektedir (Lik-Hang Lee vd., 2021:1).

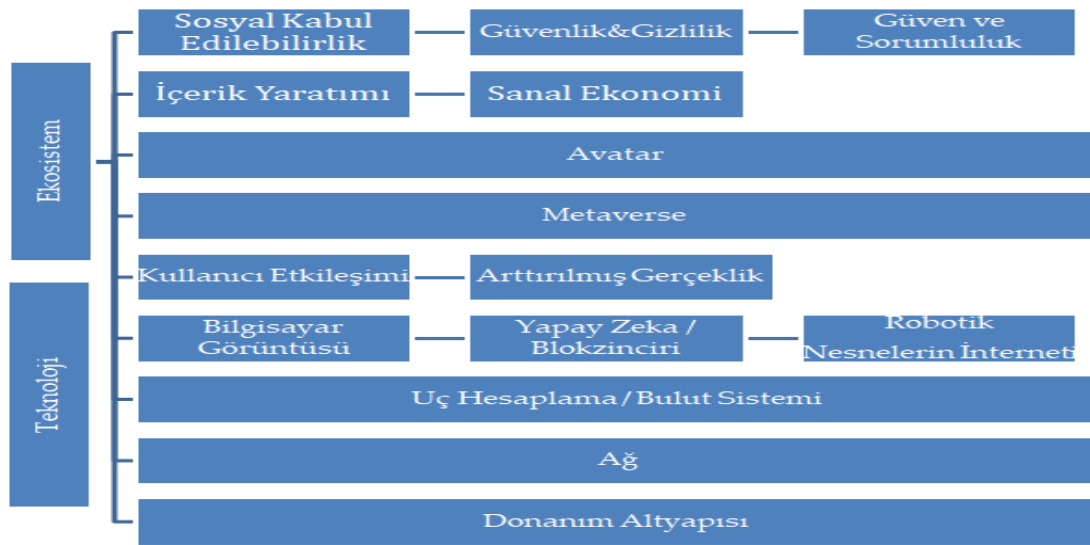
Mark Zuckerberg tarafından Ekim 2021'de Facebook platformunun adının Meta olarak değiştirileceği ve önemli yatırımlar yapılacağı açıklandı (Nesbo, 2021). Birçok kişi Metaverse'i

yeni bir kelime olarak görmüştür ancak Metaverse kavramı yeni bir terim değildir. "Metaverse" kelime olarak ilk kez 1992 yılında Neal Stephenson'a ait Snow Crash adlı romanda ortaya çıkmıştır. Romanda Stephenson, Metaverse'i, kullanıcıların dijital avatarlar aracılığıyla etkileşime girdiği, fiziksel dünyaya paralel devasa bir sanal ortam olarak tanımlamaktadır (Joshua, 2017). Metaverse'in modern bir edebi reenkarnasyonu, Ernest Cline'nın 2011 yılında yazdığı bilim kurgu romanı Ready Player One'da gösterilen OASIS'tir. OASIS, iş, eğitim ve eğlence için baskın çevrimiçi hedef haline gelen, çok kullanıcı bir çevrimiçi VR oyunudur. Kullanıcılar, kulaklıklar, dokunsal eldivenler ve takım elbise ile OASIS'e bağlanır. Sanal çevrimiçi eğitimin tekno-ütopik bir vizyonunu sunmaktadır. Yüzlerce lüks devlet okulu kampüsü, yalnızca K-12 eğitimine adanmış bir gezegenin yüzeyinde düzenlenmiştir (Mystakidis, 2022:134,492).

Metaverse'in omurgası, farklı sanal mahalleleri birbirine bağlayan ve analog bir konsepti bilgi otoyoluna yerleştiren Street adlı bir protokoldür. Dünyanın dört bir yanından kullanıcıların gözlük ve kulaklık aracılığıyla erişip bağlanabileceği bilgisayar grafikleriyle oluşturulan paralel bir sanal gerçeklik evrenini temsil etmektedir (Dionisio, vd., 2013). Meta veri tabanında, tüm bireysel kullanıcılar, kullanıcının gerçek dünyalarının bir metaforu olan kullanıcının fiziksel benliğine benzer şekilde kendi avatarlarına sahiptir.

Metaverse'i gerçekleştirmek için internet, sosyal ağlar, oyun ve sanal ortamlar dışındaki teknolojiler dikkate alınmalıdır. Meta veri deposunun yapı taşları olarak artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR)'nin ortaya çıkışı, yüksek hızlı ağlar, bilgi işlem, yapay zeka ve blok zinciri hizmet etmektedir. Meta veri deposu, farklı sanal dünyaları temsil eden platformlar arasında kullanıcıların içerik oluşturmaya ve içerikleri sanal dünyalar arasında geniş çapta dağıtmasına olanak tanır. Örneğin, bir kullanıcı bir oyunda, Minecraft1'de içerikler oluşturabilir ve bu içerikleri, sürekli bir kimlik ve deneyim ile başka bir platforma veya Roblox2 oyununa aktarabilir. Daha da ileri düzeyde, kullanıcı başa takılan giyilebilir ekranlar veya mobil kulaklıkları ile çeşitli kanallar aracılığıyla gerçek fiziksel dünyaya bağlanabilir ve etkileşime girebilir (Lik-Hang Lee vd., 2021:2-3).

Meta veri deposu için teknoloji ve ekosistemin iki temel yönü altında on dört alan Şekil 1.'de yer almaktadır. Söz konusu bu on dört alan Metaverse dünyasının nasıl var olduğu ve gerçekleştiğine dair içeriklerden oluşmaktadır.



Şekil 1. Teknolojinin İki Temel Yönü Altında On Dört Odaklanmış Alan ve Metaverse Ekosistemi
Kaynak: (Lik-Hang Lee vd., 2021:5).

Metaverse, Facebook Horizon ve Fortnite gibi zengin ama birbirine bağlı olmayan sanal dünyalar, oyun geliştiricileri, özel firmalar ve internet şirketleri alanında önemlidir (Ramesh vd., 2022:95). Metaverse, teknolojik gelişim ve bir ekonomik değer olarak hızla büyümektedir. Yeni nesil internet ve teknoloji kullanımı bağlamında, katılımcıların gerçek bedenleriyle sanal bir dünya avatırı olarak katılım gösterdikleri kendine ait bir evren yaratmıştır. Bu yeni evrende olanaklar, zorluklar, teknolojiler ve ilkeler bu yeni sanal evreni meydana getirmektedir.



Şekil 2. Metaverse Teknolojileri, İlkeleri, Olanakları ve Zorlukları

Kaynak: Mystakidis, (2022:494).

Metaverse'in gelecekte yer alacağı muhtemel uygulamalar aşağıdakileri içerebilir (Gayatri, 2022):

- Sağlık Hizmeti
- Tarım
- Eğitim
- Turizm
- Çevre
- Koruma
- Akıllı Şehirler
- Avatarlar için Radyo Frekanslı Tanıma
- Sosyal ve Siyasi Katılım
- Mahalli İdare
- Savunma
- Kütüphaneler ve Müzeler
- Medya

Metaverse, çevrimiçi oyun, sosyal ağ, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) unsurlarını karıştırarak kullanıcıların dijital olarak etkileşim kurmasını sağlayan dijital bir evren olarak tanımlanmaktadır. VR alanında Metaverse, 3D internet veya Web 3.0 olarak (Kapp ve O'Driscoll, 2010) ve avatarların aralarında sorunsuz bir şekilde seyahat edebilecekleri sanal dünyalar ağı olarak tasarlanmıştır. Bu vizyon Opensim'in Hypergrid'inde gerçekleştirilmiştir (Dionisio vd., 2013). Sanal gerçeklik ise tamamen sanaldır ve hem hayali hem de sanal gerçeklikleri geliştirir. Meta veri deposu genişledikçe, mevcut teknolojinin izin verdiğinden daha fazla çok boyutlu kullanıcı etkileşimine izin veren çevrimiçi yerler gelişecektir. Meta veri tabanındaki kullanıcılar,

yalnızca dijital materyali izlemek yerine, dijital ve fiziksel dünyaların çarpıştığı bir ortama katılım sağlayacaktır.

Gelecekte, meta evrene ilişkin daha gelişmiş kavramlar günlük hayatımızda çok daha fazla yer alacaktır. Özel sektör, meta evreni inşa etmede en büyük adımları başlatarak ciddi boyutta bir gelişim göstermektedir. Bu hızlı değişim sürecinde hükümetler ve yerel yönetimler de gelişen Metaverse teknolojisini kullanmaya başladılar. Herhangi bir şehrin tamamen işlevsel olarak sanal bir dünyada yer almasının yanı sıra yönetim olarak belediyelerin de bu meta evrene girmeleri son dönemde oldukça önemli bir teknolojik değişim olarak görülmektedir. Teknolojinin değişimi ve gelişimi ile birlikte, özellikle yerel yönetim olarak belediyelere ait dijital belediyeçilik uygulamaları, daha farklı içerik ve uygulamalarla Metaverse dünyasında etkin şekilde var olmaktadır.

DİJİTAL BELEDİYEÇİLİK

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna doğru bir geçişin söz konusu olduğu bu dönemde, bilişim teknolojileri her alanı etkilediği gibi kamu yönetimi alanını da yoğun bir şekilde etkilemektedir (Parlak ve Sobacı, 2008:213). Yerel yönetimler, kaynaklarını etkin ve verimli kullanarak vatandaşla kaliteli hizmet sunmak ve vatandaş katılımını sağlamak gibi temel amaçlarını gerçekleştirmek için dijital çağın gereksinimi olan bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırıma yönelmişlerdir (Kaypak vd., 2017:1800).

Dijital çağ öncesi hizmet sunumunu geleneksel yönetim anlayışıyla gerçekleştiren yerel yönetimler dijital çağla birlikte, dünyadaki gelişmeleri yakından takip edebilme olanağı yakalayarak daha demokratik, etkin, verimli, şeffaf, hesap verilebilir ve katılımcı yönetim anlayışını gerçekleştirme imkânını yakalamışlardır (Kaypak vd., 2017:1801). Bu doğrultuda belediyelerde iyi yönetim ilkelerini uygulamak üzere bütünsel yazılım teknolojileri ve çeşitli dijital uygulamalar kullanılmaya başlanmıştır (Çapar, 2015). Bu dijital uygulamalar, “e-devlet entegrasyonu, e-belediye yazılımı, elektronik belge yönetimi sistemi (EBYS), e-ruhsat başvuru sistemleri, e-dilekçe ve e-imza” şeklinde belirtilebilir. Bunların yanında “akıllı otobüs, akıllı durak, akıllı araç takip sistemleri, saha satış otomasyonları, kioks uygulamaları, video-konferans, webcasting ve intranet uygulamaları, çağrı merkezi telefon teknolojileri, mobil teknolojiler, atık yönetim sistemleri” gibi araçlar vatandaşların yaşam koşullarını kolaylaştırmaya yardımcı olmaktadır (Karakaya Polat, 2006:40-41).

Ancak gün geçtikçe teknolojik olanakların artmasıyla sağlanacak fayda da çeşitlenmektedir. Bu çeşitlilik dijitalleşmenin temel amacı olan verimlilik, etkinlik ve iyi yönetim ilkelerinin tam manasıyla hayata geçirilmesi olarak gruplandırılabilir. Yerel yönetimlerde dijitalleşmenin amacı; kamu hizmeti süreçlerinde sağlanacak verimlilik ve etkinlikle, vatandaşların yaşam kalitesini arttırmaktır (Aksu, 2018:145-146).

E-Belediye, belediyelerin bütünsel dijital dönüşümünü ifade eden bir süreçtir. Bu dönüşüm içerisinde belediye bünyesinde yer alan tüm birimlerin bilgi ve iletişim teknolojilerine entegre edilmesi gerekir (Pektaş, 2011:70). Dijital belediyeçilik uygulamalarında, “nesnelerin interneti, büyük veri, açık veri, bulut, bilişim, artırılmış gerçeklik, robot teknolojileri, blokzincir, mobil teknolojiler, merkezi denetleme, kontrol ve veri toplama sistemleri” gibi gelişen teknolojiler sıkça kullanılmaktadır (Benli, 2018:23). Maliyet bakımından etkin olmanın yanı sıra, dijital hizmetler daha hızlı, hatasız, daha kullanışlı olarak fayda sağlar ve vatandaşlara bu hizmetlerden kolaylıkla yararlanma olanağı sunar. Vatandaşlar, yerel yönetimlerin kurumsal web sitelerini ziyaret etmek yerine, kişiselleştirilmiş çevrimiçi hesapları aracılığıyla dijital kamu hizmetlerine erişim

olanağına sahip olurlar. Dijital belediyeler, Şekil 3'te gösterildiği gibi teknoloji destekli hizmetlere odaklanarak dijital bir yapı geliştirmektedir.



Şekil 3. Belediye Odak Alanları

Kaynak: (Murphy vd., 2018:8).

Günümüzde Metaverse turizm, spor, oyun dünyası ve şehirlerin meta-evrenlerinin oluşturulması gibi birçok farklı alanda yer almaktadır. Özellikle kamusal alanda Metaverse kullanımı örneğinde, Güney Kore'nin başkenti Seul Belediyesi, bir Metaverse Ofisi açtığını (Government, 2021) ve ilk Metaverse şehri olarak Metaverse üzerinden belediye hizmetleri sunacağını duyurmuştur. Ülkemizde ise Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş, Metaverse atılımı olan BLD 4.0 V22 projesiyle ilgili Ankara'nın Los Angeles, Bari ve Helsinki'den sonra Metaverse'un açık ve birlikte kullanılır olması için standartlar geliştiren Open Ar Cloud Association'un 4. test şehri olduğunu duyurmuştur (Yavaş, 2022).

Meta veri ve meta evren yalnızca özel sektör kuruluşlarında değil, artık yerel yönetimler tarafından da talep görmektedir. Kamu hizmetlerinin teknolojileri ile farklı özelliklerde entegre edilmesi ve vatandaş katılımının çeşitlendirilmesi, belediyelerin Metaverse evreninde var olması adına önemli bir gelişmedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla birlikte, yerel yönetim olarak belediyeler "gov.tr. ve Web 2.0"dan doğru zamanda yararlanmış ve hizmetlerinin çoğunu internet üzerinden sunmaya başlamıştır. Web 3.0 sonrasında oluşturulan meta evrenlerle belediyelerin sanal varlıklar oluşturarak kendi dünyalarını yaratmaları ve vatandaşların sanal avatarlarla katılım sağlamaları belediye ve vatandaş bütünleşmesi için farklı bir interaktif evren buluşması olarak değerlendirilebilir. Dünyada Metaverse evrenine katılan belediye sayısı çok olmamakla birlikte, Open Ar Cloud Association'un tarafından Metaverse uygulamaları konusunda 4. test şehir olduğunu duyuran Ankara Büyükşehir Belediyesi ülkemizde bu alanda uygulama gerçekleştiren ilk belediye olmuştur. Bu nedenle çalışmanın araştırma bölümünde Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin Metaverse projesi "BLD 4.0 V22" incelenmiştir.

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı

Günümüzde birçok alanda var olan Metaverse dünyasına, dijital belediyecilik uygulamaları da katılmaya başlamıştır. 2021 yılında Ankara Büyükşehir Belediyesi, Metaverse uygulamalarının açık ve birlikte kullanılır olması için standartlar geliştiren Open Ar Cloud Association tarafından Los Angeles, Bari ve Helsinki'den sonra 4. test şehir olarak ilan edilmiştir. Çalışmada, dijital belediyeciliğin Metaverse dünyasında nasıl yer aldığını ve kullanım özelliklerini keşfetmek ve ortaya çıkarmak amaçlanmıştır ve bu amaç doğrultusunda Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin "BLD

4.0 V22" isimli Metaverse projesi incelenmiştir. Bu bağlamda proje kapsamında paylaşılan videolar ve sosyal medya kanalları içerisinde çok önemli kamusal alana, haber paylaşım ve yayılım gücüne ve küresel bağlamda yüksek sayıda kullanıcıya sahip Twitter uygulaması seçilmiş ve Twitter'da yer alan tweet paylaşımları analiz edilmiştir.

Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamı, "BLD 4.0 V22" projesi kapsamında paylaşılan videolar ve Twitter uygulamasında arama çubuğuna "BLD 4.0 V22" anahtar sözcüğü girilerek elde edilen ve popüler tweet kategorisinde 31 Aralık 2021-31 Ocak 2022 tarihleri arasında yer alan paylaşımlar olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada metodolojik olarak örnek olay çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada "BLD 4.0 V22" projesi kapsamında paylaşılan videoların analizinde veri analiz yöntemi olarak içerik analizi kullanılmıştır. Çalışmada yöntem olarak belirlenen içerik analizi sözel, yazılı ve diğer materyallerin nesnel ve sistematik bir şekilde incelenmesine olanak tanıyan bilimsel bir yaklaşımdır (Tavşancıl ve Aslan, 2001). Ayrıca çalışmada sosyal medya kanalları içerisinde çok önemli kamusal alana, haber paylaşım ve yayılım gücüne ve küresel bağlamda yüksek sayıda kullanıcıya sahip Twitter uygulamasında yer alan tweet paylaşımları analizi için kullanılan içerik kodlama yöntemi, Louisiana Üniversitesinden Haley Edman'ın 2007 yılında "Twittering To The Top: A Content Analysis of Corporate Tweets to Measure Organization-Public Relationships" başlıklı tezde kullandığı kodlama sisteminden uyarlamıştır. Tablolama, aynı kodlama kategorilerine yer verilen içerik analizlerinde, her bir kodlama biriminde kaç örneğin/bulgunun yer aldığını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır (Krippendorff, 2004:192-193).

BULGULAR ve DEĞERLENDİRME

A. Video Analizi

Tablo 1. Videoların Teknik Özellikleri

Video	Dijital Belediyecilik 4.0'a Hoş Geldiniz" Hazırsak, Başlayalım	BLD Digital 4.0 Sezon 1, Bölüm 1	Bld 4.0 v22 yükleniyor	Ankara Open Ar Cloud Association'un 4. test şehri oldu.
İzlenme Sayısı	1,4 MN	247.2 B	1,2 MN	750.5 B
Video Süresi	1,19 sn	1,20 sn	00:48 sn	00:32 sn
Tarih	19 Mayıs 2021	21 Mayıs 2021	31 Aralık 2021	5 Ocak 2022
Slogan	Hazırsak Başlayalım	Projeni ve fikrini gönder Video çek	Bld 4.0 v22 2022 yükleniyor	Yok

"BLD 4.0 V22" Metaverse projesinde yer alan videoların teknik özellikleri Tablo 1'de yer almaktadır. İlk video 19 Mayıs 2021 tarihinde, en son video 5 Ocak 2022 tarihinde paylaşılmıştır. 5 Ocak 2022 tarihinde paylaşılan video haricinde diğer tüm videolarda slogan kullanılmıştır. Videoların süreleri çok uzun değildir. En kısa süreli video "32 saniye", en uzun süreli video ise "1 dakika 20 saniye" olarak paylaşılmıştır. Paylaşılan tüm videoların izlenme sayıları oldukça yüksektir.

1. Video: Dijital Belediyecilik 4.0'a Hoş Geldiniz



- Hazırsak, Başlayalım (Slogan)
- Batıkent Rekreasyon Alanımızda organik tarım pazarı yer alsın mı? Evet / Hayır
- AnkaPark'a ne yapılacağına siz karar vermek ister misiniz? Evet / Hayır
- Başkent'teki tüm otobüslerin %100 çevre dostu olmasını ister misiniz? Evet / Hayır
- Ankara'yı birlikte yönetmek ister misiniz? Evet / Hayır
- Ankara'nın bu eşsiz ve güzel hikayesini oluşturan sizsiniz.! Artık dijital katılımcılık ile bütçeyi yönetecek, yaşadığınız şehrin projelerini belirleyeceksiniz! Başkent sizin, karar sizin. Dijital belediyecilik 4.0'a hoş geldiniz.

2. Video: BLD Digital 4.0 Sezon 1, Bölüm 1

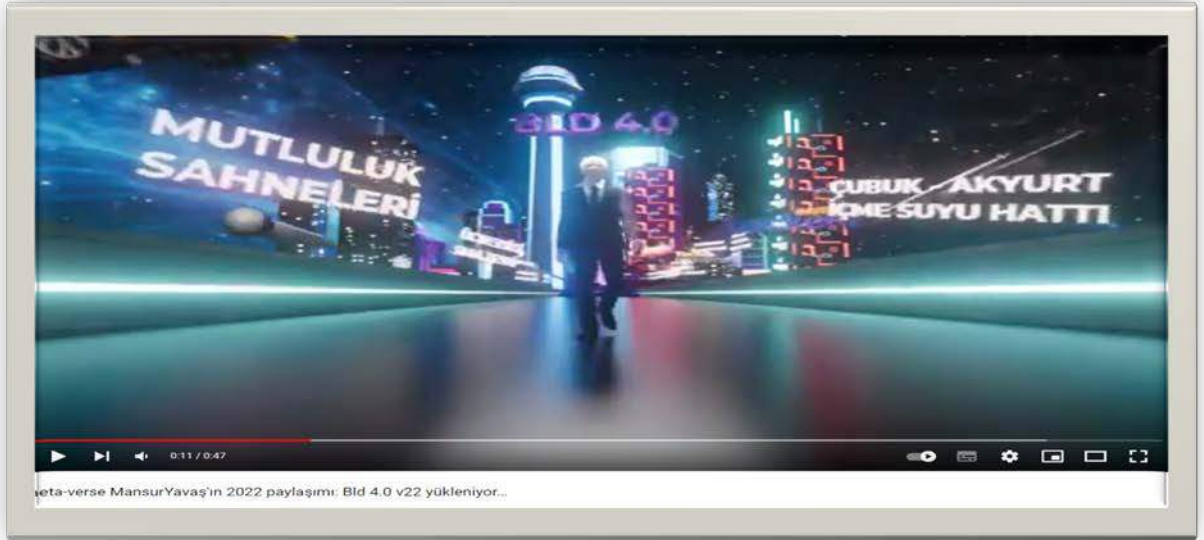


“BLD 4.0 V22” Metaverse projesinde yer alan ilk video 19 Mayıs 2021 tarihinde paylaşılmıştır ve “Hazırsak başlayalım” sloganıyla başlamaktadır. Video içeriğinde yer alan konu başlıkları yukarıda belirtilmiştir. Videoda, vatandaş katılımı ile ilgili hazırlanmış 4 adet konu başlığı ve belirtilen konu başlıklarına katılımı ile ilgili “evet ve hayır” onayı içeren ifadeler ve görseller yer almaktadır. Yayınlanan bu ilk video paylaşımında, “Dijital belediyecilik 4.0’e hoşgeldiniz” ifadesiyle projenin sunumu başlatılmıştır.

Metaverse içeriği açısından incelendiğinde yayınlanan bu ilk video paylaşımında, “Dijital belediyecilik 4.0’e hoşgeldiniz” ifadesiyle projenin sunumu başlatılmıştır. Video içeriğinde “dijital katılımcılık, projeler, dijital belediyecilik, vatandaş katılımı” ön plandadır ve katılıma konu olan fikirlerin kabulü yer almaktadır. Metaverse ile ilgili detaylı açıklamalar, görseller ve belediyenin Metaverse uygulamasına özel olarak nasıl bir içerik ve katılımı yer alacağına dair bir içerik yer almamaktadır.

- Projeni ve fikrini gönder / Video çek (Slogan)
- Başkent Genç
- Dijital Katılımcılık
- BLD Dijital 4.0
- Videonu Çek
- Proje ve Fikrini Gönder
- Başkenti Sen Yönet
- Gençlerin Fikirleri Başkent’in Geleceğine Yön Veriyor.
- Demokrasi Platformu
- Başkent Mobil

3. Video: Bld 4.0 V22 Yükleniyor



“BLD 4.0 V22” Metaverse projesinde yer alan ikinci video 21 Mayıs 2021 tarihinde paylaşılmıştır ve “Projeni ve fikrini gönder / Videonu Çek” sloganıyla başlamaktadır. Video içeriğinde yer alan konu başlıkları ve projeler yukarıda belirtilmiştir. Video, projenin “Birinci Sezonu ve Birinci Bölümü” olarak sunulmaktadır. Bir gencin Başkana mesajı ve Mansur Yavaş tarafından verilen cevabın yer yer aldığı videoda ana içerik, fikir üretimi ve çevrimiçi (online) katılımdan oluşmaktadır. Video içeriğinde gençlerin katılımı üzerine proje odaklı 9 konu başlığı yer almaktadır.

Metaverse içeriği açısından incelendiğinde yayınlanan bu ikinci video paylaşımında, “dijital katılımcılık, dijital belediyeçilik, vatandaş katılımı” ön plandadır Ankara Büyükşehir belediyesinin hayata geçireceği Metavers projesinde, belediyeye ait olacak Metaverse dünyası ile ilgili detaylı açıklamalar, görseller veya kullanıma dair bir bilgilendirme yer almamaktadır.

- Bld 4.0 V22 Yükleniyor (Slogan)
- 377 Yeni Otobüs
- %100 Dönüştürülmüş Elektrikli Otobüs
- 11 KöprülÜ Kavşak, 8 Bağlantı Yollu
- 918 Köye Ücretsiz İnternet Desteęi
- 600 Milyon Tl Kara Kış Desteęi
- 4 Çocuk Gündüz Bakım Evi
- Techbridge Kuzey Yıldızı
- 35 Meydana Ücretsiz Wi-Fi
- Ankara Tek Yürek Kampanyası
- Ücretsiz SMA Testi
- Market Başkent
- Mutluluk Sahneleri
- Çubuk-Akyurt İçme Suyu Hattı
- Akıllı Taksi
- Başak Projesi
- Yeşilin Başkenti
- Asbestli Boruların Yenilenmesi
- ASKİ 30 Yıllık Masterplan
- Bisiklet Yolları
- Kar Takip
- Tohum-Fide Gübre Desteęi
- Mor Buton
- Canlı İhale Dönemi
- Lezzet Ankara
- Taha Akgül&Rıza Kayaalp Spor Kompleksi
- Sözleşmeli Üreticilik

4. Video: Ankara Open Ar Cloud Association'un 4. Test Şehri Oldu.



“BLD 4.0 V22” Metaverse projesinde yer alan üçüncü video 31 Aralık 2021 tarihinde paylaşılmıştır ve “Bld 4.0 V22 Yükleniyor” sloganıyla başlamaktadır. Video içeriğinde yer alan konu başlıkları ve projeler yukarıda belirtilmiştir. Videoda projenin yüklendiği belirtilmektedir ve projenin içerisinde yer alan toplam 26 konu başlığı yer almaktadır. Konu başlıkları oldukça detaylı şekilde belirtilmektedir.

Metaverse açısından incelendiğinde yayınlanan bu üçüncü video paylaşımında, Ankara Büyükşehir belediyesinin hayata geçireceği Metaverse projesindeki uygulamalar ile ilgili daha detaylı hazırlanmış bir içerik yer almaktadır. Ancak belediyeye ait olacak Metaverse dünyası ile ilgili detaylı açıklamalar, görseller veya kullanıma dair bir bilgilendirme yer almamaktadır.

- Ankara'mız; Los Angeles, Bari ve Helsinki'den sonra Metaverse'un açık ve birlikte kullanılır olması için standartlar geliştiren Open Ar Cloud Association'un 4. test şehri oldu.

“BLD 4.0 V22” Metaverse projesinde yer alan dördüncü video 5 Ocak 2022 tarihinde paylaşılmıştır ve “Ankara Open Ar Cloud Association'un 4. Test Şehri Oldu” sloganıyla başlamaktadır.

Metaverse açısından incelendiğinde yayınlanan bu dördüncü video paylaşımında, Ankara'nın dördüncü test şehri olduğunu duyuran ve Metaverse uygulamalarının nasıl yapılacağına dair görsellerle desteklenen bir içerik bulunmaktadır. Video içeriğinde, Ankara şehrinin Metaverse uygulamasında nasıl yer alacağına dair çekim görselleri ve örnek uygulamalar yer almaktadır.

B. Tweet Analizi

Araştırmada Twitter uygulamasında arama çubuğuna “BLD 4.0 V22” anahtar sözcüğü girilerek elde edilen ve popüler tweet kategorisinde 31 Aralık 2021-31 Ocak 2022 tarihleri arasında yer alan toplam 31 adet tweet analiz edilmiştir. Analiz kapsamında seçilen tarihler, Metaverse içeriğinin yer aldığı 31 Aralık 2021 tarihinde gerçekleştirilen video paylaşımı ve sonrasında devam eden 1 aylık süreç olarak belirlenmiştir. Tweet analizi;

- Tweet Türleri
- İletişim Biçimi
- Etkileşim Düzeyleri
- İletilerin Nitelik Bazda Dağılımı
- İletilerin Etki Gücü olmak üzere toplam 5 kategoride gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1. Tweet Türleri

BLD 4.0 V22	BLD 4.0 V22	Adet	Adet
	Orijinal Tweet	24	
	Tweet Alıntıla	7	
	Farklı hashtag	1	
	@ İşaretli Kullanım (Retweet)	5	
	Kullanım dışı Tweet	0	
Haber İçerikli Paylaşım			25
Bireysel Paylaşım			6
TOPLAM			31

Tweet türleri analizi Tablo 1’de yer almaktadır. İncelenen 31 paylaşım, tweetlerin birden çok özelliğe sahip olma durumu göz önünde bulundurularak kategorize edilmiştir. Bireysel paylaşım kategorisinde, kullanıcıların bireysel kullanıcı olarak ve metin içeriğiyle paylaştıkları tweetler yer

almaktadır. Haber içerikli paylaşım kategorisinde, haber kanalları tarafından yapılan paylaşımlar yer almaktadır. Diğer sınıflandırmada orijinal tweet, tweet alıntıla, farklı hashtag kullanımı, retweet ve kullanım dışı tweet kategorileri yer almaktadır. Orijinal tweet, kişinin kendi gönderdiği tweetleri belirtmektedir. Retweetler, kişinin takipçilerinden gelen tweetleri paylaşması anlamına gelmektedir ve kişinin bir başka kullanıcıya ismiyle işaret ederek geri dönüşte bulunmasıdır. Yorum yaparak retweet paylaşma olan "Tweet'i Alıntıla" özelliğinde kullanıcılar bir başka tweete yer vermektedir. Tweet türleri özelliğinde orijinal tweet sayısı ve haber içerikli paylaşım sayısı oldukça yüksektir. Kullanım dışı tweet yer almamaktadır.

Tablo 2. İletişim Biçimi

İLETİŞİM BİÇİMİ						
BLD 4.0 V22	Tek Yönlü	%	Çift Yönlü	%	Toplam	%
	21	68	10	32	31	100

Tweet paylaşımlarına dair iletişim biçimi analizi Tablo 2’de yer almaktadır. İletişim biçimi özelliğinde analiz edilen paylaşımlar; retweet, farklı hashtag kullanımı, tweet alıntıla, fotoğraf ve link paylaşımı içermeyen ve bu nedenle herhangi bir etkileşim özelliğine sahip olmayan tweetlerden oluştuğu için tek yönlü tweetler yüksek sayıdadır. Etkileşim özelliğine sahip çift yönlü tweet sayısı daha düşüktür.

Tablo 3. Etkileşim Düzeyleri

Hashtag Hesap	Düşük Düzey	%	Orta Düzey	%	Yüksek Düzey	%	Toplam	%
BLD 4.0 V22	2	7	22	70	7	23	31	100

Tweet paylaşımlarına dair etkileşim düzeyleri analizi Tablo 3’te yer almaktadır. Etkileşim düzeyleri özelliğinde; ağırlıklı olarak fotoğraf, link ve video gibi öğelerin kullanıldığı tweet paylaşımları veya RT edilen orta düzey tweet paylaşımları yer almaktadır. Paylaşılan tweetlerde bir başka kullanıcıyı ...@ işaretiyle belirterek cevap verilen yüksek düzey tweetler ikinci en yüksek sayıdadır. Herhangi bir fotoğraf, video, link gibi öğeler kullanılmayan düşük düzeyde etkileşim özelliğine sahip tweetler, son sırada yer almaktadır.

Tablo 4. İletilerin Nitelik Bazda Dağılımı

Hashtag Hesap	Olumlu İleti Sayısı	%	Olumsuz İleti sayısı	%	Nötr İleti sayısı	%	Toplam	%
BLD 4.0 V22	31	100	0	0	0	0	31	100

Tweet paylaşımlarına dair iletilerin nitelik bazda dağılımı analizi Tablo 4’te yer almaktadır. Nitelik bakımından paylaşılan 31 adet tweetin tamamının olumlu iletidir.

Tablo 5: İletilerin Etki Gücü

ANALİZ	BLD 4.0 V22
İletilerin Retweet Edilme Sayısı	4816
İletilerin Beğenilme (kalp işareti verme) Sayısı	73.349
İletilere Yapılan Yorumların (cevapların) Sayısı	1253
İletilerin İzlenme Sayısı	1.209.401 (MN)

Tweet paylaşımlarına dair iletilerin etki gücü analizi Tablo 5’te yer almaktadır. İletilerin etki gücü özelliğinde; “iletilerin retweet edilme sayısı, beğenilme (kalp işareti verme) sayısı, iletilere yapılan yorumların (cevapların) sayısı ve iletilerin izlenme sayısı” yüksektir. Bu sayılar bağlamında paylaşılan iletilerin etki gücü oldukça yüksektir.

SONUÇ ve ÖNERİ

Dijital belediyeçilik açısından değerlendirildiğinde, Metaverse uygulamalarında çevrimiçi (online) ve aktif katılımın ön planda olduğu görülmektedir. Katılım unsurları çoğunluk olarak yarışma, proje katılımı ve belediye hizmetlerinin teknolojik olarak geliştirilmesi ve düzenlenmesi içeriğinde hazırlanmıştır.

Çalışmada Metaverse için standartlar geliştiren Open Ar Cloud Association tarafından, Los Angeles, Bari ve Helsinki’den sonra dünyadaki 4. şehir olarak belirlenen Ankara Büyükşehir Belediyesi’nin Metaverse projesi “BLD 4.0 V22” incelenmiştir. Projede yer alan videoların analizi sonucunda Metaverse uygulamalarının henüz başlangıç ve test aşamasında olduğu tespit edilmiştir. Projenin başlangıç aşamasının sunumu olarak hazırlanan ve paylaşılan video içerikleri; duyuru, katılım, proje başlıkları, dijital hizmetler, bilgilendirme ve Metaverse kullanımının örneklendirildiği içerikte hazırlanmıştır. Genel değerlendirme olarak video içeriklerinde “dijital vatandaş katılımı, belediyeye ait uygulanacak projeler, dijital belediyeçilik hizmetleri, proje ve fikir temelli vatandaş katılımı” ön plandadır Paylaşılan tüm videoların izlenme sayısı yüksek olmasına rağmen, video içerikleri Metaverse uygulamaları açısından yeterli değildir. Metaverse projesinde, belediyeye ait olacak Metaverse dünyası ile ilgili detaylı açıklamalar, görseller veya kullanıma dair bir bilgilendirme yer almamaktadır. İlerleyen süreçlerde daha etkili ve Metaverse uygulamalarının daha çok kullanımını içeren paylaşımların olması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tweet türleri analizde; orijinal ve haber içerikli tweet paylaşımlarının yüksek sayıda olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca tek yönlü paylaşımların yüksek olması iletilerin biçimsel olarak sadece paylaşım odaklı olduğu ve çok etkili olmadığı sonucunu ortaya koymaktadır. Paylaşımların tamamı olumlu niteliktedir. Etkileşim düzeyi olarak, ağırlıklı olarak fotoğraf, link ve video gibi öğelerin kullanıldığı tweet paylaşımları veya RT edilen orta düzey tweet paylaşımları yer almaktadır. Analiz edilen 31 tweet paylaşımı ile ilgili retweet, beğeni, yorum ve izlenme sayılarının yüksek olması iletilerin etki gücünün yüksek olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Başlangıç aşamasında uygulanan “BLD 4.0 V22” Metaverse projesinin geliştirilerek daha katılımcı ve teknoloji odaklı geliştirilmesi ve dünyadaki diğer belediyelerin Metaverse uygulamaları ile uyumlu içeriklerde sürdürülmesi önerilmektedir. Ayrıca özellikle sosyal

medyada daha fazla paylaşım, beğeni ve yorum özelliklerine sahip olması projenin geniş kitlelere duyurulması adına önemlidir.

Metaverse, bir oluşumun tek başına idare edebileceği tek bir ürün değildir. Kapsamı oldukça geniş ve gün geçtikçe de her alanda uygulanmaya başlayan, yeni bir sanal katılım dünyasını ifade etmektedir. Yakın gelecekte Metaverse uygulamalarının çok daha farklılaşmış biçimleri hayata geçecek ve her alanda etkisi görülmeye başlanacaktır. Meta evren olarak ifade edilen Metaverse'in bu gelişimi, literatür çalışmalarında konunun farklı açılardan incelenmesi ve değerlendirilmesi gereğini ortaya çıkarmaktadır. Gerçekleştirilen mevcut çalışmalarda farklı veri tabanlarından elde edilen verilerin karşılaştırılması ve Metaverse üzerinde analiz sonuçlarının paylaşılması, alanın gelişimi ve araştırmacıların mevcut durumu görmeleri açısından faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aksu, H. (2018). Dijitopya: *Dijital Dönüşüm Yolculuk Rehberi*. Ankara: Pusula Yayınları.
- Benli, B. (2018). Akıllı Şehirlere Dönüşüm, *Akıllı Belediyecilik Zirvesi 2018 Bildiriler Kitabı* (ss.20-25). (Ed. Yunus Demiryürek ve Kerem Ulusoy), İstanbul: Marmara Belediyeler Birliği Kültür Yayınları.
- Çapar, M. K. (2015). Dijital Belediyecilik. Blog, <https://www.avd.com.tr/blog/349-dijital-belediyecilik> [Erişim Tarihi: 22.03.2022].
- Dionisio, J.D.N., Burns, W.G., III and Gilbert, R. (2013). 3D Virtual Worlds and The Metaverse. *ACM Comput. Surv.* 45, 1–38.
- Goverment, S. M. (2021). Seoul Digital Foundation Launched Metaverse Office. [03.01.2022]; Available from: <https://english.seoul.go.kr/seoul-digital-foundation-launchedmetaverse-office/> [Erişim Tarihi: 22.03.2022].
- Gayatri, P. (2022). Metaverse – The Start of a New Era of Government Services. <https://www.nic.in/blogs/the-metaverse-the-start-of-a-new-era-of-government-services/> [Erişim Tarihi: 12.02.2022].
- Joshua, J. (2017). Information Bodies: Computational Anxiety in Neal Stephenson's Snow Crash, *Interdisciplinary Literary Studies*, 19(1):17– 47, 2017. Publisher: Penn State University Press.
- Kapp, K.M. and O'Driscoll, T. (2010). *Learning in 3D: Adding a New Dimension to Enterprise Learning and Collaboration*. Pfeiffer: San Francisco, CA, USA, 2010; ISBN 9780470504734.
- Karakaya Polat, R. (2006). *E-Belediyecilik Kılavuzu Yerel Yönetim Vatandaş Etkiletişimi*. Stratejik Rapor, İstanbul: TASAM Yayınları.
- Kaypak, Ş., Yılmaz, V. ve Bimay, M. (2017). Dijital Çağda Yerel Yönetimler, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.22(KAYFOR'15 Özel Sayısı), ss.1798-1813.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Newbury Park-Usa:Sage Pub.
- Lik-Hang L., Tristan B., Pengyuan Z., Lin W., Dianlei X., Zijun L., Abhishek K., Carlos B. and Pan H. (2021). All One Needs to Know About Metaverse: A Complete Survey on Technological Singularity, Virtual Ecosystem and Research Agenda. *Journal of Latex Class Files*, 14(8), 2-5. September 2021. arXiv:2110.05352v3.

Murphy, S., Mclearty, D. and Commisso, T. (2018). Digital Transformation: A Municipal Game Changer. Amo Conference, <https://www.amo.on.ca/AMO-PDFs/Events/18/Presentations/Monday/Digital-Transformation-MNP-Presentation-Aug-20-F.aspx> [Erişim Tarihi: 15.04.2022].

Mystakidis, S., Fragkaki M. and Filippousis, G. (2021). Ready Teacher One: Virtual and Augmented Reality Online Professional Development for K-12 School Teachers. *Computers* 2021, 10, 134.

Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia* 2022, 2, 486–497. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010031> [Erişim Tarihi: 22.03.2022].

Nesbo, E. (2021). The Metaverse vs. Virtual Reality: 6 Key Differences. <https://www.makeuseof.com/metaverse-vs-virtual-reality/> [Erişim Tarihi: 08.11.2022].

Parlak, B. ve Sobacı, Z. (2008). *Kuram ve Uygulamalarda Kamu Yönetimi Ulusal ve Global Perspektifler*. İstanbul: Alfa Aktüel.

Pektaş, E. K. (2011). Belediye Hizmetlerinde Bilgi-İletişim Teknolojilerinin Kullanımı ve E-Belediye Uygulamalarındaki Son Gelişmeler: Bir Literatür Taraması, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 65-88.

Ramesh, U. V., Harini, A., Divya Gowri, C. S., Vyshnavi Durga, K., Druvitha, P. and Kumar, K. S. (2022). Metaverse: Future of the Internet, *International Journal of Research Publication and Reviews Journal*, 3(2), 93-97. homepage: www.ijrpr.com ISSN 2582-7421.

Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). *Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller İçin İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.

Yavaş, M. (2022). Ankara'mız; Los Angeles, Bari ve Helsinki'den Sonra Metaverse'un Açık ve Birlikte Kullanılır Olması İçin Standartlar Geliştiren Open Ar Cloud Association'un 4. Test Şehri Oldu. https://twitter.com/mansuryavas06/status/1478773285680672768?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1478773285680672768%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Ftr.sputniknews.com%2F20220106%2Fmansuryavastan-metaverse-duyurusu-ankara-4-test-sehri-oldu [Erişim Tarihi: 20.01.2022].



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yenilik Yönetimi Yeterlikleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma

Öğr. Gör. Dr. Ela OĞAN, Artvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi Meslek Yüksekokulu, Artvin, e-posta: elaogan40@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5491-771X>

Öz

Günümüzde insan kaynaklarının ve yöneticilerin bilim ve teknoloji alanında gerçekleşen yenilikleri takip ederek değişime uyum sağlamaları gerekmektedir. Kurum ve kuruluşların, yöneticilerin nitelikli çalışanları kendilerine bağlamaları için yeniliklere açık bir bakış açısı içinde olmaları ve örgüt bütününde yeniliği desteklemeleri beklenmektedir. Bu bağlamda örgütte yenilikçi çalışma ortamlarının oluşturulmasının örgütsel bağlılığı güçlendirerek başarıya katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle bu araştırmada, Milli Eğitim Bakanlığı'na (MEB) bağlı devlet okullarında görev yapan öğretmenlerin görev yaptıkları okulların yenilik yönetimi yeterlilikleri ile ilgili görüşleri ve örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bu amaçla devlet okullarında görev yapan 390 öğretmenden anket formu aracılığıyla veriler toplanmıştır. Yapılan analizlere göre okulların yenilik yönetimi yeterlilikleri orta düzeyde değerlendirilmiştir. Öğretmenlerin örgüte bağlılıklarının ise devam bağlılığı düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık ilişkisinin; devam bağlılığı ile proje yönetimi, örgütsel kültür ve yapı, yenilik stratejisi ve girdi yönetimi boyutları arasında çok düşük pozitif düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılık alt boyutlarını etkilediği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yenilik, Yenilik Yönetimi Yeterliliği, Örgütsel Bağlılık, Öğretmen.

Makale Gönderme Tarihi: 16.09.2022

Makale Kabul Tarihi: 04.11.2022

Önerilen Atıf:

Oğan, E. (2022). Yenilik Yönetimi Yeterlikleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1583-1602.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(11): 1583-1602. DOI: [10.26677/TR1010.2022.1118](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1118)

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



RESEARCH PAPER

The Relationship Between Innovation Management Competencies and Organizational Commitment: A Study on Teachers

Dr. Ela OĞAN, Artvin Çoruh University, Arhavi Vocational School, Artvin, e-mail: elaogan40@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5491-771X>

Abstract

Today, human resources and managers need to adapt to change by following the innovations in the field of science and technology. Institutions and organizations are expected to be open to innovations and support innovation throughout the organization in order for managers to connect qualified employees to them. In this context, it is thought that supporting innovative work environments in the organization will contribute to success by strengthening organizational commitment. In this context, it is thought that the creation of innovative working environments in the organization will contribute to success by strengthening organizational commitment. From this point of view, in this study, it is aimed to reveal the relationship between the opinions of teachers working in public schools affiliated to the Ministry of National Education (MEB) about the innovation management competencies of their schools and their organizational commitment. For this purpose, data were collected from 390 teachers working in public schools through a questionnaire. According to the analysis, the innovation management competencies of the schools were evaluated at a moderate level. It has been determined that teachers' commitment to the organization is at the level of continuance commitment. The relationship between innovation management competencies and organizational commitment; It was concluded that there is a very low positive level between continuance commitment and the dimensions of project management, organizational culture and structure, innovation strategy and input management. It has been revealed that innovation management competencies affect organizational commitment sub-dimensions.

Keywords: Innovation, Innovation Management Competence, Organizational Commitment, Teacher.

Received: 16.09.2022

Accepted: 04.11.2022

Suggested Citation:

Oğan, E. (2022). The Relationship Between Innovation Management Competencies and Organizational Commitment: A Study on Teachers, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1583-1602.

GİRİŞ

Yeni fikirler, yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni bakış açıları hayatın her alanında gündem oluşturmaya devam etmektedir. Gelişen teknoloji, sosyal hayatta ve iş hayatında pratiklik ve hız konularında avantaj sağlarken farklı yeteneklerin ortaya çıkmasına imkân vermektedir. Yeniliklerle birlikte yeni bakış açıları benimsenirken amaç; işleri hep daha iyi ve daha başarılı olarak gerçekleştirmektir. Bu nedenle bireyler ve kurumlar için yeniliği görmezden gelmek veya yenilikten vazgeçmek söz konusu değildir.

Yenilik kavramı, farklı alanlar için farklı biçimde ifade edilmektedir. Yenilik kavramını literatüre kazandıran ilk bilim insanlarından olan Schumpeter (1934) yeniliği, daha önce ortaya çıkarılmamış bir ürünün yaratılması ya da var olan ürünlerin niteliklerine yenilerinin kazandırılması olarak ifade etmektedir (Elçi, 2005). Brown (1966) yeniliği, sistem ve uygulamaların daha iyi duruma getirilmesine dikkat çekerek diğer ürünlerden farklılaşmak için bir değer ortaya koymak olarak belirtmektedir. Mogee ve Schact (1980), teknolojik yeniliklere odaklanarak yeni teknolojilerle iyileşme süreci olduğunu ifade etmektedir. Peters ve Waterman (1982), değişimle ortaya çıkan yeni çevre koşullarından bahsederek yenilenme faaliyeti olarak ele almıştır. Drucker (1985) ise yeniliği, insanların hayatını kolaylaştıran bir olgu olarak tanımlamaktadır. Tushman ve Nadler (1986) yeniliği, yeni ürün ve hizmetlerin yaratılması süreci, olarak ifade etmektedir. Genel olarak yenilikle ilgili tanım ve açıklamaların yeni karşılaşılan olgularla toplumsal refahı yükseltmeye yönelmiş faaliyetleri ifade ettiği söylenebilir. Aynı zamanda yeniliğin, toplumsal bir değer olarak ortaya çıkarak rekabet avantajı sağladığı da ortadadır. Yenilik kavramı; değişim, yaratıcılık, gelişme ve risk almayı içermektedir. Dolayısıyla yenilik yönetimi bütünsel bir süreci ifade etmektedir. Bu sürecin başarılı biçimde gerçekleştirilmesinde rol alan faaliyetler arasındaki uyum aynı zamanda çalışanların ve/veya örgütlerin performanslarını da etkilemektedir (Akal, 2003). Yenilik, sürekli gelişme gösteren aktif bir süreci de ifade etmektedir. Yeniliğin, performans göstergesi sürekli gelişme olduğundan bireylerin, kurum ve kuruluşların faaliyetlerinde proaktif davranması gerekmektedir. Yenilenme, diğerlerinden farklılaşarak ürün ve hizmetlerde değer yaratma fırsatı sunmakta ve rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu nedenle yeni fikirler, ürünler, hizmetler, sistemler, politikalar, program ve süreçler, rakiplerden önce pazara sunulmalı ve değişime yol açmalıdır (İraz, 2005).

Yenilik, yaratıcı bireylerin veya insan kaynaklarının düşünceleriyle ortaya çıkan somut üründür. Yani yeniliğin, yaratıcılıkla ilgili olduğu ve yaratıcılık yeteneğinin yeniliği ortaya çıkardığı söylenebilir. Yeniliğin öneminin giderek arttığı toplumsal hayatta, kurum ve kuruluşlarda yeniliği ortaya çıkarabilecek insan kaynağına ihtiyaç duyulmaktadır. Diğer taraftan da yaratıcı fikirlerin ortaya çıkarılabilmesi için yaratıcılığı destekleyen çalışma ortamlarının oluşturulması gerekmektedir. Yaratıcılığın ve yaratıcı yeteneklerin ihtiyaç duyduğu da yaratıcı iş ortamlarıdır. Yaratıcı ve yenilikçi bireylerin kurum ve kuruluşlarda var olması, desteklenmesi ve bunun sürdürülebilirliğinin sağlanması kurum ve kuruluşların rekabet ve başarıları açısından büyük önem arz etmektedir. Yenilikçi düşünceye sahip ve yenilikçi çalışma ortamı yaratılan kurum ve kuruluşlarda çalışan bağlılığının yüksek olduğu belirtilmektedir (Meyer ve Allen, 1997; Jafri, 2010; Akomolafe, 2011; Dönmez, 2018).

Eğitim kurumları, çağın gerektirdiği niteliklerde yetenekli, başarılı bir neslin yaratılması ve ülkeye kazandırılması amacıyla faaliyet gösteren kurumlar olarak tanımlanabilir. Eğitim kurumları, toplumsal açıdan son derece önemli sorumluluklar üstlenmektedir. Diğer bir ifade ile eğitim kurumları toplumsal uyum ve düzeni sağlamaktadır (Açar ve Toy, 2022). Bir anlamda eğitim kurumlarından, topluma değer yaratmaları beklenmektedir. Bilgi ötesi çağda sahip oldukları kaynaklarla topluma gerekli olan değeri ortaya çıkarabilmenin yolu yenilikten ve yenilenmeden geçmektedir. O halde eğitim kurumlarının, yeniliği takip edebilecek ve onu

yakalayabilecek aynı zamanda yenilik ortaya çıkarabilecek kaynağa sahip olmaları gerekmektedir. Dolayısıyla yaratıcı bir neslin ortaya çıkarılmasında yenilikçi bakış açısıyla yenilikçi öğretmenlere ve yenilikçi ortamları destekleyen okul yöneticilerine sahip olmak önemlidir. Bu düşünceden hareketle bu araştırmada, okullarda gerçekleşen yenilikçi faaliyetler çerçevesinde okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterlilikleri öğretmen görüşlerine göre ortaya çıkarılmak istenmiştir. Bunun yanı sıra yeniliği destekleyen iş ortamlarında çalışan bağlılığının nasıl etkilendiği de araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır. Bu amaç doğrultusunda yenilik yönetimi yeterlilikleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda araştırma soruları şöyle sıralanabilir:

- Öğretmenlerin, okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterlilikleri ile ilgili görüşleri nasıldır?
- Öğretmenlerin, okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterlilikleri ile ilgili görüşleri cinsiyet, mesleki deneyim ve okul türüne göre değişmekte midir?
- Öğretmenlerin, görev yaptıkları okulla ilgili bağlılık düzeyleri nasıldır?
- Öğretmenlerin, örgütsel bağlılık düzeyleri cinsiyet, mesleki deneyim ve okul türüne göre değişmekte midir?
- Yenilik yönetimi yeterlilikleri ile örgütsel bağlılık arasında ilişki var mıdır?
- Yenilik yönetimi yeterlilikleri, örgütsel bağlılığı etkilemekte midir?
- Yenilik yönetimi yeterlilikleri, örgütsel bağlılık alt boyutlarını etkilemekte midir?

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Örgütsel Yenilik ve Yeniliği Etkileyen Faktörler

Teknolojik gelişmeler günden güne hızlanmakta ve her an her alanda hayatımıza dâhil olmaktadır. Toplumsal gelişmenin sınırları zorlanırken sürekli iyileşme çabaları bireyleri ve örgütleri yenilenmeye zorlamaktadır. Küreselleşmeyle ortaya çıkan rekabet şartları zorlaşırken örgütler hayatta kalabilmek için yenilik yapma gereksinimi duymaktadır (Damanpour ve Wischnevsky, 2007). Yenilikçi örgütlerin öğrenmeye, yenilenmeye, gelişmeye istekli oldukları açıktır. Gelişmeye odaklanmış bir örgütün tüm kaynaklarıyla işleri üstlenmesi ve büyük bir istekle yerine getirmesi de oldukça mümkündür. İstekle yapılan işlerde örgüte bağlılığın da yüksek düzeyde olduğu belirtilmektedir (Durna, 2002). Yeni yönetim anlayışı, örgüt yapılarını etkileyerek; kurallardan değerlere, iletişimden bilgi akışına kadar birçok konuda çalışma ekosistemini değiştirmektedir. Örgütte yerine getirilen geleneksel işlerin, yeni iş modellerine ve iş yapma yöntemlerine dönüştüğü görülmektedir. Yenilikçi düşünceyi destekleyen örgüt yapılarının belirli karakteristik özelliklere sahip olduğu söylenebilir. Bunlar Tablo 1’de özetlenmektedir (Durna, 2002; Barker, 2002; Adair, 2008.).

Tablo 1. Yeniliği Destekleyen ve Engelleyen Örgüt Yapıları

Doğal Yapılar Yeniliği Destekler	Mekanik Yapılar Yeniliği Engeller
Kurallarda esneklik	Katı kurallar
Demokratik yapı	Katı Hiyerarşi
Yüz yüze iletişim	Yazılı iletişim
Takım çalışması	Resmi ve bireysel çalışma
Yaratıcı ve etkileşimli ortam	Bürokrasi
Dışa dönüklük	Kısıtlı bireysel hareketler
Çok yönlü bilgi akışı	Yukarı bilgi akışı, alt kademelere direktifler

Kaynak: Durna, 2002; Barker, 2002; Adair, 2008.

Yeniliği destekleyen örgüt yapılarının, çalışanların fikirlerini önemseyen demokratik anlayışı benimsediği görülmektedir. Esnek bir yapılanma sayesinde örgütte faaliyetler, farklı bakış açıları ile farklı yöntemlerle ve farklı zamanlarda gerçekleştirilebilmektedir. Böylece demokratik örgüt yapısında yüz yüze iletişimin gerçekleştiğinden ve işlerin ortaya çıkarılmasında takım ruhunun varlığından söz edilebilmektedir. Çok yönlü bilgi akışının varlığı, örgütün dışa dönük yapıda olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla demokratik ve esnek çalışma ortamlarının oluşturulmasıyla çalışanların yenilik yetenekleri desteklenmektedir. Örgütlerde öncelikle yeniliğin oluşmasını maddi ve manevi yönden destekleyecek yapının oluşturulması gerekmektedir. Bunun için de kararlı olmak ve örgütün başarılı olduğu konulara yoğunlaşması beklenmektedir. Dolayısıyla örgütün yapacağı yeniliğin politika ve uygulamalarıyla bütünleşmesi, sorumluluğu üstlenebilmesi ve yenilik yönetimini benimsemesi gerekli görülmektedir (Barker, 2002). Örgütlerin, başarılı bir yenilik yönetimi için; öncelikle sürekli daha iyi ve daha yeni ürünlere odaklı değişim stratejine sahip olmaları gerekmektedir. Bu anlamda yöneticilerin esnek, açık, demokratik ve girişimci örgüt kültürünü oluşturabilmeleri oldukça önemlidir (Adair, 2008).

Yeniliğin ortaya çıkmasını etkileyen bazı unsurlar şüphesiz bulunmaktadır. Aynı zamanda yeniliğin etkileri de sektöre göre farklılık göstermektedir (Oslo Kılavuzu, 2005). Örgütlerdeki yenilik uygulamalarını etkileyen unsurları ise örgütsel faktörler ve çevresel faktörler olarak sınıflandırmak mümkündür.

Örgütsel Faktörler: Yenilik her zaman iyi durumlarla birlikte gelmeyebilir. Bazen bir pandemi ile mücadele amacıyla yeni durumlara zorlanılabilmektedir. Bazen alışlagelmiş toplumsal yapıları yıkıcı nitelikte teknolojilerle ortaya çıkmış yenilikler olabilmektedir. Toplumda ilk karşılaşıldığı anda bilinmezlikler çerçevesinde yeniliği anlayabilmek ve adapte olabilmek güç olabilmektedir. Bu nedenle belirsizliklerin oldukça yüksek seviyede olduğu kaos ortamlarında fırsatları görebilmek ve bu yönde stratejiler belirlemek oldukça zor olmaktadır. Öncelikle yöneticilerin belirsizlik ortamlarında iş ve çalışan uyumunu sağlayabilmeleri, bunun için de örgütsel yapıda yeni uygulamaları hayata geçirmeleri gerekmektedir. Bunun yanı sıra çalışanların yeni durumlara adapte olabilmeleri ve çalışma heveslerini sürdürmeleri son derece önemlidir. O zaman bir örgütün yenilik ortaya çıkarabilmesi için yenilik bilinciyle düşünceleri desteklemesi ve bunun için yeterli kaynaklara sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle örgütsel stratejilerin yenilikçi bakış açındaki yöneticilerin desteğiyle ve yaratıcı yeteneklerle uygulanması gerekmektedir (Timuroğlu, 2015).

Çevresel Faktörler: Yeni teknolojiler, değişim ve belirsizlik bir ekosistem içinde birbirine bağlı biçimde ortaya çıkmaktadır. Herhangi bir alanda ortaya çıkan bir ürün veya uygulama zamanla diğer alanlara da yayılmaktadır. Ekonomik bir yeniliğin toplumun sosyal yapısını da etkilememesi düşünülemez. Tüm toplumsal dönüşüm boyutlarında da görüldüğü gibi gelişen teknolojiyle birlikte yenilikler beraberinde sosyal ve ekonomik değişimleri de ortaya çıkarmaktadır. Çevre veya ekosistem yeniliklerden etkilenirken yenilik anlayışı da çevresel faktörlerden etkilenmektedir. Değişen çevrenin koşulları çerçevesinde ürünlere veya hizmetlere gereksinim duyularak onu ortaya çıkarma çabaları görülmektedir. Öyleyse örgütler işlevlerini yerini getirirken ilişki içinde bulundukları ekonomik, teknolojik, hukuki, siyasal ve sosyal alanlardaki değişimden etkilenmektedir (Naktiyok, 2007). Bu nedenle örgütlerin içinde yer aldıkları çevrenin özellikleri, örgütlerin yenilik anlayışında belirleyici olmaktadır (Timuroğlu, 2015).

Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığı Etkileyen Faktörler

Örgütsel bağlılık, çalışanın görev yaptığı örgütte bulunma isteğini, örgütün hedeflerini paylaşabilmesini ve örgüt amaçlarını yerine getirmede istekle çaba göstermesini ifade etmektedir (Mowday, Steers ve Porter, 1979). Çalışanın örgütte devamlılığını sağlayan unsurların ise duygusal, maddi ve ahlaki unsurları içerdiği belirtilmektedir. Çalışanın çalıştığı örgüte karşı duygusal bağlılığı onun tutumu ile ilgilidir (Çetiner ve Özdemir, 2022). Diğer bir ifade ile çalışan kendisi ve örgütü arasında yakınlık hissetmektedir. Çalışan, örgütünün ona kattıklarıyla değer gördüğünü düşünmekte ve tutumları buna göre belirlemektedir (Balay, 2000). Mayer ve Allen (1997)'e göre ise duygusal bağlılık, çalışanların kendi tercihleri ile örgütte kalma isteği olarak tanımlanmaktadır. Örgütüne karşı yüksek duygusal bağlılığa sahip çalışanlar sadece o işte çalışma zorunluluğundan değil aynı zamanda kendileri örgütte kalmak istedikleri için çalışmaya devam etmektedir (Allen ve Mayer, 1996). Çalışanın devam bağlılığı, işe olan maddi bağlılığını ifade etmektedir. Eğer işten ayrılırsa maddi güçlerle karşılaşacağına farkındadır. Çalışan maddi yükümlülükleri sebebiyle örgütte kalmaya devam etmektedir (Ada vd., 2008). Normatif bağlılık ise çalışanın örgüte olan görev ve sorumlulukları ile ilgili olarak hissettiği ahlaki doğruları çerçevesinde örgütte kalmasını ifade etmektedir. Onun düşüncesine göre örgüt ona iş fırsatını sunmakta ve belirli miktarda maddi kaynak sağlamaktadır. Bu nedenle çalışan kendini örgüte karşı borçlu hissetmektedir. Çalışan, örgütüne etik kurallar boyutunda bağlanmaktadır (Meyer ve Allen, 1997). Duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık, çalışanın örgütte kalmasını sağlamaktadır. Diğer bir ifade ile her üç bağlılık türü de örgütteki çalışanların ayrılma niyetlerini azaltmakta veya ortadan kaldırmaktadır. Daha basit bir ifadeyle çalışanın işten ayrılma niyetinin örgüte hissettiği bağlılığın türüne göre değiştiğini söylemek mümkündür. Duygusal bağlılıkta, çalışanın kendiliğinden örgütte bulunma isteği; devam bağlılığında çıkarı için bulunma isteği ve normatif bağlılıkta ise vicdanen rahat olma isteği söz konusudur (Yalçın, 2009; Meyer ve Allen, 1997).

Çalışanların örgüte olan bağlılığını etkileyebilecek unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar çalışan veya örgüt ile ilgili unsurlar olabilir. Bunlar olumlu etki yaratabiliyorsa bağlılık artmakta ancak olumsuz etkide bulunuyorsa da çalışan bağlılığını azaltabilmektedir. Örneğin çalışanın işten beklentilerinin karşılanmamasından kaynaklanabileceği gibi kişisel veya psikolojik nedenlerden de kaynaklanabilmektedir. Örgütün niteliği, yapısı, kültürü ise örgüt ile ilgili unsurlara örnek olarak verilebilir (Yüceler, 2009; Demir ve Öztürk, 2011). Örgütsel ve kişisel faktörlere göre bağlılık düzeyleri de farklılık gösterebilmektedir. Randall bağlılık düzeyleri üzerine olan çalışmada üç düzeyden bahsetmektedir; düşük, ılımlı ve yüksek bağlılık (Randall, 1987; Balay, 2000, Varoğlu, 1993 aktaran Bayram, 2005; Doğan ve Kılıç, 2007).

Düşük Örgütsel Bağlılık: Düşük örgütsel bağlılığa sahip çalışanların örgüte olan bağları da zayıftır. Bu nedenle örgütün amaçlarını gerçekleştirmede isteksiz ve özensiz davranış göstermektedir. Bu bağlılık düzeyi zorunluluk bağlılığı ya da Allen ve Meyer'in (1996) örgütsel bağlılık sınıflamasında yer alan devamlılık bağlılığı olarak da ifade edilmektedir (Koç, 2009). Örgütler düşük bağlılık düzeyine sahip çalışanlarla çalışmak istemezler. Aynı zamanda bu seviyede bağlılığa sahip çalışanlar örgütten en kısa zamanda ayrılmak istemektedir (Koç, 2009).

İlmlı Örgütsel Bağlılık: Çalışanın ılımlı örgütsel bağlılığa sahip olması, örgüt amaç ve hedeflerinden haberdar olmakla birlikte kendini örgüte ait hissetmemesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle örgüte bu düzeyde bağlılık gösteren çalışan kendi beklentileri söz konusu olduğunda örgüt ile çatışma yaşayabilmektedir. Bu bağlılık düzeyine şekilsel bağlılık da denilmektedir. Aynı zamanda bu bağlılık düzeyi Allen ve Meyer'in (1996) örgütsel bağlılık sınıflamasında yer alan normatif bağlılığa karşılık gelmektedir (Koç, 2009).

Yüksek Örgütsel Bağlılık: Çalışanın örgüte karşı hissettiği yüksek örgütsel bağlılıkta ise, çalışanın örgüt amaçları çerçevesinde görev ve sorumluluklarına yönelmiş olduğu görülmektedir. Örgütün hedeflerine inanmış ve bu yönde istekle harekete geçmiş bir çalışan söz konusudur. Diğer bir ifade ile çalışan kendisini örgütü ile özdeşleştirmiştir. Yüksek örgütsel bağlılık düzeyi, Allen ve Meyer'ın (1996) duygusal bağlılığına karşılık gelmektedir (Koç, 2009).

Çalışanın iş doyumunun örgütsel bağlılığını etkilendiği bilinmektedir (Balay, 2000). Örgütte yüksek duygusal bağlılığa sahip çalışanların bulunması amaç ve hedeflerin başarılı biçimde gerçekleştirilmesinde son derece önemli görülmektedir. Yüksek bağlılığa sahip çalışanların, yeniliklere odaklanarak fırsatları ortaya çıkarabilmeleri muhtemeldir. Öyleyse örgütsel bağlılığı yüksek çalışanlar örgütün başarı performansını artırmaktadır (Boylu, Pelit ve Güçer, 2007).

YÖNTEM

Araştırmanın Deseni

Bu araştırma örgütsel yenilik yönetimi yeterlilikleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla MEB'e bağlı devlet okullarında görev yapan öğretmenlerin çalıştıkları okullarda uygulanan yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılıklarıyla ilgili görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma amacı uygulamaya yönelik olduğundan nicel araştırma niteliğindedir. Bazı olguların, belirli durum, olay ve kurumlar ele alınarak açıklanmaya çalışılmasından dolayı da betimsel tarama niteliğindedir. Yine bazı durumların bazı değişkenlere göre ilişkisi ortaya çıkarılmaya çalışıldığı için ilişkisel tarama özelliği de taşımaktadır (Karasar, 2006).

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evreni, MEB'e bağlı devlet okullarında görev yapan öğretmenlerden oluşmaktadır. Kolay ulaşılabilir ve uygulama yapılabilir olmasından dolayı bu grup tercih edilmiştir. Dolayısıyla araştırmada seçkisiz olmayan bir örnekleme yöntemi olan uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2009). Milli Eğitim Bakanlığı'nın resmi internet sayfasından alınan verilere göre 2021-2022 eğitim-öğretim yılında MEB'e bağlı devlet okullarında 975.698 öğretmen görev yaptığı tespit edilmiştir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2019). Araştırmanın evreninden 0,05 örneklem hata payıyla ve %95 güven aralığında tahmin yapabilmek için uygun örneklem sayısı en az 384 kişi olarak belirlenmiştir (Cohen, Manion ve Morrison, 2000). Araştırma, Artvin Çoruh Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunun 29 Temmuz 2022 tarihinde yapmış olduğu toplantısında etik açıdan uygun bulunmuştur. Araştırma ile ilgili anket, 2022 yılının Ağustos, Eylül ayları boyunca internet aracılığıyla ve yüz yüze görüşülerek uygulanmış ve toplamda 390 öğretmene ulaşılabilmektedir.

Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Teknikleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak için: Kişisel Bilgi Formu, Örgütsel Yenilik Yönetimi Değerlendirme Ölçeği (ÖYYDÖ) ve Örgütsel Bağlılık Değerlendirme Ölçeği (ÖBDÖ)'den yararlanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu: Öğretmenlerin yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, çalıştığı okul türü, meslekteki deneyimi ve bulunduğu okuldaki çalışma süresi gibi özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Örgütsel Yenilik Yönetimi Değerlendirme Ölçeği (ÖYDÖ): ÖYDÖ, öğretmenlerin örgütsel yenilik yeterlilikleri ile ilgili görüşlerini ortaya çıkarmak amacıyla Bülbul (2012) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 5'li Likert özelliğine sahiptir. Ölçek dört alt boyut: "Proje Yönetimi"; "Örgütsel Kültür ve Yapı"; "Yenilik Stratejisi"; "Girdi Yönetimi" ve 32 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin, 1-5. maddeleri girdi yönetimi alt boyutunu; 6-11. maddeleri yenilik stratejisi alt boyutunu; 12-17. maddeleri kültür ve alt yapı alt boyutunu; 18-32. maddeleri ise proje yönetimi alt boyutunu ölçmektedir. Bülbul (2012) tarafından uygulanan ölçeğin madde varyansı %62.99 olarak ve madde faktör yük değerleri 0.51 ile 0.77 arasında ortaya çıkarılmıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha iç tutarlılık güvenirlik katsayısı ise .96 olarak bulunmuştur.

Örgütsel Bağlılık Değerlendirme Ölçeği (ÖBDÖ): Eğitim örgütlerinde örgütsel bağlılık düzeyini ölçmek amacıyla Meyer ve Allen (1984) tarafından geliştirilmiştir. Daha sonra Wasti (2000), ölçeği Türkiye'de uygulayarak geçerlik ve güvenirlik çalışmalarını tamamlamıştır. Ölçeğin Cronbach's Alfa iç tutarlılık katsayısı duygusal bağlılık için; .79; normatif bağlılık için; .75; devamlılık bağlılığı için ise; .58 olarak ortaya çıkarılmıştır (Başol ve Yalçın, 2009). Yalçın (2009), tez çalışmasında ölçeği tekrar uygulamıştır. Meyer ve Allen'in Örgütsel Bağlılık Ölçeği, 5'li Likert tipinde hazırlanmıştır. ÖBDÖ, 3 alt boyut ve 18 maddeden oluşmaktadır: 1, 3, 5, 7, 8 ve 11. maddeler duygusal bağlılık; 2, 4, 6, 13, 15 ve 16. maddeler devam bağlılığı; 9, 10, 12, 14, 17 ve 18. maddeler ise normatif bağlılığı ölçmektedir.

Araştırma Verilerinin Analizi

Bu çalışmada elde edilen verilerin analizi için SPSS programından yararlanılmıştır. Öncelikle verileri tanımlayıcı özellikler ve faktör yapısı ile ilgili analizler ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada kullanılan Bülbul'un (2012) ÖYDÖ ve Meyer ve Allen'in (1984)'de geliştirmiş olduğu ÖBDÖ, güvenirliği kanıtlanmış ölçeklerdir. Ancak yine de güvenirlik analizleri yapılarak Cronbach's Alfa iç tutarlık değeri: uygulanan ölçeğin bütününde .94; yenilik yönetimi ölçeğinde .98 ve örgütsel bağlılık ölçeğinde ise .61 olarak ortaya çıkmıştır. Ölçeğin bütününe sahip olduğu bu değer; 0.70' den yüksek olması ölçeğin yüksek güvenirliğe sahip olduğunu göstermektedir (Kayış, 2005). Daha sonra ise ölçeklere faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, birbiriyle ilişkili değişkenleri bir araya getirerek daha az sayıda ilişkisiz ve anlamlı yeni değişkenleri ortaya çıkarmak için uygulanmaktadır (Büyüköztürk, 2009). Çalışmada faktör analizinin yapı için uygun olup olmadığının testi için kullanılan Bartlett'in Küresellik testi sonuçları anlamlı çıkmış ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi tavsiye edilen değer ÖYDÖ için; .96 ve ÖBDÖ için ise; .80 olarak tespit edilmiştir. Faktörlerin tamamı tarafından açıklanan toplam varyans ÖYDÖ için; %78 ve ÖBDÖ için ise %60'dır. Her iki ölçek maddelerinin faktör yapılarının orjinalleri ile aynı boyutlara sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca araştırmada kullanılan ölçeklerin normal dağılım gösterip göstermediği ile ilgili Skewness ve Kurtosis testine bakılarak normal dağılım sergiledikleri görülmüştür. Skewness ve Kurtosis değerlerine bakıldığında ise en küçük ve en büyük; yenilik yönetimi için Skewness değeri -.793 ile .124 arasında Kurtosis değeri ise .076 ile .247 arasında ve örgütsel bağlılık için ise Skewness değeri .160 ile .124 arasında Kurtosis değeri ise .257 ile .247 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla Kurtosis ve Skewness değerleri -1.5 ile +1.5 arasında olduğu için verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir (Tabachnick and Fidell, 2013). Daha sonra ÖYDÖ'ye ve ÖBDÖ'ye ait bulguların yorumlanmasında frekans, yüzde dağılımı, ortalama ve standart sapma gibi betimsel istatistikî değerlerden faydalanılmıştır. Öğretmenlerin örgütlerine ilişkin yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık algıları; cinsiyete, mesleki deneyime ve çalıştığı okul türüne göre karşılaştırılması amacıyla ilişkisiz örneklem için t-testi ve tek yönlü varyans (Anova) analizine tabi tutulmuştur. Bunun yanı sıra yenilik yeterlilikleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi

belirlemeye yönelik korelasyon analizi, yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılığa etkisini ortaya çıkarmak için basit doğrusal regresyon ve yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılık alt boyutlarına etkisini ortaya çıkarmak için ise çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.

BULGULAR ve YORUM

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın amacı doğrultusunda yapılan analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Elde edilen araştırma bulguları tablolarla sunularak yorumlanmaya çalışılmıştır.

Araştırmaya Katılan Öğretmenler ile İlgili Demografik Bilgiler

Araştırmaya katılan öğretmenlerin yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, çalıştığı okul türü, meslekteki deneyimi ve bulunduğu okuldaki çalışma süresi gibi özellikleri ile ilgili demografik veriler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Öğretmenler ile İlgili Demografik Bilgiler (n=390)

		f	%	s.d
Cinsiyet	Kadın	206	52,8	,499
	Erkek	184	47,2	
Yaş	22-27	39	10,0	1,005
	28-35	125	32,1	
	36-42	167	42,8	
	43-48	30	7,7	
	49 ve üzeri	29	7,4	
Eğitim Durumu	Öğretmen Enstitüsü	6	1,5	,368
	Ön Lisans	5	1,3	
	Lisans	373	95,6	
	Lisansüstü	6	1,5	
Mesleki Deneyim	1-5	76	19,5	1,274
	6-10	98	25,1	
	11-15	96	24,6	
	16-20	77	19,7	
	21 ve üzeri	43	11,0	
Kurumda Çalışma Süresi	1-5	228	58,5	1,016
	6-10	110	28,2	
	11-15	28	7,2	
	16-20	5	1,3	
	21 ve üzeri	19	4,9	
Okul Türü	İlköğretim	172	44,1	,558
	Lise	218	55,9	

Araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özellikleriyle ilgili verileri gösteren Tablo 2 incelendiğinde, araştırmaya katılan öğretmenlerin %52,8’inin kadın ve %47,2’sinin ise erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Çalışanların yaş aralığının %42,8 ile en çok 36-42 arasındayken %32,1’inin 28-35 yaş aralığında olduğu; %95,6’sının lisans mezunu olduğu ortaya çıkmıştır. Yine Tablo 3’teki veriler incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmenlerin mesleki

deneyimlerinin %25,1 ile en fazla 6-10 yıl, %24,6'sının ise 11 ile 15 yıl arasında olduğu görülürken yarından fazlasının %58,5 ile şu an çalıştıkları kurumda 1-5 yıl arasında, %28,2'sinin 6-10 yıl arasında görev yaptığı; öğretmenlerin %55,9'unun lise düzeyinde, %44,1'inin ise ilköğretim düzeyinde okullarda görev yaptığı görülmektedir.

Öğretmenlerin Yenilik Yönetimi Yeterlilik Ölçeği ile İlgili Değerlendirmeleri

Araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri değerlendirme ölçeği ve alt boyutları ile ilgili ortalama puanları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Öğretmenlerin Yenilik Yönetimi Değerlendirme Ölçeğinden Aldıkları Puanlar (n=390)

	En düşük puan	En yüksek puan	$\bar{x}$	s.d.
Proje Yönetimi	1,00	5,00	3,69	,98
Örgütsel Kültür ve Yapı	1,00	5,00	3,73	1,00
Yenilik Stratejisi	1,00	5,00	3,62	,97
Girdi Yönetimi	1,00	5,00	3,46	1,08
ÖYDÖ Toplam	1,06	5,00	3,65	,94

Tablo 3'te görüldüğü gibi yenilik yönetimi yeterliliklerinin alt boyutlarından en yüksek ortalama puan 3,73 ile "Örgütsel Kültür ve Yapı" alt boyutunda ortaya çıkmıştır. Örgütsel Yenilik Yönetimi Değerlendirme Ölçeği ile ilgili en düşük puan ise 3,46 ortalama ile "Girdi Yönetimi" alt boyutunda ortaya çıkmıştır. Örgütsel Yenilik Yönetimi Değerlendirme Ölçeği ortalama puan değerine bakıldığında ise öğretmenlerin 3,65 genel ortalama puanına sahip oldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu bulgu doğrultusunda öğretmenlerin, görev yaptıkları okulların yenilik yönetimi yeterliliklerini orta düzeyde değerlendirdikleri söylenebilir.

Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılık Değerlendirme Ölçeği ile İlgili Değerlendirmeleri

Araştırmaya katılan öğretmenlerin örgütsel bağlılık değerlendirme ölçeği ve alt boyutları ile ilgili aldıkları puanlar Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılık Değerlendirme Ölçeğinden Aldıkları Puanlar (n=390)

	En düşük puan	En yüksek puan	$\bar{x}$	s.d.
Duygusal Bağlılık	1,50	5,00	2,88	,63
Devam Bağlılığı	1,67	4,50	3,16	,50
Normatif Bağlılık	1,00	5,00	2,90	,80
ÖBDÖ Toplam	1,78	4,44	2,98	,49

Tablo 4'te görüldüğü gibi örgütsel bağlılık ölçeğinin alt boyutlarından en yüksek ortalama puanın 3,16 ortalama ile "Devam Bağlılığı" alt boyutundan elde edildiği görülmektedir. Öğretmenlerin örgütsel bağlılık değerlendirme ölçeği ile ilgili en düşük puan ise 2,88 ortalama ile "Duygusal Bağlılık" alt boyutundan elde edilmiştir. Öğretmenlerin örgütsel bağlılık değerlendirme ölçeği toplam puan değerine bakıldığında ise 2,98 ortalama puana sahip oldukları göze çarpmaktadır. Bu nedenle genel olarak öğretmenlerin görev yaptıkları okullarla ilgili olarak orta düzeyde bağlılığa sahip oldukları söylenebilir.

Öğretmenlerin Yenilik Yönetimi Yeterlilikleri ve Örgütsel Bağlılık ile İlgili Görüşlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırılması

Öncelikle bu karşılaştırmada yararlanılacak analiz tekniğine karar vermek amacıyla cinsiyet verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Normallik analizine göre Skewness ve Kurtosis değerlerinin .113 ve -.997 arasında olduğu tespit edilmiştir. Verilerin normal dağılım göstermesiyle birlikte araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık ile ilgili değerlendirmelerinin cinsiyete göre herhangi bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla ilişkisiz ölçümler için t-testi uygulanarak sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Yenilik Yönetimi Yeterlilikleri ve Örgütsel Bağlılık ile İlgili Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (T-Testi)

Cinsiyet	N	$\bar{x}$	s.s.	t	s.d.	p
Yenilik-Kadın	206	3,62	1,001	,672	388	,502
Yenilik-Erkek	184	3,68	,886			
Bağlılık-Kadın	206	2,95	,488	1,267		,206
Bağlılık-Erkek	184	3,01	,495			

Tablo 5'e göre, araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri görüşleri ile ilgili ortalama puan değerleri kadın öğretmenler için 3,62; erkek öğretmenler için ise 3,68 olarak hesaplanmıştır. Kadın ve erkek öğretmenlerin örgütsel yenilik yönetimi değerlendirmelerinin benzer olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bu puan farkı istatistiksel olarak da anlamlı bulunmamıştır $t(388)=0,672$; ($p>0,05$). Araştırmaya katılan öğretmenlerin örgütsel bağlılık görüşleri ile ilgili ortalama puan değerleri kadın öğretmenler için 2,95; erkek öğretmenler için ise 3,01 olarak hesaplanmıştır. Kadın ve erkek öğretmenlerin örgütsel bağlılık ile ilgili değerlendirmelerinin birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bu puan farkı istatistiksel olarak da anlamlı bulunmamıştır $t(388)=1,267$; ($p>0,05$). Araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık ile ilgili görüşleri cinsiyete göre değişiklik göstermemektedir.

Öğretmenlerin Yenilik Yönetimi Yeterlilikleri ve Örgütsel Bağlılık ile İlgili Görüşlerinin Mesleki Deneyime Göre Karşılaştırılması

Bu karşılaştırmada uygulanacak analiz tekniğine karar vermeden önce mesleki deneyim verileri ile ilgili normallik testi uygulanmıştır. Buna göre Skewness ve Kurtosis değerlerinin .177 ve -1.027 arasında değiştiği görülmüştür. Araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık ile ilgili görüşlerinin mesleki deneyimlerine göre herhangi bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla ilişkisiz ölçümler için tek yönlü Anova testi uygulanarak sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6'ya göre, araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri ile ilgili görüşlerinin mesleki deneyimlerine göre farklılaşmadığı ortaya çıkmıştır ($p>0,05$). Yine analiz sonuçlarına göre araştırmaya katılan öğretmenlerin örgütsel bağlılık ile ilgili görüşlerinin mesleki deneyimlerine göre farklılaşmadığı ortaya çıkmıştır ($p>0,05$). Dolayısıyla Araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık ile ilgili görüşleri mesleki deneyimlerine göre değişiklik göstermemektedir.

Tablo 6. Yenilik Yönetimi Yeterlilikleri ve Örgütsel Bağlılık ile İlgili Görüşlerinin Mesleki Deneyime Göre Karşılaştırılması (Anova Testi)

		Kareler Top.	sd	Kareler Ort.	F	p
Yenilik Yönetimi	Gruplararası	4,254	4	1,064	1,185	,317
	Grup içi	345,432	385	,897		
	Toplam	349,687	389			
Örgütsel Bağlılık	Gruplararası	,988	4	,247	1,021	,396
	Grup içi	93,209	385	,242		
	Toplam	94,197	389			

Öğretmenlerin Yenilik Yönetimi Yeterlilikleri ve Örgütsel Bağlılık ile İlgili Görüşlerinin Okul Türüne Göre Karşılaştırılması

Öncelikle okul türü ile ilgili verilerin normal dağılım varsayımını sağlayıp sağlamadığını ortaya çıkarmaya yönelik normallik analizi uygulanmıştır. Normallik analizine göre Skewness ve Kurtosis değerlerinin -.238 ve -1.053 arasında değiştiği görülmüştür. Araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık ile ilgili çalıştıkları okul türüne göre herhangi bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla ilişkisiz ölçümler için t-testi uygulanarak sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Öğretmenlerin Yenilik Yönetimi Yeterlilikleri ve Örgütsel Bağlılık ile İlgili Görüşlerinin Okul Türüne Göre Karşılaştırılması (T-Testi)

Okul Türü	N	$\bar{x}$	s.s.	t	s.d.	p
Yenilik-İlköğretim	172	3,84	,854	3,663	388	,000
Yenilik-Lise	218	3,50	,990			
Bağlılık-İlköğretim	172	3,07	,534	3,078		,002
Bağlılık-Lise	218	2,91	,445			

Tablo 7’ye göre, araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri görüşleri ile ilgili ortalama puan değerleri ilköğretim türünde görev yapan öğretmenler için 3,84; lise türünde görev yapan öğretmenler için ise 3,50 olarak hesaplanmıştır. İlköğretim ve lise türünde görev yapan öğretmenlerin örgütsel yenilik yönetimi değerlendirmelerinin ilköğretimde görev yapan öğretmenlerde daha yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bu puan farkının istatistiksel olarak da anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır $t(388)=3,663$; ($p<0,05$). Araştırmaya katılan öğretmenlerin örgütsel bağlılık görüşleri ile ilgili ortalama puan değerleri ilköğretim türünde görev yapan öğretmenlerde 3,07; lise türünde görev yapan öğretmenlerde ise 2,91 olarak hesaplanmıştır. Bununla birlikte ilköğretim ve lise okul türünde görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılık ile ilgili değerlendirmeleri, ilköğretim okul türünde daha yüksek olarak ortaya çıkmıştır. Elde edilen bu puan farkı istatistiksel olarak da anlamlı bulunmuştur $t(388)=3,078$; ($p<0,05$). Bu bulgular doğrultusunda ilköğretimde görev yapan öğretmenlerin çalıştıkları okul ortamlarını diğer okul türüne göre daha yenilikçi olarak değerlendirdikleri söylenebilir. Aynı zamanda ilköğretim okul türünde görev yapan öğretmenlerin okullarına daha bağlı oldukları da ifade edilebilir.

Yenilik Yönetimi Yeterlilikleri ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi

Araştırmanın amacına yönelik olarak yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık arasında ilişki olup olmadığına yönelik olarak öğretmenlerin yenilik yönetimi ve örgütsel bağlılık değerlendirme ölçekleri ve alt boyutları ile ilgili korelasyon analizi Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Yenilik Yönetimi Yeterlilikleri ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki

Değişken	Proje Yönetimi	Örgütsel Kültür Yapısı	Yenilik Stratejisi	Girdi Yönetimi	Duygusal Bağlılık	Devam Bağlılığı	Normatif Bağlılık
Proje Yönetimi	1						
Örgütsel Kültür ve Yapı	,911**	1					
Yenilik Stratejisi	,880**	,860**	1				
Girdi Yönetimi	,768**	,735**	,815**	1			
Duygusal Bağlılık	-,197**	-,252**	-,206**	-,183**	1		
Devam Bağlılığı	,254**	,171**	,197**	,147**	,244**	1	
Normatif Bağlılık	-,005**	-,010**	-,046**	-,056**	,306**	,500**	1

** . İlişki 0.01 düzeyinde anlamlı (2-tailed)

Tablo 8’de yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre; yenilik yönetimi yeterlilikleri alt boyutlarından olan proje yönetiminin, örgütsel bağlılık alt boyutu olan duygusal bağlılıkla 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde ($r=-,197^{**}$, $p=0.01$); devam bağlılığıyla 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde ($r=,254^{**}$, $p=0.01$); normatif bağlılıkla 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde ($r=-,005^{**}$, $p=0.01$) ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel kültür yapısı alt boyutunun, örgütsel bağlılık alt boyutu; duygusal bağlılıkla negatif yönde ($r=-,252^{**}$, $p=0.01$); devam bağlılığıyla pozitif yönde ($r=,171^{**}$, $p=0.01$) ve normatif bağlılıkla negatif yönde ($r=-,010^{**}$, $p=0.01$) ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Yenilik yönetimi yeterliliği alt boyutu olan yenilik stratejisinin, örgütsel bağlılığın alt boyutu arasında duygusal bağlılıkla 0.01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde ($r=-,256^{**}$, $p=0.01$); devam bağlılığıyla pozitif yönde ($r=,197^{**}$, $p=0.01$) ve normatif bağlılıkla ise negatif yönde ($r=-,046^{**}$, $p=0.01$) ilişkiler olduğu görülmüştür. Bir diğer alt boyut olan girdi yönetiminin, örgütsel bağlılık alt boyutu duygusal bağlılık boyutuyla ise negatif yönde ($r=-,183^{**}$, $p=0.01$); devam bağlılığı alt boyutuyla pozitif yönde ($r=,147^{**}$, $p=0.01$) ve normatif bağlılıkla negatif yönde ($r=-,056^{**}$, $p=0.01$) ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak yenilik yönetimi yeterlilikleri alt boyutları ile örgütsel bağlılığın alt boyutu olan devam bağlılığı arasında pozitif anlamlı ilişkilere rastlandığı söylenebilir.

Yenilik Yönetimi Yeterliliklerinin Örgütsel Bağlılığa Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Araştırmanın amacı çerçevesinde yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılığa herhangi bir etkisinin olup olmadığının ortaya çıkarılması için regresyon analizi uygulanmış ve Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9. Yenilik Yönetimi Yeterliliklerinin Örgütsel Bağlılığa Etkisi

	Standardize Edilmemiş Beta	Standardize Edilmiş Beta	t	p
Sabit	3,043		30,611	,000
Örgütsel Bağlılık	,016	,031	,604	,547
p=.547 F(1; 388)=,364 R ² =.002				

Tablo 9'da yer alan regresyon modelinde yenilik yönetimi görüşlerinin örgütsel bağlılığa etkisi ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. İlgili regresyon modelinin anlamlı olmadığı ortaya çıkmıştır (p>,005). Aynı zamanda yenilik yönetiminin örgütsel bağlılığa etkisi ile ilgili regresyon katsayıları anlamlı bulunmamıştır (p=.547; F(1; 388)=,364; R²=.002). Dolayısıyla yenilik yönetimi yeterliliklerinin, örgütsel bağlılığa bütünsel bir etkisinin bulunmadığı söylenebilir. Ancak yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılığa alt boyutları bakımından ayrı biçimde etkisinin araştırılması uygun görülmüştür.

Araştırma soruları çerçevesinde yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılığın alt boyutları olan duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılığa herhangi bir etkisinin olup olmadığının araştırılması için çoklu regresyon analizi uygulanarak Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 10. Yenilik Yönetimi Yeterliliklerinin Örgütsel Bağlılık Alt Boyutlarına Etkisi

	Standardize Edilmemiş Beta	Standardize Edilmiş Beta	t	p
Sabit	3,162		10,025	,000
Duygusal Bağlılık	-,399	-,268	-5,367	,000
Devam Bağlılığı	,644	,345	6,279	,000
Normatif Bağlılık	-,135	-,114	-2,037	,004
p=,000 F(3; 386)=20,605 R ² =.138				

Tablo 10'da yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılığın alt boyutlarına olan etkisinin araştırıldığı regresyon modeli ve değişkenlerin regresyon katsayılarıyla ilgili analiz sonuçları ortaya çıkarılmıştır. Çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılık alt boyutlarına etkisiyle ilgili modelin anlamlı olduğu görülmüştür (p<,005). Bununla birlikte yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılığın alt boyutlarına etkisi ile ilgili regresyon katsayıları da anlamlı bulunmuştur (p<,005; F(3; 386)=20,605; R²=.138). Standardize edilmiş regresyon katsayılarına göre değişkenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri üzerindeki göreceli önem sırası; duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı olarak görülmektedir. Duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık birlikte yenilik yönetimi yeterliliklerindeki toplam varyansın yaklaşık %14'ünü açıklamaktadır. Dolayısıyla yenilik yönetimi yeterliliklerinin duygusal bağlılığı, devam bağlılığını ve normatif bağlılığı etkilediği söylenebilir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu araştırma MEB’de görev yapan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri ile ilgili görüşleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır. Yapılan analizler ile birlikte araştırmanın amacı doğrultusunda bazı sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterliliklerini, orta düzeyde değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Yenilik yönetimi yeterlilikleri alt boyutları ile ilgili ise en yüksek puan “Örgütsel Kültür ve Yapı” alt boyutunda değerlendirilirken en düşük puan ise; “Girdi Yönetimi” alt boyutunda değerlendirilmiştir. Dolayısıyla öğretmenlerin örgütsel yenilik yönetimi ile ilgili görüşlerinin genel olarak olumlu olduğu diğer bir ifade ile çalıştıkları eğitim kurumunun yenilik yönetimi yeterliliklerini genellikle orta olarak ifade ettikleri söylenebilir. Öztürk’ün (2017), araştırmasında okul müdürlerinin yenilik yönetimi yeterlilikleri öğretmenler tarafından örgütsel kültür ve yapı, yenilik yönetimi ve yenilik stratejisi boyutunda iyi olarak değerlendirilirken girdi yönetimi boyutunda orta düzeyde değerlendirilmiştir. Dönmez (2018) çalışmasında, aynı şekilde en fazla örgütsel kültür ve yapı, en az ise girdi yönetimi alt boyutlarına önem verildiğini tespit etmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, okullardaki kültürel yapının yenilikçi yaklaşımlar benimsediğini ancak uygulamada bazı eksikliklerin olduğuna işaret ettiğini söylemek mümkündür. Smith, Busi, Ball ve Meer (2008) de örgütsel yenilik yönetiminde teknoloji, bilgi yönetimi ve AR-GE’nin önemli olduğunu savunmaktadır. Diğer bir ifade ile yenilikçi ortamların yaratılmasında belirli altyapıya sahip olmak gerekmektedir. Akomolafe’e göre (2011), okullardaki yenilik yönetimi üretkenliği artırmaktadır. Dolayısıyla yenilik yönetimi yeterlilikleriyle ilgili eksikliklerin giderilmesi örgütsel verimliliği de artıracaktır (Read, 2000).

Araştırmaya katılan öğretmenlerin örgütsel bağlılık seviyelerini, orta düzeyde değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel bağlılık alt boyutları ile ilgili ise en yüksek puan “Devam Bağlılığı” alt boyutunda değerlendirilirken en düşük puan ise; “Duygusal Bağlılık” alt boyutunda değerlendirilmiştir. Dolayısıyla öğretmenlerin örgütsel bağlılık ile ilgili görüşlerinin genel olarak olumlu olduğu diğer bir ifade ile çalıştıkları eğitim kurumuna bağlılıklarının genellikle orta seviyede olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra öğretmenlerin görev yaptıkları okullara bağlılıklarının düşük düzeyde olduğu ve maddi yükümlülükleri sebebiyle örgütte kalma eğiliminde oldukları söylenebilir. Öğretmenlerin genel olarak okullarına karşı duygusal bağlılık hissetmedikleri sonucuna ulaşılabilir. Demir (2013) çalışmasında; örgütsel bağlılık seviyelerinin devam bağlılığı alt boyutunda yüksek olduğunu yani bağlılıklarının orta düzeyde olduğunu tespit etmiştir. Gören (2012) araştırmasında öğretmenlerin bağlılıklarını zayıf düzeyde tespit etmiştir. Sezgin (2010) çalışmasında bürokratik örgüt yapısı ile devam bağlılığı arasında ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Görüldüğü gibi konuyla ilgili yapılan bazı araştırmalar da bu araştırmanın sonucunu destekler niteliktedir. Öğretmenlerin, yenilik yönetimi yeterliliklerini de orta düzeyde değerlendirdikleri göz önünde bulundurulduğunda yenilikçi ortam seviyesine paralel olarak bağlılık düzeyinin gerçekleştiği söylenebilir. Karaca (2019) okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterliliklerinin, öğretmenlerin görev ve sorumlulukları benimsemelerinde önemli olduğunu belirtmektedir. Yeniliği destekleyen okullarda öğretmenlerin işlerini isteyerek yapmalarının okula karşı bağlılıkları da geliştiği söylenebilir.

Öğretmenlerin yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık ile ilgili görüşlerinin cinsiyet ve mesleki deneyime göre farklılaşmadığı ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra öğretmenlerin çalıştıkları okul türüne göre yenilik yönetimi ve örgütsel bağlılık ile ilgili görüşlerinin farklılaştığı ve bu farklılığın ilköğretim türü gruplarında belirginleştiği ortaya çıkmıştır. Göl ve Bülbül (2012), ilköğretimde görev yapan öğretmenlerin okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterlilikleri ile ilgili görüşlerinin cinsiyete göre farklılaşmadığını tespit etmiştir. Ömür (2014), yenilik yönetimi

yeterlilikleriyle ilgili öğretmen görüşlerinin cinsiyete göre farklılaşmadığını tespit etmiştir. Benzer şekilde Nartgün ve Menep (2010) ve Akar (2014) çalışmalarında, öğretmenlerin bağlılık düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşmıştır. Araştırma sonucunu destekler nitelikte bir başka çalışma; Karataş, Gök ve Özçetin (2015) tarafından gerçekleştirilerek yenilik yönetimi yeterliliklerinin okul türüne göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Yine farklı bir çalışmada Birekul (2016), yenilik yönetimi ile ilgili öğretmen değerlendirmelerinin okul türüne göre farklılaştığını ortaya çıkararak lise okul türüne karşı ortaokul türü lehine gerçekleştiğini tespit etmiştir. Elde edilen bu farklılığın okulöncesinden üniversiteye doğru öğretmenlerde azalan sahiplenme duygusundan kaynaklandığı belirtilmiştir. Bir alt düzeydeki eğitim kademesinde sınıfa olan aitlik hissi yüksek olduğundan öğretmen-yönetici işbirliği çerçevesinde sınıfa yapılan yenilikçi kaynakların katkısının daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Öğrencilerin yaratıcılığının geliştirilmesi için daha kritik yaşlar ortaöğretim dönemine denk gelmektedir. Dolayısıyla okul çevresinin bu duruma uygun yenilikçi yaklaşımla donatılmasının bu farklılığın başka bir nedeni olarak düşünülebilir.

Yenilik yönetimi yeterlilikleri ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre; yenilik yönetimi yeterliliklerinin alt boyutları olan “proje yönetimi, örgütsel kültür ve yapı, yenilik stratejisi ve girdi yönetimi” nin örgütsel bağlılık alt boyutlarından “devam bağlılığı” ile arasında çok düşük pozitif ilişkilere rastlanırken; “duygusal bağlılık ve normatif bağlılık” boyutları ile arasında düşük negatif yönde ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifadeyle yenilik yönetimi yeterlilikleri alt boyutları ile sadece örgütsel bağlılığın alt boyutu olan devam bağlılığı arasında pozitif anlamlı ilişkiler olduğu ortaya çıkmıştır. Dönmez (2018), yenilik yönetimi yeterlilikleri ile öğretmenlerin örgütsel bağlılık arasında orta düzeyde ilişkiye rastlamıştır. Argon, İsmetoğlu ve İşeri (2015), lisede görev yapan öğretmenlerin, değerler yönetimi ve yenilik yönetimi yeterlilikleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak yaptığı çalışmada anlamlı ilişkilere rastlanmamıştır. Bulundukları okula yönelik değer algılarının yenilik yönetimi yeterlilikleri ile ilişkili olmadığını ortaya çıkarmıştır. Yenilik yönetimi ile örgütsel bağlılığın araştırıldığı farklı çalışmalarda farklı sonuçların elde edildiği görülmektedir. Bu anlamda farklı unsurların söz konusu ilişkiyi belirleyebildiği düşünülmektedir. Bazı çalışmalar, yenilik yönetimi ile ilgili yeterlilikleri ile öğretmenlerin kurumda çalışmalarını sürdürmelerini maddi unsurlarla ilişkilendirmektedir. Gilad-Hai ve Somech (2016) okullardaki yenilik faaliyetlerinin olumsuzlukları azalttığını ifade etmektedir. Könings, Gruwell ve Merriënboer (2006) ve Koch, Binnewies ve Dormann (2015) de benzer şekilde yenilik yönetimi yeterliliklerinin öğretmen davranışlarında olumlu gelişmelere katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bayrakçı ve Eraslan (2014), yenilik yeterliliklerinin olumlu iletişimi geliştirdiğini ifade etmektedir. Böylece öğretmenlerin görev yaptıkları okulla ilgili bağlılık düzeylerinin de daha olumlu hale gelebileceği düşünülebilir.

Yenilik yönetimi yeterliliklerinin örgütsel bağlılığın alt boyutları olan duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılığı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre okuldaki yenilik yönetiminin, öğretmenlerin kurumlarında kalma niyetlerini etkilediğini söylemek mümkündür. Ayı zamanda yeniliğin desteklendiği okul ortamlarında memnuniyetin yüksek olmasının okula karşı duygusal bağları da güçlendirmesi beklenmektedir (Jafri, 2010; Akomolafe, 2011; Dönmez, 2018). Park (2012), okul yöneticilerinin yeniliği desteklemesinin örgütte davranış ve tutumları olumlu yönde etkilediğini vurgulamaktadır. O halde yenilikçi okul tutumunun öğretmenlerin bağlılıkla ilgili tutumlarını da olumlu düzeyde etkilediği söylenebilir. Bu nedenle okullarda yenilikçi çalışma fırsatlarının yaratılması gerekmektedir (Kurtuluş, 2012).

Bilgi toplumunun en değerli sermayesi, beşerî sermaye olarak dikkat çekmektedir. Günümüz dijital çağa dönüşüm sürecinde ise beşerî sermayenin yeni teknolojiler ve teknolojik becerileri ile birleştirilmesi önem kazanarak insan sermayesinin değeri artmaya devam etmektedir. Yenilik ve

dönüşüm odaklı yaklaşıma göre kurum ve kuruluşların insan kaynaklarına yapacağı yatırım örgütsel başarılarını ve bu başarıyı sürdürebilmeleri açısından son derece önemli görülmektedir.

Araştırma sonuçları doğrultusunda eğitim örgütlerinin yenilik yönetimi yeterliliklerinin, örgütte görev yapan öğretmenlerin bağlılık seviyelerini etkilediğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla eğitim örgütlerinde yenilikçi faaliyetlerin geliştirilmesinin öğretmenlerin okula karşı bağlılıklarını artırarak örgütün bütünsel başarısına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Diğer bir ifade ile yetenekli insan kaynağına ulaşmanın yolu yenilikten ve yeni becerilerden geçmektedir. Yetenekli insan kaynağına sahip olmak ve örgütte sürekliliğini sağlamanın yolunun yenilikçi ortamlara bağlı olduğu söylenebilir. Bu bağlamda okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterliliklerinin yüksek düzeyde olması beklenmektedir. Okul yöneticilerinin hem öğretmenler hem de öğrenciler için yaratıcılığı ortaya çıkarabilecekleri ortamları hazırlamaları gerekmektedir. Böylece örgüt amaçlarıyla bütünleşerek yeniliklerin ortaya çıkarılması sağlanabilir. Okullarda yenilikçi alt yapı imkânlarının sağlanmasının öğretmen ve öğrenci memnuniyetini artırarak örgüte bağlılıklarını güçlendireceği düşünülmektedir. Yine de yapılacak olan diğer araştırmalar ile bu durumun tekrardan değerlendirilmesi uygun olacaktır. Ayrıca farklı örneklem grupları ile benzer çalışmaların yapılması ve bu çalışma ile karşılaştırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Açar, A. and Toy, B. Y. (2022). Economic and Political Analysis of Initial Teacher Education from Consensus and Conflict Perspectives in Documents of International Institutions. *Uluslararası Eğitim Programları ve Öğretim Çalışmaları Dergisi*, 12(1), 113-146.
- Ada, N., Alver, I. ve Atlı, F. (2008). Örgütsel iletişimin örgütsel bağlılık üzerine etkisi: Manisa organize sanayi bölgesinde yer alan ve imalat sektörü çalışanları üzerinde yapılan bir araştırma. *Ege Academic Review*, 8(2), 487-518.
- Adair, J. (2008). *Yenilikçi Liderlik*. İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.
- Akal, Z. (2003). Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulu, Performans kavramları ve performans yönetimi, Milli Prodüktivite Merkezi, Ankara.
- Akar, H. (2014). Okul yöneticilerinin örgütsel bağlılıklarının incelenmesi. *Journal of Social Sciences/Sosyal Bilimler Dergisi* 4(8), 2146-4561.
- Akomolafe, C. O. (2011). Managing innovations in educational systems in Nigeria: A focus on creating and sustenance of culture of innovation. *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies*, 2(1), 47-52.
- Allen, N. J. and Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49(3), 252-276.
- Argon, T., İsmetoğlu, M. ve İşeri, B. (2014). Okul yöneticilerinin değerlere göre yönetimleri ile yenilik yönetimlerine yönelik öğretmen görüşleri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 111-119.
- Balay, R. (2000). *Özel ve resmi liselerde yönetici ve öğretmenlerin örgütsel bağlılığı (Ankara ili örneği)*, (DoktoraTezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Barker, A. (2002), *Yenilikçiliğin simyası*, Ahmet Kardam (Çev.). İstanbul: MESS Yayınları.
- Başol, G. ve Yalçın, B. (2009). *Eğitim örgütlerinde Meyer ve Allen üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışması*. 5th International Balkan Educational and Science Congress Full Text Book, 2, 497-507.

- Bayrakçı, M. ve Eraslan, F. (2014). Ortaöğretim okul yöneticilerinin inovasyon yeterlilikleri. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (28), 96-135.
- Bayram, L. (2005). Yönetimde yeni bir paradigma: Örgütsel bağlılık. *Sayıştay dergisi*, (59), 125-139.
- Birekul, M. (2016). Öğretmenlerin yenilik yönetimine ilişkin yeterlikleri. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(3), 181-201.
- Boylu, Y., Pelit, E. ve Güçer, E. (2007). Akademisyenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerine bir araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44(511), 55-74.
- Brown, L. A. (1966). *Diffusion dynamics: a review and revision of the quantitative theory of the spatial diffusion of innovation*. Northwestern University.
- Büyükköztürk, Ş. (2009). *Manual of data analysis for social sciences*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cohen, L., Manion, L. and Morrison, K. (2000). *Research methods in education*, Erkan Dinç and Kasım Kiroğlu (Çev.), Ankara: Pegem Akademi.
- Çetiner, N. ve Özdemir, M. (2022). Sosyal Medyada Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Personel Güçlendirme ve İş Tatmini Arasındaki İlişki Üzerinde Düzenleyici Etkisi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 14(26), 201-227.
- Damanpour, F. and Wischnevsky, J. D. (2006). Research on innovation in organizations: Distinguishing innovation-generating from innovation-adopting organizations, *Journal of Eng. Technology Management*, 23, 269–291.
- Demir, B. (2013). *Okul yöneticilerinin örgütsel bağlılık düzeyleri, İzmir ili örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Demir, C. ve Öztürk, U. (2011), Örgüt kültürünün örgütsel bağlılık üzerine etkisi ve bir uygulama, *Dokuz Eylül İ.İ.B.F Dergisi*, 25(1), 17-41.
- Doğan, S. ve Kılıç, S. (2007). Örgütsel bağlılığın sağlanmasında personel güçlendirmenin yeri ve önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, 37-61.
- Dönmez, E. (2018). *Okul müdürlerinin örgütsel yenilik yönetimi davranış düzeyi ile öğretmenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişki*, (Yüksek Lisans Tezi). Sıtkı Koçman Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Muğla.
- Durna, U. (2002). *Yenilik yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Drucker P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. London: Pan Books Ltd.
- Elçi, Ş. (2005). *İnovasyon, kalkınmanın ve rekabetin anahtarı*. Ankara: Meteksan Bilişim Grubu ve BT Haber Ortak Yayını.
- Gilad-Hai, S. and Somech, A. (2016). The day after: The organizational consequences of innovation implementation in experimental schools, *Journal of Educational Administration*, 54(1), 19-40.
- Göl, E. ve Bülbül, T. (2012). İlköğretim okulu yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterliklerine ilişkin öğretmen algıları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(2), 97-109.
- Gören, T. (2012). *İlköğretim kurumlarında görev yapan yönetici ve öğretmenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri (Aydın ili örneği)*, (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- İraz, R. (2005). *Girişimcilik ve KOBİ'ler yaratıcılık ve yenilik bağlamında*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

- Jafri, M. H. (2010). Organizational commitment and employee's innovative behavior: A study in retail sector. *Journal of Management Research*, 10(1), 62-68.
- Karaca, B. (2019). *Okul yöneticilerinden ilkökul müdürlerinin yenilik yönetimi yeterliliklerine ilişkin öğretmen algıları: İstanbul ili Beykoz ilçesi örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karasar, N. (2006). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel yayın Dağıtım.
- Karataş, S., Gök, R. ve Özçetin, S. (2015). Okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterliklerine ilişkin öğretmen algıları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(33), 167-185.
- Kayış, A. (2005). Güvenilirlik analizi. (Ed: Şerif Kalaycı). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın-Dağıtım.
- Koch, A., Binnewies, C. and Dormann, C. (2015). Motivating innovation in schools: School principals' work engagement as a motivator for schools' innovation. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 24(4), 505-517.
- Koç, H. (2009). Örgütsel bağlılık ve sadakat ilişkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28), 200-211.
- Könings, K. D., Gruwell, S. B. and Merrieboer, J. G. (2006). Teachers' perspectives on innovations: implications for educational design, *Teaching and Teacher Education*, 23(6), 985-997.
- Kurtuluş, M. F. (2012). *Eğitimde inovasyon: Öğretmen ve öğrencilerin inovasyona bakışı ve yeterliliğinin sorgulanması*, (Yüksek lisans tezi). Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Gebze.
- Nartgün, Ş. S. ve Menep, İ. (2010). İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel bağlılığa ilişkin algı düzeylerinin incelenmesi: Şırnak/İdil örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(1), 288-316.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1984). Testing the "side-bet theory" of organizational commitment: Some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 372-378.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace, theory, research and application*. Thousand Oaks, London, New Delhi.
- Mogee, M. E. and Schacht, W. H. (1980). *Industrial Innovation: Major Issues System*. Issue Brief No: 1B80005. Washington, DC: Library of Congress, Congressional Research Service.
- Mowday, R. T., Steers, R. M. and Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224-247.
- Naktiyok, A. (2007). Yenilik yönelimi ve örgütsel faktörler. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 211-230.
- Oslo Kılavuzu, (2005). *Yenilik verilerinin toplanması ve yorumlanması için ilkeler* (3. Baskı). Ankara: Tübitak Yayınları.
- Ömür, Y. E. (2014). *Lise yöneticilerinin yenilik yönetimi becerileri ile okullardaki örgütsel öğrenme mekanizmalarına yönelik öğretmen görüşleri*, (Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Öztürk, M. (2017). *İlkökul müdürlerinin yenilik yönetimi yeterliklerine ilişkin öğretmen algıları: İstanbul İli Avcılar İlçesi örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüleri, İstanbul.

- Park, J. (2012). The effects of principal's leadership style on support for innovation: evidence from Korean vocational high school change. *Asia Pacific Education Review* March, 13(1), 89-102.
- Peters, T. J. and Waterman, R. H. (1982). *In search of excellence: Lessons from America's best-run companies* (360). New York: Harper & Row.
- Randall, D. M. (1987). Commitment and the organization: The organization man revisited. *Academy of management Review*, 12(3), 460-471.
- Read, A. (2000). Determinants of successful organisational innovation: a review of current research. *Journal of management practice*, 3(1), 95-119.
- Schumpeter, A. J. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sezgin, F. (2010). Öğretmenlerin örgütsel bağlılığının bir yordayıcısı olarak okul kültürü. *Eğitim ve Bilim*, 35(156).
- Smith, M., Busi, M., Ball, P. and Van der Meer, R. (2008). Factors influencing an organisations ability to manage innovation: Astructured literature review and conceptual model. *International Journal of Innovation Management*, 12(4), 655-676.
- Tabachnick, B. G. and Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. 6th Edn., Boston: Pearson Education.
- Timuroğlu, M. K. (2015). Örgütsel ve çevresel faktörlerin örgütsel yenilik üzerine etkisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 41-68.
- Tushman, M. and Nadler, D. (1986). Organizing for innovation. *California Management Review*, 28(3), 74-92.
- Varoğlu, D. (1993). *Kamu sektörü çalışanlarının işlerine ve kuruluşlarına karşı tutumları, bağlılıkları ve değerleri*, (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Wasti, S.A. (2000). *Meyer ve Allen üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlilik ve güvenirlik analizi*. 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, 401-410.
- Yalçın, B. (2009). *Eğitim örgütlerinde Meyer ve Allen üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışması*, (Yüksek Lisans Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Yüceler, A. (2009). Örgütsel bağlılık ve örgüt iklimi ilişkisi: Teorik ve uygulamalı bir çalışma. *Selcuk University Social Sciences Institute Journal*, (22), 446-458.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

COVID-19 Pandemi Sürecinde Birinci Basamak Sağlık Çalışanlarında Psikolojik Sıkıntı, Tükenmişlik ve Hijyen Davranışlarının İncelenmesi

Selim HARTAVİ, Yüksek Lisans Öğrencisi, Yakınoğlu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Lefkoşa KKTC, e-posta: selimhartavi@icloud.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1700-699X>

Yrd. Doç. Dr. Hande ÇELİKAY SÖYLER, Yakınoğlu Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Lefkoşa KKTC, e-posta: hande.celikay@neu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6735-1321>

Öz

Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan COVID-19, kısa zamanda tüm dünyaya yayılmıştır. Bu çalışmada COVID-19 pandemi sürecinde birinci basamak sağlık çalışanlarında psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyen davranışlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu araştırmada ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemi ise 2021-2022 tarihleri arasında amaçlı örnekleme yöntemi ile 18-65 yaş aralığı olan 401 sağlık çalışanından oluşmaktadır. Araştırmada veri toplamak için COVID-19 Psikolojik Sıkıntı Ölçeği, COVID-19 Tükenmişlik Ölçeği ve COVID-19 Hijyen Ölçeği kullanılmıştır. Bireylerde korku ve kaygı düzeyleri arttıkça şüphe, psikolojik sıkıntı, tükenmişlik düzeyleri, değişen hijyen davranışları, ev hijyeni, sosyal mesafe ve maske kullanımı, alışveriş hijyeni, el hijyeni, dışarıdan eve gelindiğinde hijyen ve COVID-19 hijyenin de arttığı gözlenmiştir. Bu sonuçlardan yola çıkarak hastane personelinin tükenmişlik, psikolojik sıkıntı ve hijyen davranışı düzeylerinin azaltılmasına yönelik çok boyutlu eğitim programları, seminerler ve kriz yönetimi politikalarını içeren eylem planlarının yapılması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık çalışanları, Psikolojik Sıkıntı, Tükenmişlik, Hijyen.

Makale Gönderme Tarihi: 16.09.2022

Makale Kabul Tarihi: 05.11.2022

Önerilen Atıf:

Hartavi, S. ve Çelikay Söyler, H. (2022). COVID-19 Pandemi Sürecinde Birinci Basamak Sağlık Çalışanlarında Psikolojik Sıkıntı, Tükenmişlik ve Hijyen Davranışlarının İncelenmesi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1603-1617.



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

2022, 5(11): 1603-1617. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1119](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1119)

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



RESEARCH PAPER

**Investigation of Psychological Distress, Burnout and Hygiene Behaviors in Primary
Health Workers During The COVID-19 Pandemia Process**

Selim HARTAVİ, MSc. Student, Near East University, Institute of Graduate Programs, Nicosia TRNC,
e-mail: selimhartavi@icloud.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1700-699X>

Assistant Prof. Dr. Hande ÇELİKAY SÖYLER, Near East University, Faculty of Arts and Sciences,
Nicosia TRNC, e-mail: hande.celikay@neu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6735-1321>

Abstract

COVID-19, which emerged in China, has spread all over the world in a short time. In this study, it is aimed to examine psychological distress, burnout and hygiene behaviors in primary health workers during the COVID-19 pandemic. Screening method was used in this research. The study sample consists of 401 healthcare workers aged 18-65 years during the 2021-2022 academic year. To collect data, COVID-19 Psychological Distress Scale, COVID-19 Burnout Scale and COVID-19 Hygiene Scale were used. As the levels of fear and anxiety increased in individuals, psychological distress and burnout levels are also increased. Also, changing hygiene behaviors, home hygiene, social distance, mask use, shopping hygiene, and hand hygiene have shown moderately positive and significantly related. Based on these results, it can be recommended to make action plans, including multidimensional training programs, seminars and crisis management policies to reduce the burnout, psychological distress and burnout levels of hospital staff.

Keywords: Health Workers, Psychological Distress, Burnout, Hygiene.

Received: 16.09.2022

Accepted: 05.11.2022

Suggested Citation:

Hartavi, S. and Çelikay Söyler, H. (2022). Investigation of Psychological Distress, Burnout and Hygiene Behaviors in Primary Health Workers During The COVID-19 Pandemia Process, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1603-1617.

GİRİŞ

İnsanlık tarih boyunca birçok salgın ile mücadele etmiştir. Bu salgınlar sonucunda ise milyonlarca insan hayatını kaybetmiştir (Hays, 2005). COVID-19, insanlığın mücadele ettiği en son salgındır (DSÖ, 2020). COVID-19 ilk olarak Aralık 2019'da Çin'in Hubei eyaleti, Wuhan şehrinde ortaya çıkmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (2020), virüsü tüm dünyaya hızla yayılması nedeniyle “dünya çapında bir salgın” olarak etiketlemiştir (Cucinotta ve Vanelli, 2020). Pandeminin ilanı ve sıradan yaşamın aksaması, belirsizlik hissi, enfeksiyon korkusu ve tehlikeli bir yerde yaşama kavramı gibi değerlendirmelere göre, pandeminin fizyolojik olduğu kadar psikolojik yansımaları da bulunmaktadır (Kaya, 2020).

COVID-19 ireylere fiziksel zarar vermesinin yanı sıra bireylerin ve toplumun psikolojik sağlığı üzerinde de zararlı etkilerinin olduğu altı çizilmektedir (Kontoangelos vd., 2020). COVID-19 pandemisinin toplum ruh sağlığı açısından küresel bir felakete yol açması beklenmektedir (Ren vd., 2020). Ayrıca, ruh sağlığı sorunlarının uzun vadede sağlık sistemlerine ve halk sağlığına enfeksiyondan daha fazla zarar verebileceği öne sürülmüştür. Travmatik olaylardan sonra gelişen ruh sağlığı sorunlarının, olayın yol açtığı fiziksel zarardan daha yaygın olduğu gözlemlense de geleneksel olarak fiziksel hasara odaklanıldığı, psikososyal etkinin arka planda kaldığı çalışmalarla vurgulanmıştır (Allsopp vd., 2019). Dünya Sağlık Örgütü'nün kayıtlarına göre sağlık çalışanları COVID-19 vakalarının %21'ini oluşturmaktadır (DSÖ, 2020). Sağlık çalışanlarının yaklaşık yarısında normal çalışma saatlerinde bile tükenmişlik, duygusal yorgunluk ve işle ilgili stres rapor edilirken salgın ve pandemi dönemlerinde yüksek oranda depresyon, anksiyete, uykusuzluk, psikolojik stres ve tükenmişlik yaşadıkları gösterilmiştir (Tang vd., 2019; Kisely vd., 2020).

Hijyen standartlarına uyulmaması ve uygun olmayan hijyen alışkanlıklarının bir sonucu olarak birçok sağlık sorunu ortaya çıkmaktadır (Legesse ve Ambelu, 2004). Bu sağlık sorunlarından biri de salgın hastalıklardır. Tarih boyunca salgın hastalıklar toplumsal yaşamın önemli bir bileşeni olmuştur. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre, yetersiz hijyen, yoksul ülkelerdeki bulaşıcı enfeksiyonların %80.0'ına neden olmaktadır (Cevizci ve Önal, 2009). İzolasyon ve iyileştirilmiş hijyen koşulları, ortaya çıktıkları alanlarda büyük ölümlere neden olan salgınlarla mücadele etmek için geleneksel olarak kullanılmaktadır (Alpago ve Alpago-Oduncu, 2020).

Tükenmişlik, bireyin motivasyon eksikliği ya da stres gibi etkenler nedeniyle işinden psikolojik olarak uzaklaşması olarak tanımlanmaktadır (Kaçmaz, 2005). Hizmet sektörü çalışanlarının tükenmişlik yaşamaya daha yatkın olduğu iyi bilinmektedir (Günüşen ve Üstün, 2010). Sağlık çalışanları da bu kategorilerden biridir (Günüşen ve Üstün, 2010). Tükenmişlik duygusuyla birlikte ortaya çıkan depresyon ve bunun sonucunda ortaya çıkan mesleki doyumsuzluk, sağlık çalışanları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Çin'in Wuhan eyaletinde 34 kurumda 1200'den fazla sağlık uzmanının katıldığı bir araştırmada, doktorların yüzde 14'ünde ve hemşirelerin yüzde 16'sında hafif ila orta şiddette depresyon belirtileri olduğu bildirilmiştir (Perlis, 2020). Başka bir araştırmaya göre, önceki salgınları atlatan sağlık çalışanlarının en az %10'unda salgın sırasında veya sonrasında anksiyete, depresyon ve somatizasyon belirtileri görülmüştür (Mak vd., 2009). COVID-19 sonrası yapılan bir çalışmada, COVID-19 tanısı alan hastalar ile çalışan sağlık çalışanları, doğrudan teması olmayan sağlık çalışanları ve sağlık çalışanı olmayan grupların ikincil travmatizasyon, anksiyete ve depresyon puanları karşılaştırıldığında COVID-19 ile doğrudan karşılaşan sağlık çalışanları ölçeklerden en yüksek puanları alırken sağlık çalışanı olmayan grubun en düşük puanları aldığı belirtilmiştir (Arpacioğlu vd., 2020). Çin'de yapılan bir araştırmada, 194 şehirdeki 1.210 sağlık çalışanına COVID-19 salgını sırasındaki depresyon, anksiyete ve uykusuzluk puanları çevrimiçi olarak sorulmuş ve katılımcıların yüzde 53,8'i COVID-19 salgınının kendilerini orta veya şiddetli düzeyde etkilediğini bildirirken, yüzde 16,5'i şiddetli depresyon belirtileri yaşadığını, yüzde 28,8'i orta veya şiddetli anksiyete belirtileri yaşadığını ve yüzde 8,1'i orta veya şiddetli stres yaşadığını söylemiştir (Pappa vd., 2020).

Bir salgın sırasında sağlık çalışanlarının hastalık konusunda eğitilmesi, kişisel koruyucu donanımlarının kullanılması ve erken dönemde enfeksiyon kontrol eğitimlerinin verilmesi sağlık çalışmalarında enfeksiyon riskini azaltmak için kritik öneme sahiptir (Korkusuz vd., 2021). Salgının

başlangıcından bu yana pek çok ülkede kişisel koruyucu donanımların yetersiz olduğu bildirilmiştir (Türk Toraks Derneği, 2020). Eğitim, sağlık ve sosyoekonomik hayatın her alanını olumsuz etkileyen bu virüs, toplumu hazırlıksız yakalayarak ekonomide, sağlıkta ve sosyal hayatta krizlere yol açmakta, mevcut düzenin yeniden şekillenmesini ve dramatik değişikliklerin yaşanmasını gerektirmektedir (Alpago ve Alpago-Oduncu, 2020). Ülkeler, COVID-19 salgınının gelişimini sınırlamak ve durdurmak için bireysel ve çevresel temizlik, sosyal izolasyon, karantina gibi önlemler uygulamaktadır (DSÖ, 2020). Kirli yüzeylerle temasın, küresel ölümlerin %20'sine neden olan bulaşıcı hastalıkların yüzde seksenine neden olduğu düşünülmektedir (Bal ve Şanlı, 2020). Yapılan araştırmalara göre temizlik uygulamaları sonucunda enfeksiyon insidansında azalma ile birlikte hastane başvurularında ve ilaç kullanımında düşüş meydana gelmektedir (Taşkiran vd., 2019).

Alan yazın incelendiğinde covid-19 ve tükenmişlik ile ilgili yapılan çalışmalara rastlanmaktadır. Fakat psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyen arasında yapılan çalışmalara rastlanmamıştır. Bu yüzden yapılacak olan bu araştırmanın hem gelecekteki bilimsel çalışmalara hem de literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Alt Problemler

1. Pandemi sürecinde birinci basamak sağlık çalışanlarında psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyenin cinsiyet açısından farklılaşmakta mıdır?
2. Pandemi sürecinde birinci basamak sağlık çalışanlarında psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyenin şu anda çalıştığı pozisyon açısından farklılaşmakta mıdır?
3. Pandemi sürecinde birinci basamak sağlık çalışanlarında psikolojik sıkıntı ve tükenmişlik düzeyleri arasında anlamlı ilişki var mıdır?
4. Pandemi sürecinde birinci basamak sağlık çalışanlarında psikolojik sıkıntı ve hijyen arasında anlamlı ilişki var mıdır?
5. Pandemi sürecinde birinci basamak sağlık çalışanlarında psikolojik sıkıntı ile tükenmişlik, hijyeni yordamakta mıdır?

Bu çalışmanın temel amacı COVID-19 pandemi sürecinde birinci basamak sağlık çalışanlarında psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyen davranışlarının incelenmesidir.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada COVID-19 pandemi sürecinde birinci basamak sağlık çalışanlarında psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyen davranışlarının incelenmesi amacıyla ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişken arasındaki değişimin varlığını ve derecesini tespit etmeye yönelik bir araştırma yöntemidir (Karasar, 2010).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni pandemi döneminde Türkiye'deki birinci basamak sağlık çalışanlarıdır. Araştırmanın örnekleme yöntemi ise amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilmiş olan 18-65 yaş aralığı olan 401 sağlık çalışanından oluşmaktadır. Amaçlı örnekleme sistematik ve rastgele seçilen durum örneklerinin araştırmanın amacı doğrultusunda amaçlı bir şekilde tasnif edilmesidir (Marshall ve Rossman, 2014).

Katılımcılara Ait Bilgiler

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımı

		F	%
Cinsiyet	Kadın	278	69,3
	Erkek	123	30,7
Eğitim durumu	Sağlık Meslek Lisesi	13	3,2
	Lisans	268	66,8
	Ön Lisans	38	9,5
	Lisans Üstü	82	20,4
Medeni durumu	Evli	214	53,4
	Bekar	161	40,1
	Boşanmış/Dul	26	6,5
	Çocuğum yok	257	64,1
Çocuk sayısı	Gebeyim	5	1,2
	1 Çocuk	118	29,4
	2 Çocuk	1	0,2
	3 ve üstü Çocuk	20	5
	Yeterli	45	11,2
Gelir durumu	Orta Derecede Yeterli	231	57,6
	Yetersiz	125	31,2
	Aile Hekimliği	166	41,4
Çalışılan birim	Toplum Sağlığı Merkezi	24	6
	Diğer	211	52,6
	Aile Hekimi	110	27,4
Çalışılan pozisyon	Yardımcı Sağlık Personeli	139	34,7
	Diğer	152	37,9
	Evet	179	44,6
Mesleki memnuniyet	Hayır	82	20,4
	Kısmen	140	34,9

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %69,3'ünün kadın, %30,7'sinin erkek olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim durumlarına bakıldığında katılımcıların %3,2'sinin sağlık meslek lisesi, %66,8'inin lisans, %9,5'inin ön lisans ve %20,4'ünün yüksek lisans eğitim durumuna sahip olduğu görülmektedir. Katılımcılardan %53,4'ü evliyen, %40,1'i bekar, %6,5'i ise boşanmış/duldur. Sahip olunan çocuk sayısına bakıldığında katılımcıların %64,1'inin hiç çocuğu olmadığı, gebe olanların oranının %1,2 olduğu, 1 çocuğu olanların %29,4, 2 çocuğu olanların %0,2, 3 ve üstü çocuğu olanların %5 oranında olduğu görülmektedir. Katılımcılarda gelir durumunu yeterli olarak değerlendirenler %11,2, orta derecede yeterli olarak değerlendirenler %57,6 ve yetersiz olarak değerlendirenler %31,2 oranındadır. Aile hekimliğinde çalışan katılımcı oranı %41,4, toplum sağlığı merkezinde çalışan katılımcı oranı %6 ve diğer yerlerde çalışan katılımcı oranı %52,6'dır. Katılımcıların %27,4'ü çalıştığı bölümde aile hekimi pozisyonunda, %34,7'si yardımcı sağlık personeli pozisyonunda ve %37,9'u diğer pozisyonlarda çalışmaktadır. Mesleğinden memnun olduğunu belirten katılımcı oranı %44,6, memnun olmayan katılımcı oranı %20,4 ve kısmen memnun olan katılımcı oranı %34,9'dur.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada Kişisel Bilgi Formu, COVID-19 Psikolojik Sıkıntı Ölçeği, COVID-19 Tükenmişlik Ölçeği ve COVID-19 Hijyen Ölçeği kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından oluşturulan Sosyo-Demografik Bilgi Formunda cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, çocuk sayısı, gelir durumu, çalıştığı birim, meslekte toplam hizmet süresi, haftalık çalışma süresi, çalıştığı bölüm ve meslekte memnuniyet durumu ile ilgili sorular yer almaktadır. Kişisel bilgi formunda toplam 11 soru yer almaktadır.

COVID-19 Psikolojik Sıkıntı Ölçeği (COVID-19- PSÖ)

Feng ve diğerleri (2020) tarafından geliştirilen COVID-19 Psikolojik Sıkıntı Ölçeği Ay ve diğerleri (2021) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Ölçek 12 maddeden oluşmaktadır ve şüphe, kaygı ve korku olmak üzere iki boyuta ayrılmıştır. Ölçeğin maddeleri beşli Likert tipi bir ölçekte derecelendirilmektedir. 1 (kesinlikle katılmıyorum) ile 5 (kesinlikle katılıyorum) arasında değişmektedir. Daha yüksek puanlar psikolojik sıkıntının daha şiddetli olduğunu göstermektedir. Cronbach's alpha değeri 0.88 olarak bulunmuştur. Anksiyete ve korku alt ölçeğinin Cronbach katsayısı 0.74, Şüphe alt ölçeğinin Cronbach katsayısı 0.87'dir. Bu çalışmada Cronbach alpha değeri 0.92 olarak bulunmuştur.

COVID-19 Tükenmişlik Ölçeği (COVID-19-TÖ)

Tükenmişlik Kriteri-Kısa Versiyonunda uyarlanan COVID-19 Tükenmişlik Ölçeği on maddeden oluşmaktadır (Malach-Pines, 2005). Ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik katsayısı .89 olarak bulunmuştur. Ölçek Yıldırım ve Solmaz (2020) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. "İşiniz" ifadesinin "COVID-19" ile değiştirilmesi gibi orijinal öğelerin ifade ve yanıt yapısı COVID-19-BS'ye uyacak şekilde güncellenmiştir. "Genel olarak COVID-19'u düşündüğünüzde ne sıklıkla umutsuz hissediyorsunuz?" örnek sorudur. Her madde, 1'i "hiçbir zaman" ve 5'i "her zaman" olmak üzere 5'li Likert tipi bir ölçekte derecelendirilmektedir. Toplam puan, on maddenin tümü bir araya getirilerek hesaplanmaktadır ve 10 ile 50 arasında değişebilmektedir. Daha yüksek puan, COVID-19 ile ilgili daha yüksek düzeyde tükenmişlik seviyesi anlamına gelmektedir. Toplam puan için Cronbach alfa güvenirlik katsayısı 0.90 olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada Cronbach alpha değeri 0.95 olarak bulunmuştur.

COVID-19 Hijyen Ölçeği (COVID-19- HÖ)

Ölçek Çiçek ve diğerleri (2020) tarafından geliştirilmiştir. Covid 19 salgını sırasında kişilerin kişisel ve genel hijyen alışkanlıklarını öğrenmek için oluşturulmuştur. Ölçekte toplam 27 soru bulunmaktadır. Altı alt boyuta ayrılmıştır. Ölçeğin alt boyutları şu şekildedir: 1. Salgınla Değişen Hijyen Davranışları, 2. Ev Hijyeni, 3. Sosyal Mesafe ve Maske Kullanımı, 4. Alışveriş Hijyeni, 5. El Hijyeni ve 6. Dışarıdan Eve Gelmiş Hijyeni. Ölçeğin puanlanmasında 5'li Likert tipi bir derecelendirme sistemi kullanılmıştır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 27, en yüksek puan 135'dir.

Ölçek geneli Cronch alpha değeri .90 olarak bulunmuştur. Ölçek alt boyutları için Cronbach alpha değeri Değişen Hijyen Davranışları için 0.74, Ev Hijyeni için 0.69, Sosyal Mesafe ve Maske Kullanımı için 0.68, Alışveriş Hijyeni için 0.74, El Hijyeni için 0.70 ve Dışarıdan Eve Gelindiğinde Hijyen için 0.69 şeklinde hesaplanmıştır. Bu çalışmada Cronbach alpha değeri 0.83 olarak bulunmuştur.

Veri Analizi

COVID-19 psikolojik sıkıntı, COVID-19 tükenmişlik ve COVID-19 hijyen puanlarının dağılımını belirlemek için çarpıklık ve basıklık katsayılarını temel alınmıştır. Çarpıklık ve basıklık katsayı değerleri +1,5 ve -1,5 aralığında bulunan puanların normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2007).

Çalışmanın verileri istatistiksel açıdan analiz edilirken SPSS (sosyal bilimler için istatistik programı) programı kullanılmıştır. Çarpıklık ve basıklık katsayı değerleri +1,5 ve -1,5 aralığında olduğu için normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir. Bu yüzden parametrik testler tercih edilmiştir. Psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyen puanlarını ikili kategorili değişkenlere göre karşılaştırmak için bağımsız örneklem t-testi; ikiden fazla kategorili değişkenler göre ise tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyen puanları arasındaki ilişkileri incelemek için Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyen üzerindeki etkisini belirlemek için doğrusal regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların Psikolojik Sıkıntı, Tükenmişlik ve Hijyen ölçeklerinden aldıkları puanların analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyet Durumuna Göre COVID-19 Psikolojik Sıkıntı, COVID-19 Tükenmişlik ve COVID-19 Hijyen Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Cinsiyet	N	Ort.	Ss.	t	P
Korku ve Kaygı	Kadın	278	18,1	4,99	1,47	0,14
	Erkek	123	17,28	5,41		
Şüphe	Kadın	278	21,17	6,59	2,00	0,04
	Erkek	123	19,71	7,02		
Psikolojik Sıkıntı	Kadın	278	39,26	10,69	1,91	0,05
	Erkek	123	36,98	11,63		
Tükenmişlik	Kadın	278	30,71	11,39	1,43	0,15
	Erkek	123	28,93	11,32		
Değişen Hijyen Davranışları	Kadın	278	21,36	5,60	2,41	0,01
	Erkek	123	19,86	6,06		
Ev Hijyeni	Kadın	278	14,36	4,00	3,68	0,00
	Erkek	123	12,73	4,24		
Sosyal Mesafe ve Maske Kullanımı	Kadın	278	15,5	3,94	1,49	0,13
	Erkek	123	14,81	4,40		
Alışveriş Hijyeni	Kadın	278	13,22	4,35	2,32	0,02
	Erkek	123	12,11	4,49		
El Hijyeni	Kadın	278	16,1	4,06	2,12	0,03
	Erkek	123	15,15	4,29		
Dışarıdan Eve Gelindiğinde Hijyen	Kadın	278	10,94	3,09	3,12	0,00
	Erkek	123	9,88	3,19		
Hijyen	Kadın	278	98,78	23,9	2,72	0,00
	Erkek	123	91,47	26,36		

p<0,05

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların cinsiyet durumuna göre şüphe, psikolojik sıkıntı, değişen hijyen davranışları, ev hijyeni, alışveriş hijyeni, dışarıdan eve gelindiğinde hijyen ve hijyen puan

ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır ($p<0,05$). Bununla birlikte bu boyutlarda kadın puan ortalamalarının erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların cinsiyet durumuna göre korku ve kaygı, tükenmişlik, sosyal mesafe ve maske kullanımı puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Bununla birlikte bu boyutlarda kadın ve erkek puan ortalamalarının benzer olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Şu anda Çalıştığı Pozisyon Durumuna Göre COVID-19 Psikolojik Sıkıntı, COVID-19 Tükenmişlik ve COVID-19 Hijyen Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Çalıştığı Birim	N	Ort.	Ss.	F	P
Korku ve Kaygı	Aile Hekimliği	166	19,56	4,65	18,31	0,00
	Toplum Sağlığı Merkezi	24	18,08	4,55		
	Diğer	211	16,47	5,16		
Şüpheli	Aile Hekimliği	166	22,26	6,60	7,62	0,00
	Toplum Sağlığı Merkezi	24	19,79	7,35		
	Diğer	211	19,61	6,59		
Psikolojik Sıkıntı	Aile Hekimliği	166	41,82	10,46	13,40	0,00
	Toplum Sağlığı Merkezi	24	37,88	10,84		
	Diğer	211	36,08	10,87		
Tükenmişlik	Aile Hekimliği	166	32,86	11,70	8,23	0,00
	Toplum Sağlığı Merkezi	24	28,71	10,34		
	Diğer	211	28,21	10,84		
Değişen Hijyen Davranışları	Aile Hekimliği	166	21,81	5,46	4,63	0,01
	Toplum Sağlığı Merkezi	24	21,92	5,23		
	Diğer	211	20,08	5,99		
Ev Hijyeni	Aile Hekimliği	166	14,1	4,14	1,88	0,15
	Toplum Sağlığı Merkezi	24	15,04	2,91		
	Diğer	211	13,54	4,23		
Sosyal Mesafe ve Maske Kullanımı	Aile Hekimliği	166	16,46	3,59	14,48	0,00
	Toplum Sağlığı Merkezi	24	16,04	3,78		
	Diğer	211	14,28	4,25		
Alışveriş Hijyeni	Aile Hekimliği	166	13,26	4,40	2,99	0,05
	Toplum Sağlığı Merkezi	24	14,29	3,92		
	Diğer	211	12,42	4,44		

	Aile Hekimliği	166	16,7	3,69		
El Hijyeni	Toplum Sağlığı Merkezi	24	17	3,16	9,56	0,00
	Diğer	211	14,97	4,42		
	Aile Hekimliği	166	10,89	3,17		
Dışarıdan Eve Gelindiğinde Hijyen	Toplum Sağlığı Merkezi	24	11,42	2,18	2,48	0,08
	Diğer	211	10,3	3,21		
	Aile Hekimliği	166	100,7	23,86		
Hijyen	Toplum Sağlığı Merkezi	24	103,75	19,52	6,33	0,00
	Diğer	211	92,44	25,65		

$p<0,05$

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların şu anda çalıştığı pozisyon durumuna göre korku ve kaygı, şüphe, psikolojik sıkıntı, tükenmişlik, değişen hijyen davranışları, sosyal mesafe ve maske kullanımı, alışveriş hijyeni, el hijyeni ve hijyen puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır ($p<0,05$). Bununla birlikte, korku ve kaygı, şüphe ve tükenmişlik puan ortalamaların aile hekimliğinde çalışan katılımcılarda; psikolojik sıkıntı, değişen hijyen davranışları, sosyal mesafe ve maske kullanımı, alışveriş hijyeni, el hijyeni ve hijyen puan ortalamalarının diğer yerlerde çalışan katılımcılarda en yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların şu anda çalıştığı pozisyon durumuna göre ev hijyeni ve dışarıdan eve gelindiğinde hijyen puan ortalamalarının anlamlı bir farklılık göstermediği anlaşılmaktadır ($p>0,05$). Bununla birlikte bu boyutlarda tüm çalışma pozisyonlarının benzer puan ortalamalarına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların COVID-19 Psikolojik Sıkıntı ve COVID-19 Tükenmişlik ve COVID-19 Hijyen Puanları Arasındaki İlişkilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları

Değişkenler		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Korku ve Kaygı	r	1										
	p											
Şüphe	r	,717**	1									
	p	0										
Covid-19 Psikolojik Sıkıntı	r	,904**	,946**	1								
	p	0	0									
Covid-19 Tükenmişlik	r	,410**	,402**	,437**	1							
	p	0	0	0								
Değişen Hijyen Davranışları	r	,416**	,371**	,421**	,364**	1						
	p	0	0	0	0							
Ev Hijyeni	r	,384**	,346**	,391**	,256**	,829**	1					
	p	0	0	0	0	0						
Sosyal Mesafe ve Maske Kullanımı	r	,491**	,399**	,473**	,302**	,780**	,737**	1				
	p	0	0	0	0	0	0					
Alışveriş Hijyeni	r	,372**	,396**	,415**	,327**	,809**	,794**	,683**	1			
	p	0	0	0	0	0	0	0				
El Hijyeni	r	,509**	,370**	,463**	,279**	,737**	,689**	,830**	,592**	1		
	p	0	0	0	0	0	0	0	0			
Dışarıdan Eve Gelindiğinde Hijyen	r	,416**	,375**	,423**	,295**	,842**	,858**	,730**	,779**	,701**	1	
	p	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Covid-19 Hijyen ölçeği	r	,484**	,421**	,483**	,342**	,938**	,907**	,885**	,875**	,849**	,902**	1
	p	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

**p<0,01

Tablo 4 incelendiğinde, katılımcıların psikolojik sıkıntı puanları ile tükenmişlik ($r=0,410$; $p<0,01$) puanları arasında orta düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin bulunduğu anlaşılmaktadır. Bireylerde psikolojik sıkıntı puanları arttıkça tükenmişlik puanları da artmaktadır. Bununla beraber, katılımcıların psikolojik sıkıntı puanları ile arasında Covid19 Hijyen Ölçeği alt boyutlarından değişen hijyen davranışları ($r=0,416$; $p<0,01$), ev hijyeni ($r=0,384$; $p<0,01$), sosyal mesafe ve maske kullanımı ($r=0,491$; $p<0,01$); alışveriş hijyeni ($r=0,372$; $p<0,01$), el hijyeni ($r=0,509$; $p<0,01$); dışarıdan eve gelindiğinde hijyen ($r=0,416$; $p<0,01$) ve hijyen toplam ($r=0,484$; $p<0,01$) puanları arasında orta düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin bulunduğu anlaşılmaktadır. Bireylerde psikolojik sıkıntı puanları arttıkça değişen hijyen davranışları, ev hijyeni, sosyal mesafe ve maske kullanımı, alışveriş hijyeni, el hijyeni, dışarıdan eve gelindiğinde hijyen ve hijyen puanları da artmaktadır.

Tablo 5. Katılımcılarda COVID-19 Psikolojik Sıkıntı ve COVID-19 Tükenmişliğin COVID-19 Hijyen Üzerindeki Yordayıcı Etkisine Ait Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Sh	β	t	P
(Sabit)	49,934	4,148		12,038	0,00
Covid-19 Psikolojik Sıkıntı	0,93	0,109	0,412	8,553	0,00
Covid-19 Tükenmişlik	0,356	0,105	0,162	3,376	0,001
	R=,504		(F(2-400)=67,842		p<.001

Bağımlı Değişken= COVID-19 Hijyen

Tablo 7’de katılımcıların Covid-19 Psikolojik Sıkıntı ve Covid-19 Tükenmişlik puanlarının Covid-19 Hijyen puanları üzerindeki yordayıcı etkisine ait regresyon analizine yer verilmiştir.

Tablo 7 incelendiğinde, katılımcılarda psikolojik sıkıntı ($\beta=0,412$; $p<0,01$) ve tükenmişlik ($\beta=0,162$; $p<0,01$) düzeylerinin hijyeni pozitif yönde yordadığı anlaşılmaktadır. Katılımcılarda hijyen değişiminin %50’si psikolojik sıkıntı ve tükenmişlik tarafından açıklanmaktadır.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma COVID-19 pandemi sürecinde birinci basamak sağlık çalışanlarında psikolojik sıkıntı, tükenmişlik ve hijyen davranışları incelenmiştir.

Araştırmada cinsiyet durumuna göre şüphe, psikolojik sıkıntı, değişen hijyen davranışları, ev hijyeni, alışveriş hijyeni, dışarıdan eve gelindiğinde hijyen ve hijyen puanlarının anlamlı olarak farklılaştığı tespit edilmiştir. Bununla beraber bu boyutlarda kadınların ortalamalarının erkeklerden daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Çalışmanın diğer alt boyutlarına göre, korku ve kaygı, tükenmişlik, sosyal mesafe ve maske kullanımı düzeylerinin ise cinsiyete göre değişmediği tespit edilmiştir. Cvetković ve diğerleri (2020) tarafından Sırbistan’da yapılan bir araştırmada kadınların evlerini, kıyafetlerini dezenfekte etme ve sosyal mesafeyi koruma konusunda erkeklere göre daha fazla uyum gösterdikleri görülmüştür. Drapeau ve diğerleri (2014) yapmış oldukları psikolojik sıkıntıyı cinsiyete göre incelemeyi amaçlayan bir araştırmada, kadınların erkeklere göre daha fazla psikolojik sıkıntı yaşadıkları ortaya koyulmuştur. Baptista ve diğerleri (2021) tarafından yapılan çalışmada çalışan tükenmişliği, stres, depresyon ve kaygı üç farklı boyutta (kişisel, mesleki ve hasta) değerlendirilmiştir. Ayrıca cinsiyet, iş deneyimi, kaygı ve tükenmişlik düzeyleri arasında güçlü bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre kadın cinsiyetinin COVID-19 pandemisinde psikolojik sıkıntı yaşama riski açısından dezavantajlı olduğu,

hijyen davranışları açısından ise avantajlı olduğu söylenebilir. Bu sonuç alan yazında yapılan çalışma bulgularını destekler niteliktedir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu incelendiğinde, katılımcıların şu anda çalıştığı pozisyon durumuna göre korku ve kaygı, şüphe, psikolojik sıkıntı, tükenmişlik, değişen hijyen davranışları, sosyal mesafe ve maske kullanımı, alışveriş hijyeni, el hijyeni ve hijyeninin değiştiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, korku ve kaygı, şüphe ve tükenmişlik düzeylerinin aile hekimliğinde çalışan katılımcılarda; psikolojik sıkıntı, değişen hijyen davranışları, sosyal mesafe ve maske kullanımı, alışveriş hijyeni, el hijyeni ve hijyen değişkenlerinin diğer yerlerde çalışan katılımcılarda en yüksek olduğu gözlenmiştir. Bunun nedeni birinci basamak hekimlerinin ve yardımcı sağlık çalışanlarının yoğun temas nedeniyle daha fazla risk altında olmasıdır. Ancak katılımcıların şu anda çalıştığı pozisyon durumuna göre ev hijyeni ve dışarıdan eve gelindiğinde hijyenin değişmediği tespit edilmiştir. COVID-19 salgınının başlıca psikolojik özellikleri olan korku, endişe ve hijyen, çeşitli meslek ve ünvanlardaki sağlık çalışanları arasında yaygındır. Özgünay ve diğerleri (2021), COVID-19 yoğun bakım ünitesindeki personellerde, salgının erken evrelerinde daha yüksek düzeyde korku, endişe ve tükenmişlik olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmada ulaşılan sonuçlar ile alan yazında yapılan çalışmaların bulgularının tutarlı olduğu görülmektedir.

Araştırmanın önemli bulgularından biri de psikolojik sıkıntı ile tükenmişlikle arasında orta düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bireylerde psikolojik sıkıntı arttıkça tükenmişliğin de arttığı gözlenmiştir. Alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde sağlık çalışanları arasında yapılan tükenmişlik araştırmalarında en sık görülen tükenmişlik tipinin duygusal tükenme olduğu ve sağlık çalışanlarının yaşam kalitesinin, sağlık hizmetlerinin kalitesinin ve performansının yükseltilmesi için ruhsal tükenmişlik belirtilerinin azaltılması gerektiği bildirilmiştir. (Chuang vd., 2016; Garcia ve Marziale, 2018). Benzer şekilde COVID-19 döneminde çalışan sağlık çalışanlarında işe bağlı psikolojik sıkıntı ve duygusal tükenmişliğe çok sık rastlandığı belirtilmiştir (Luceño-Moreno vd., 2020). Pandemi sırasında sağlık çalışanlarında ruhsal dengesizlik oluşabileceği, sağlık hizmetinin işleyişini bozacak düzeyde kaygı, korku ve tükenmişlik yaşanabileceği düşünülebilir.

Bireylerde korku ve kaygı düzeyleri arttıkça şüphe, psikolojik sıkıntı, değişen hijyen davranışları, ev hijyeni, sosyal mesafe ve maske kullanımı, alışveriş hijyeni, el hijyeni, dışarıdan eve gelindiğinde hijyen ve COVID-19 hijyenin de arttığı gözlenmiştir. Alan yazında yapılan çalışmalar incelendiğinde Çiçek ve diğerleri (2020) tarafından yapılan çalışmada "salgında hijyen davranışının değiştiği", "evde hijyen", "sosyal mesafe ve maske kullanımı", "alışveriş hijyeni", "el hijyeni" ve "dışarıdan eve gelindiğinde hijyen" ve psikolojik sıkıntılar arasında ilişkiler olduğu belirtilmiştir. Pandemi ile birlikte artan hastalık kaygısının, bulaşın önlenmesi amacıyla hijyen davranışlarında artışa yol açacağı belirtilmiştir (Lai vd., 2020; Stevenson vd., 2009). Çalışmada elde ettiğimiz sonuçlar da alanyazınla uyumludur. Bu nedenle COVID-19 pandemisinin fiziksel sağlığı etkilediği gibi ruhsal sağlığı da etkilediği düşünülebilir. COVID-19 gibi bulaştırıcılığı yüksek bir enfeksiyonla mücadelede ruhsal sağlık oldukça büyük önem arz etmektedir. Kötü hijyen uygulamaları, enfeksiyona yakalanma ve enfeksiyonun yayılma riskini arttırabilir ve dolayısıyla korku ve kaygı düzeylerinin artmasına yol açarak bireylerin psikolojik sıkıntı düzeylerini etkileyebilir.

Katılımcılarda psikolojik sıkıntı ve tükenmişlik düzeylerinin hijyeni pozitif yönde yordadığı anlaşılmaktadır. Alanyazın incelendiğinde bu çalışmada bulguların ulusal ve uluslararası araştırma bulgularının olduğu görülmektedir (Arpacıoğlu vd., 2021; Hu vd., 2020; Abdelghani vd., 2020). Artan psikolojik sıkıntı ve tükenmişlik düzeylerinin nedenleri arasında yeterli kişisel korunma araçlarına erişememe, maruz kaldığı pozitif hastalardan hastalığı kapma korkusu, uzun vadede temas halinde bulunduğu hastalığa yakalanma ve meslektaşlarına bulaştırma korkusu, COVID-19 nedeniyle artan çalışma saatleri ve iş yüklerinden kaynaklandığı düşünülebilir. Anket uygulama zamanından dolayı pandemin yoğun yaşandığı ilk dönemlerde kıyasla pandemin ilerlemesi ve sürece alışılması sonucu psikolojik sıkıntı ve tükenmişlik düzeylerinin artması ile açıklanabilir.

Araştırmada psikolojik sıkıntı ile tükenmişlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu keşfedilmiştir. Buna göre psikolojik sıkıntının azalması tükenmişliğin azalması ile ilişkilidir. Bu bağlamda hastane çalışanlarının psikolojik sıkıntı düzeylerini azaltmaya yönelik programların düzenlenmesi önerilebilir.

Bu sonuçlardan yola çıkarak hastane personelinin tükenmişlik, psikolojik sıkıntı ve hijyen davranışlarının azaltılmasına yönelik çok boyutlu eğitim programları, seminerler ve kriz yönetimi politikalarını içeren eylem planlarının yapılması önerilebilir.

Sosyo-demografik farklılıklar üzerine araştırmalar yapmak, farklı iletişim kanalları aracılığıyla sağlık çalışanlarını bilgilendirmek, sağlık çalışanlarını anlama düzeyini yükseltmek ve klinik psikologlardan yardım alarak sağlık çalışanlarına daha hijyenik olarak olumlu davranışlar benimsemeye teşvik etmek faydalı olacaktır.

Ayrıca sosyal bağışıklamada önemli rol oynayan aşı çalışmalarının hızlandırılması, hizmet veren ve hizmet alan ilişkilerinin güvenliğini artıracak gibi, Covid-19'a yakalanma korkusunu ve bireyler arasında psikolojik sıkıntı, hijyen ve tükenmişlik düzeylerini de azaltacaktır.

KAYNAKÇA

Abdelghani, M., El-Gohary, H. M., Fouad, E. and Hassan, M. S. (2020). Addressing the relationship between perceived fear of COVID-19 virus infection and emergence of burnout symptoms in a sample of egyptian physicians during COVID-19 pandemic: A cross-sectional study. *Middle East Current Psychiatry*, 27(70), 1-9.

Allsopp, K., Brewin, C.R., Barrett, A., Williams, R., Hind, D. and Chitsabesan, P. (2019). Responding to mental health needs after terror attacks. *BMJ*, 366,14828.

Alpago, H. ve Alpago Oduncu, D. (2020). Koronavirüs salgınının sosyoekonomik sonuçları. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 99-114.

Arpacioğlu, S., Baltalı, Z. ve Ünübol, B. (2021). COVID-19 pandemisinde sağlık çalışanlarında tükenmişlik, Covid korkusu, depresyon, mesleki doyum düzeyleri ve ilişkili faktörler. *Cukurova Medical Journal*, 46(1), 8-100.

Arpacioğlu, S., Gürler, M. and Çakıroğlu, S. (2020). Secondary traumatization outcomes and associated factors among the health care workers exposed to the COVID-19. *International Journal of Social Psychiatry*, 67(1), 84-89.

Ay, T., Oruç, D. and Özdoğru, A. A. (2021). Adaptation and evaluation of COVID-19 related psychological distress scale Turkish form. *Death Studies*, 46(3), 560-568.

Bal, S. ve Şanlı, N.Ö. (2020). Evaluation of the effectiveness of antibacterial wall paint to enhance the hygienic conditions of the interiors. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 35(4), 1913-1922.

Baptista, S., Teixeira, A., Castro, L., Cunha, M., Serrão, C., Rodrigues, A. and Duarte, I. (2021). Physician burnout in primary care during the COVID-19 pandemic: A cross-sectional study in Portugal. *Journal of Primary Care & Community Health*, 12, 1-9.

Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Cevizci, S. ve Önal, A. E. (2009). Halk sağlığı açısından hijyen ve iyi üretim uygulamaları. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 66(2), 73-82.

Chuang, C. H., Tseng, P. C., Lin, C. Y., Lin, K. H. and Chen, Y. Y. (2016). Burnout in the intensive care unit professionals: A systematic review. *Medicine*, 95(50). e5629

- Cucinotta, D., and Vanelli, M. (2020). WHO declares COVID-19 a pandemic. *Acta Biomedica*, 91(1), 157-160.
- Cvetković, V. M., Nikolić, N., Radovanović Nenadić, U., Öcal, A., K. Noji, E. and Zečević, M. (2020). Preparedness and preventive behaviors for a pandemic disaster caused by COVID-19 in Serbia. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(11), 4124.
- Çiçek, B., Şahin, H. ve Erkal, S. (2020). COVID-19 hijyen ölçeği: Bir ölçek geliştirme çalışması. *Turkish Studies*, 15(6), 339-350.
- Drapeau, A., Marchand, A. and Forest, C. (2014). Gender differences in the agecohort distribution of psychological distress in Canadian adults: Findings from a national longitudinal survey. *BMC Psychology*, 2(1), 1-13.
- Feng, L. S., Dong, Z. J., Yan, R. Y., Wu, X. Q., Zhang, L., Ma, J. and Zeng, Y. (2020). Psychological distress in the shadow of the COVID-19 pandemic: Preliminary development of an assessment scale. *Psychiatry Research*, 291, 113-202.
- Garcia, G. P. A. and Marziale, M. H. P. (2018). Indicators of burnout in primary health care workers. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 71, 2334-2342.
- Günüşen, N., ve Üstün, B. (2010). Türkiye'de ikinci basamak sağlık hizmetlerinde çalışan hemşire ve hekimlerde tükenmişlik: Literatür incelemesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi*, 3(1), 40-51.
- <https://www.bigcommerce.com/blog/covid-19-ecommerce/#post-covid-commerce-is-omnichannel> [Erişim Tarihi: 15.10.2022]
- <https://www.nytimes.com/2020/02/14/world/asia/china-coronavirus-doctors.html> [Erişim Tarihi: 15.10.2022].
- <https://www.toraks.org.tr/site/community/news/10018> [Erişim Tarihi: 14.10.2022]
- Hu, D., Kong, Y., Li, W., Han, Q., Zhang, X., Zhu, L. X. and Zhu, J. (2020). Frontline nurses' burnout, anxiety, depression, and fear statuses and their associated factors during the COVID-19 outbreak in Wuhan, China: A large-scale cross-sectional study. *EClinicalMedicine*, 24, 1-10.
- Kaçmaz, N. (2005). Tükenmişlik (burnout) sendromu. *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 68(1), 29-32.
- Karasar, N. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kaya, B. (2020) Pandeminin ruh sağlığına etkileri. *Klinik Psikiyatri*, 23, 123-124.
- Kisely, S., Warren, N., McMahon, L., Dalais, C., Henry, I. and Siskind, D. (2020). Occurrence, prevention, and management of the psychological effects of emerging virus outbreaks on healthcare workers: rapid review and meta-analysis. *BMJ*, 369, e5629.
- Kontoangelos, K., Economou, M. and Papageorgiou, C. (2020). Mental health effects of COVID-19 pandemic: A review of clinical and psychological traits. *Psychiatry Investigation*, 17(6), 491-505.
- Korkusuz, R., Şenoğlu, S., Polat, Ö., Karaosmanoğlu, H.K. ve Yaşar, K.K. (2021). Pandemi hastanesinde çalışan sağlık çalışanlarında COVID-19 enfeksiyonunun yaygınlığı ve ilişkili risk faktörleri. *İstanbul Medical Journal*, 22(4), 267-74.
- Lai, J., Ma, S., Wang, Y., Cai, Z., Hu, J., Wei, N., Wu, J., and Hu, S. (2020). Factors associated with mental health outcomes among health care workers exposed to coronavirus disease 2019. *JAMA Network Open*, 3(3), e203976.
- Legesse, W. and Argaw, A. (2004). *Personal hygiene for health extension workers*. [Online] https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/health/ephti/library/lecture_notes/health_extension_trainees/ln_hew_personal_hygiene_final.pdf [Erişim Tarihi: 12.10.2022].

- Luceño-Moreno, L., Talavera-Velasco, B., García-Albuérne, Y., and Martín-García, J. (2020). Symptoms of posttraumatic stress, anxiety, depression, levels of resilience and burnout in Spanish health personnel during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 5514.
- Mak, I.W.C., Chu, C.M., Pan, P.C., Yiu, M.G.C. and Chan, V.L. (2009). Long-term psychiatric morbidities among SARS survivors. *General Hospital Psychiatry*, 31, 318–327.
- Malach-Pines, A. (2005). The burnout measure, short version. *International Journal of Stress Management*, 12(1), 78-88.
- Marshall, C. and Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. New York: Sage.
- Özgünay, S. E., Akça, F., Karasu, D., Eminoğlu, S. ve Gamlı, M. (2021). Coronavirüs (COVID19) pandemi sürecinde, anesteziistlerin yaşadıkları korku düzeyleri ve profilaksi uygulamalarının değerlendirilmesi. *Journal of Anesthesiology and Reanimation Specialists' Society*, 29(1), 25-31.
- Pappa, S., Ntella, V., Giannakas, T., Giannakoulis, V.G., Papoutsis, E. and Katsaounou, P. (2020). Prevalence of depression, anxiety, and insomnia among healthcare workers during the COVID-19 pandemic: A systematic review and meta-analysis. *Brain, Behavior, and Immunity*, 88, 901-907.
- Perlis, R. H. (2020). Exercising heart and head in managing coronavirus disease 2019 in Wuhan. *JAMA Network Open*, 3(3), e204006.
- Ren, S.Y., Gao, R.D. and Chen, Y.L. (2020). Fear can be more harmful than the severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 in controlling the corona virus disease 2019 epidemic. *World Journal of Clinical Cases*, 8(4), 652–657.
- Stevenson, R.J., Case, T.I., Hodgson, D., PorzigDrummond, R., Barouei, J. and Oaten, M.J. (2009). A scale for measuring hygiene behavior: development, reliability and validity. *American Journal of Infection Control*, 37(7), 557-564.
- Tang, C., Liu, C., Fang, P., Xiang, Y. and Min, R. (2019). Work-related accumulated fatigue among doctors in tertiary hospitals: A cross-sectional survey in six provinces of China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(17), 3049.
- Taşkıran, N., Khorshid, L. and Sarı, D. (2019). Üniversite öğrencilerinin hijyen davranışlarının karşılaştırılması. *Sağlık ve Toplum*, 29(2), 65-78.
- Taylor, S. (2019). *The psychology of pandemics: Preparing for the next global outbreak of infectious disease*. Cambridge Scholars Publishing.
- World Health Organization (WHO). (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19) situation report – 72*. [Online] <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331685/nCoVsitrep01Apr2020-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Erişim Tarihi: 12.10.2022]
- Wu, Z., and McGoogan, J.M. (2019). Characteristics of and important lessons from the coronavirus disease (COVID-19) Outbreak in China: summary of a report of 72 314 cases from the Chinese Center for Disease Control and Prevention. *JAMA*, 323(13), 1239-1242.
- Yıldırım, M. and Solmaz, F. (2022). COVID-19 burnout, COVID-19 stress and resilience: Initial psychometric properties of COVID-19 Burnout Scale. *Death Studies*, 46(3), 524-532.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(11): 1618-1631.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1120](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1120)

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



KAVRAMSAL MAKALE

Yerinden Yerlisinden; Film Turizmi Çerçevesinde Katılımlı Belgeseller ve Turistik Destinasyon Sunumu

Doç. Dr. Nihan G. IŞIKMAN, Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, e-posta: ngider@baskent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3332-3784>

Öz

Film yapımında kullanılan teknik ekipmanlara erişimin artması, kullanımının kolaylaşması gibi etkenler sonucunda, görsel işitsel anlatılar aracılığıyla kültürlerarası iletişimin sınırları daha kolay aşmaya başlanmış, farklı kültürler, farklı coğrafyalar birbirini görebilir, ulaşım imkânlarının ve uluslararası turizmin artması ile de paralel, birbirine ulaşabilir hale gelmiştir. Ulaşım ve iletişim araçları mekânsal sınırları ortadan kaldırırken, küreselleşme ise kaçınılmaz bir benzeşme yaratmaktadır. Günümüzde insanların olabildiğince farklı deneyimler sunan yaşantılardan pay alma isteği doğrultusunda sürekli olarak hareket halinde olma çabası değerlendirildiğinde, destinasyonların küresel popüler kültüre dahil olurken, anlatı yapılarını farklılaştırabilme, göstergelerde özgünlüğü yakalayabilme hedefinde olması gerekli görülmektedir. Bu noktada, belgesel gerçeğinde bir yapım tekniği olarak katılımlı video çalışmaları hem kültürler arasında hem de kültürün kendi içinde geniş, öz temsile dayanan bir iletişim ağının oluşturulabilmesi adına önemli bir araç olarak değerlendirilebilmelidir. Özellikle de web 2.0 çağının başlangıcından bu yana, bir turistik destinasyon seçip, seyahat planlarken karar verme süreçlerinde dijital medya giderek daha önemli hale gelmişken. Çalışmada, destinasyon sunumunda filmlerin kullanılması, yenilikçi yaklaşımlarla farklılık arayışındaki izleyicinin/turistin yakalanması, dijital mecranın değerlendirilmesi adına "...in a Day" serisi katılımlı belgeselleri örnek çalışmalar olarak ele alınmıştır. Farklılık ve otantiklik arayışının arttığı turizm faaliyetinde, yereli daha çok tecrübe etmeye yönelik turist açısından yerinden ve yerlisinden, çalışmada ele alınan yapıda katılımlı belgeseller gibi farklı, yaratıcı çözümler izleyici/turisti cezbetmede etkin bir araç haline gelebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, İletişim, Belgesel, Temsil, Destinasyon Sunumu

Makale Gönderme Tarihi: 20.08.2022

Makale Kabul Tarihi: 03.11.2022

Önerilen Atf:

Işıkman, N. G. (2022). Yerinden Yerlisinden; Film Turizmi Çerçevesinde Katılımlı Belgeseller ve Turistik Destinasyon Sunumu, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1618-1631.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(11): 1618-1631. DOI:10.26677/TR1010.2022.1120

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



CONCEPTUAL PAPER

From The Local; Participatory Documentaries and Touristic Destination Presentation Within The Framework of Film Tourism

Associate Prof. Dr. Nihan G. IŞIKMAN, Başkent University, Faculty of Communication, Ankara,
e-mail: ngider@baskent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3332-3784>

Abstract

As a result of factors such as increasing access to technical equipment used in filmmaking and facilitating their use, the boundaries of intercultural communication have begun to be overcome more easily through audio-visual narratives, different cultures and different geographies can see each other, and with the increase in transportation opportunities and international tourism, they have become accessible to each other. While the means of transportation and communication eliminate spatial boundaries, globalization creates an inevitable similarity. Considering the effort of people to be constantly on the move in line with the desire of people to take a share from the experiences that offer as many different experiences as possible, it is seen that destinations should aim to be able to differentiate their narrative structures and to capture originality in the indicators while being included in the global popular culture. At this point, participatory video works as a production technique in documentary reality should be considered as an important tool for creating a wide, self-representational communication network both between cultures and within the culture itself. Especially since the dawn of the web 2.0 era, digital media has become increasingly important in decision-making processes when choosing a tourist destination and planning a trip. In the study, the participatory documentaries "...in a Day" series were considered as case studies in order to use films in the presentation of the destination, to capture the audience/tourist in search of difference with innovative approaches, and to evaluate the digital media. In the tourism activity, where the search for difference and authenticity increases, different, creative solutions such as participatory documentaries discussed in the study can become an effective tool in attracting the audience/tourist from the point of view of the tourist who tends to experience the local more.

Keywords: Tourism, Communication, Documentary, Representation, Destination Presentation.

Received: 20.08.2022

Accepted: 03.11.2022

Suggested Citation:

Işıkman, N. G. (2022). From The Local; Participatory Documentaries and Touristic Destination Presentation Within The Framework of Film Tourism, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1618-1631.

GİRİŞ

Günümüzde filmsel anlatıların oluşturulmasına yönelik kullanılan teknik ekipmanlardaki gelişmeler, bu ekipmanlara erişimin artması, kullanımının kolaylaşması gibi etkenler sonucunda, görsel işitsel anlatılar aracılığıyla kültürlerarası iletişimin sınırları daha kolay aşılmaya başlanmış, farklı kültürler, farklı coğrafyalar birbirini görebilir, ulaşım imkânlarının artması ile de paralel birbirine ulaşabilir hale gelmiştir. Böylelikle uluslararası turizm de ivme kazanmıştır. Her geçen gün daha fazla insan farklı ülkelere seyahat etmekte, bu farklı coğrafyalar turizm destinasyonları olarak ele alındığında da büyük bir rekabetin ortaya çıkmasını beraberinde getirmektedir. Bu rekabet ortamında turistlerin destinasyon seçimini nasıl yaptıklarına dair sorular sorulmaya başlanmış, araştırılmış ve destinasyon imajı önemli ve değerli bir kavram olarak öne çıkmıştır.

Temel kavramlar üzerinden giderek ilerlemek üzere öncelikle turistik destinasyon ele alındığında; doğal, tarihi ve kültürel çekicilikleri barındıran turistik özellikleri ve öğeleri bulunan ve bu gerekçeyle turistlerin gelir elde etme ya da yerleşme amacı olmaksızın önemli boyutlarda ziyaret gerçekleştirdikleri coğrafi mekanlar olarak tanımlanmaktadır (İlban, 2007: 5). Destinasyon imajı ise, kişinin destinasyon hakkında sahip olduğu inanışların, fikirlerin, duyguların, beklentilerin ve izlenimlerin açık sonuçları olarak ifade edilmektedir (Kotler vd., 1993). Bu tanımlardan yola çıkıldığında turistlerin belli bir destinasyonla ilgili düşünce, duygu, öngörü ve beklenti gibi soyut ve öznel yaklaşımlarının o destinasyonun imajıyla direkt ilişkili olduğu söylenebilir. Bu durumda bir kişinin turist olarak ziyaret edeceği destinasyonu seçmesinin, zihnindeki destinasyon imaj oluşumu ile birlikte işlediği düşünülebilir. Bu denli büyük ve rekabeti yüksek bir sektörde var olmak daha fazla turisti kendine çekmekten geçer ki, bu durumda da destinasyon imajını olumlu yönde oluşturmak ve diğer destinasyonlara göre sahip olduğu farklarla sıyrılmayı sağlamak önem kazanmaktadır.

Gunn (1972), destinasyon imajının, organik ve uyarılmış olmak üzere iki farklı sürecin etkisi ile geliştiğini ileri sürer. Organik imaj, kişisel tecrübe ve daha önce o destinasyonu ziyaret etmiş olma sonucu içten gelişir. Uyarılmış imaj ise dıştan gelen ve bir süreçten geçmiş olan, örneğin reklam, tanıtım, haber gibi içerikler ve kulaktan kulağa yayılan bilgiler eşliğinde ortaya çıkan imajdır. Bu doğrultuda imajı etkileyen dış etkenlerden önemli birinin bilgi kaynakları, iletişim araçları olduğu birçok araştırmacı tarafından hemfikir olunan bir noktadır. Gartner, henüz internetin yaygın olmadığı 1994 yılında, uyarılmış etkenler hakkında kavramlaştırmasına televizyon, radyo, broşürler, billboardlar ve yazılı medya gibi geleneksel reklam araçlarını dahil etmiştir (Gartner, 1994: 197). Uyarılmış imaj doğrultusunda değerlendirdiğimizde, belli bir destinasyona turistin yönelişi o destinasyondan en azından haberdar olmak ve hakkında fikir sahibi olmak ön koşuluyla olabilmektedir. Turistin bir mekanı bir destinasyon olarak algılayabilmesi için bu mekanın değişik göstergelerle işaretlenerek turizm ekonomisine dahil edilmesi gerekmektedir. Bir mekanın toplumun ya da tüketicilerin gündemine girebilmesi için bir şekilde işaretlenmesi ve söyleme dahil edilmesi gerekmektedir. Söyleme dökülmek o yerin gösterge değerini yükseltmektedir (Aydoğan, 2018: 275). İşte tam bu noktada iletişim araçları, filmsel anlatılar devreye girmektedir. Ayrıca turistler, destinasyon seçimlerine yönelik karar verirken, gitmek istedikleri destinasyonu farklı kaynaklardan araştırmaktadırlar. Eğer turist gideceği destinasyona daha önce gitmemişse; bilgisine başvurabileceği yakın çevresinin yanı sıra ticari ve ticari olmayan farklı kaynaklar, geleneksel ve dijital mecralardan yaptığı araştırmanın etkisi ile hareket edebilmektedir. Filmler gibi doğrudan turistik olmayan uyaranların da turistlerin karar vermeleri üzerinde güçlü etkileri olabilir. Filmler de artık turist karar verme modellerine önemli değişkenler olarak dahil edilmekte, turistlerin bir yere gelmesini sağlamak için olumlu bir destinasyon imajını tasvir etme gücü, çeşitli araştırmalarda açıkça gösterilmektedir (Rewtrakunphaiboon, 2009: 4).

Ulaşım ve iletişim araçları mekânsal sınırları ortadan kaldırırken, küreselleşme ise kaçınılmaz bir benzeşme yaratmaktadır. İnsanlar mekânların küresel ölçekte benzeştiği günümüz dünyasında iletişim mecralarında farklılığa dayalı öykülere yönelmektedir. Turistik davranışta mekânların öyküsünü taşıyan anlatılardaki göstergeler ve farklılık arayışı ön plana çıkmaktadır. Bu anlatı temellilik geleneksel mecraların yanı sıra, dijital medya etkisiyle ortaya çıkan farklı anlatı formlarıyla etkinliğini arttırmakta ve turistik faaliyet görüntü temelli bir anlatıya göre göstergelerle inşa edilmekte, turist büyük ölçüde bu göstergelerin peşine düşmektedir (Culler, 2009:105). Pisa Kulesi'ni tutarken bir görüntü, gondol sefasından bir kare, Ponte Vecchio'nün üzerinde verilen bir poz İtalya seyahatinin olmazsa olmazlarıdır. Günümüzde insanların olabildiğince farklı deneyimler sunan yaşantılardan pay alma isteği doğrultusunda sürekli olarak hareket halinde olma çabası değerlendirildiğinde, destinasyonların küresel popüler kültüre dahil olurken, anlatı yapılarını farklılaştırabilme, göstergelerde özgünlüğü yakalayabilme hedefinde olması gerekli görülmektedir. Çünkü farklı formlar, anlatıda özgün yaklaşımlar farklılık arayışının öne çıktığı turistik davranışta da cezbedicilik taşıyabilmektedirler. Sonuç olarak, turistlerin özgünlüğü nasıl algıladıklarını ve deneyimlediklerini anlamak, yeni nesil turizm politikalarının, destinasyon sunum araçlarının belirlenmesinde, araştırmacı ve uygulayıcılar açısından önemlidir. Tam da bu noktada turizm ve medya, çalışmamız özelinde film sektörü, birbirlerine girdi sağlayabilecek iki sektör olarak öne çıkmaktadır. Bu sebeple bu bölümde, ticari film sektörünün hakim türü kurmacanın yanı sıra katılımlı belgesel, gerçek karakterlerin öz temsillerine, yerinde ve zamanında tanıklık sağlaması, Gunn'un organik imaj ile uyarılmış imajı tek anlatıda buluşturabilme potansiyeli çerçevesinde ele alınanak, Gartner'ın ele aldığı geleneksel reklam araçlarından çok daha avantajlı bir konumda değerlendirilmektedir. Piggott (2004: 209), destinasyon pazarlama maliyetlerinin yüksekliğine dikkat çekerek, geleneksel pazarlama tekniklerinin var olan sorunları aşmada etkili olamayacağını, çözümün düşük bütçe ile de sağlanabilecek yenilikçi, dikkat çekici iletişim stratejileri oluşturmak olduğunu savunmaktadırlar ki katılımlı belgeseller yapım koşulları açısından da büyük bir avantaja sahiptirler. Bu çerçevede katılımlı belgesel anlatısı özelinde turistik destinasyonların sunumunu değerlendirmeden önce, genel bir başlık olarak film turizmine değinmek yerinde olacaktır.

FİLM TURİZMİ

Destinasyonlar ancak öyküleriyle kişilerin zihninde duygu, düşünce, dolayısıyla cazibe edinebilmektedir. İşte bu noktada film, mekân ile göstergeler arasında ilişki kurma noktasında oldukça başarılı bir anlatı sanatı olarak devreye girebilir. Film, destinasyona yönelik tutumların inşasına etki eden doğa, kültür ve insanlar gibi ülkenin belirli yönleri hakkında bilgi sağlayabilir. Destinasyona ve onun olumlu imajına duyulan ilgi, sonunda oraya gerçek bir ziyarete yol açabilir. Bu genel yaklaşımdan yola çıkarak film turizmi, sinema, televizyon ve dijital mecralarda destinasyon gösterimi sonucu ilgili destinasyon veya çekim yerine, film stüdyolarına, filmlerde kullanılan mekanlara yönelik turist ziyaretleri olarak tanımlanır (Hudson ve Ritchie, 2006: 387).

Filmlerin çekildiği mekânlar, stüdyolar, oteller, evler ve diğer mekânlar, filmin elde ettiği başarıya göre turistik açıdan büyük çekim merkezleri olabilmektedirler. Sonuç olarak destinasyonların bir ürün olarak filmlere yerleştirilmesi uygulaması, sağladığı avantajların farkına varılması ile giderek daha fazla kullanılmakta ve destinasyon sunumunda artarak tercih edilmektedir. Bu doğrultuda, filmlerde destinasyon sunumu olarak mekan kullanımı ürün yerleştirme kavramıyla ilişkilendirilebilir. Ürün yerleştirme, reklam verenlerin ticari bir iletişimin sinema, video, televizyon ve radyo programları, haber bültenleri ve kitap gibi çeşitli eğlence ve bilgi araçlarının içerisine öykü izleğinin doğal bir bileşeni gibi yerleştirilmesini içeren bir pazarlama iletişimi faaliyetidir (Yılmaz ve Yolal, 2008: 176). Film turizmi kavramı literatürde

“film etkili turizm”, “sinema etkili ya da teşvikli turizm”, “medya turizmi” ve “kültür turizmi” olarak da tanımlanmaktadır (Suni, 2011: 6). Film turizm kavramı sinema ve televizyonun yanı sıra günümüzde yaygınlaşan dijital mecraları da kapsayarak genişletilebilir. Film turizmi, seyahatlerin planlanmasında ve destinasyon seçmek üzere araştırma yapan kişilerin dergi, kitap, broşür gibi basılı mecraların yanı sıra televizyon dizisi, programları, sinema filmleri, sosyal medya paylaşımları ve dijital medya içeriklerini de kapsayan filmsel anlatıların etkisiyle destinasyon seçiminde bulunmaları ve ziyaret kararlarını vermelerini tanımlamaktadır.

Bir roman ya da hikâye kitabında okunan, hayal gücü ile zihinde canlandırılan yerler, kültürler, kurmaca olsa bile filmler aracılığıyla görülebilir hale gelmektedir ve bu görüntüler seyahat tercihi üzerinde etkili olabilmektedir. Sinemanın gücünü görüntüden alan bir anlatı sanatı olması bu noktada turizm açısından bir cezbedici araç haline gelmesini sağlamaktadır. Kişiler filmlerde izledikleri yerleri, film kahramanlarını, anlatıda yer verilen kültürel olguları kendilerine yakın görerek bu dünyalara yolculuk ederek, turizm hareketliliği yaratabilmektedirler.

Tablo 1. Destinasyon İmajı Bileşenleri

Doğal Kaynaklar	Genel Altyapı	Turist Altyapısı
- Hava şartları; sıcaklık, yağış, nemlilik, güneşlenme süresi - Plajlar; deniz suyunun kalitesi, kumlu ya da taşlı plajlar, plajların uzunluğu, plajların kalabalık olması - Kırsal bölgelerin zenginliği; korunan doğal kaynaklar, bitkilerin ve hayvanların çeşitliliği ve benzersizliği	- Yolların, havaalanlarının ve limanların gelişmişliği ve kalitesi - Özel ve toplu taşıma imkânları - Sağlık hizmetlerinin gelişmişliği - Telekomünikasyonun gelişmişliği - Ticari altyapının gelişmişliği - Mimari altyapı	- Otel ve konaklama imkânları; yatak sayısı, kategoriler, kalite - Restoranlar; sayılar, kategoriler, kalite - Barlar, diskolar, kulüpler - Destinasyona kolay ulaşım - Destinasyondaki kısa yolculuk imkânları - Turist merkezleri - Turist danışma merkezleri ağı
Turistler İçin Boş Zaman ve Dinlenme Olanakları	Kültür, Tarih ve Sanat	Siyasi ve Ekonomik Faktörler
- Tema parkları - Eğlence ve spor aktiviteleri; golf, balık tutma, avlanma, kayak, dalış vs., su parkları, hayvanat bahçeleri, doğa yürüyüşleri, macera aktiviteleri, kumarhaneler, gece hayatı, alışveriş	- Müzeler, tarihi binalar, anıtlar vs. - Festivaller, konserler vs. - El sanatları - Gastronomi - Folklor - Din - Gelenekler ve hayat tarzları	- Siyasi istikrar - Siyasi eğilimler - Ekonomik gelişim - Güvenlik; suç oranı, terörist saldırılar - Fiyatlar
Doğal Çevre	Sosyal Çevre	Mekânın Atmosferi
- Manzaranın güzelliği - Şehirlerin ve kasabaların çekiciliği - Temizlik - Kalabalık - Hava ve ses kirliliği - Trafik sıklığı	- Yerel halkın misafirperverliği ve samimiyeti - Yoksulluk ve yoksunluk - Hayat kalitesi - Dil engeli	- Lüks - Modaya uygun - İyi itibarlı - Aile odaklı - Egzotik - Mistik - Rahatlatıcı - Stresli - Eğlenceli ve keyifli - Huzurlu - Çekici veya ilginç

Kaynak: Beerli ve Martin (2004: 659).

Filmsel anlatılardan beslenen çağrışımlar ve duygular dünyası, mekânlara anlam veren izlekler olarak izleyicinin zihninde yer alır. Mekânlar, olaylar ve karakterler, filmsel anlatılarda güçlü anlamlar yüklenerek ikonik cazibe merkezleri haline gelir. İnsanlar belirli yerleri, belirli imgelere, anılara, çağrışımlara ve yaşanmışlıklara olan duygusal bağlarıyla ziyaret etme eğilimindedir. Bu doğrultu da Riley (1994: 924) de filmlerin, potansiyel turistlerin eksiksiz bir destinasyon imajı geliştirmelerine olanak tanıyan turistik cazibe noktalarının bir vitrini olarak kullanılabileceğini dile getirmektedir. İzleyici filmi tekrar tekrar izleyebilir ve her karşılaşmada, izleyiciyi film mekânlarına ziyaretçi olarak çekme potansiyeli vardır.

Riley'in deyişiyle, vitrinde sergilenebilecekleri Beerli ve Martin (2004: 659), destinasyon imajı bileşenlerini derleyerek dokuz temalı bir ölçek ile sunmuşlardır. Destinasyon İmajı Bileşenleri tablosunda, alt başlıklarla örneklendirilerek yer verilen ölçekte doğal kaynaklar, genel altyapı, turist altyapısı, turistler için boş zaman ve dinlenme olanakları, kültür, tarih ve sanat, siyasi ve ekonomik faktörler, doğal çevre, sosyal çevre, mekânın atmosferi dokuz ana temayı oluşturmaktadır. Filmsel anlatıların analizinde de bu temaların kullanımı sistematik bir yaklaşım sağlayacaktır.

Yönetmenler, filmlerde görsel ve işitsel anlatım araçlarını yetkin bir şekilde kullanarak, çekim teknikleri ve filmsel anlatının unsurları ile izleyicilerin kendilerini mekânda hissetmelerini, güçlü bir katarsis ile olay örgüsünün akışı içinde duygu yoğunluğu ile olay örgüsünün içinde hissetmelerini sağlayabilmektedirler. Ayrıca filmsel anlatılarda yer alan canlandırma karakterler ya da belgesellerle olduğu gibi bizzat kendi hayatlarını kamera önüne taşıyan karakterler özdeşleşme, empati gibi duygular çerçevesinde izleyiciyi kendilerine bağlayabilmekte ve izleyicide oluşturdukları kuvvetli etkileşimle ilgili destinasyonu tercih etmelerinde etkili olabilmektedirler. Film ve dizilerdeki oyunculara hayranlık duymak ya da kendini ona yakın hissetmek destinasyona yapılacak seyahati belirleyebilmektedir (Macionis, 2004: 92). Kurmaca yapımlarda hikâyenin gerçek olup olmadığı üzerinde genellikle durulmaz, izleyici inanmazlığına askıya alıp anlatı evrenine bırakır kendini. Anlatılarda gerçeklik etkisi; gerçek ya da gerçek dışı olayların anlatılara taşınması ile izleyici üzerinde yaratılan etkiyi tanımlamaktadır. Destinasyon tercihini izlediği filmin gerçeklik etkisi ile veren izleyici/turist, ekranda gördüğüne yeniden sahip olmak ve seyredirken hissettiği duyguyu tekrar yaşamak istemektedir (Bolan ve Williams, 2008: 387). Bu, filmi seyredirken hissettiğini gittiğinde bulma isteğinin karşılığı belgesel anlatısında kurmaca yapımlara göre çok daha güçlüdür. Belgesel izleme pratiği, izleyiciler için birer tanık olarak duygusal bir karşılaşma iken bir yandan da izleyicilerin değerlendirmesi için deneyimler sağlama eylemidir. Belgesellerde gerçek yerler, gerçek karakterler, gerçek yaşam sergilenmektedir. Kişinin gittiğinde bulabileceği yaşam tecrübesi oradadır.

Belgesel ve Katılımlı Belgesel

Belgesel gerçekliği, izleyicinin oradaymışçasına, kendi gözü ve kulağı ile tanık olabileceği gibi bir gerçeklik olduğunu iddia eder. Ancak, Bill Nichols 'belgesel gerçekliği kurmacanın gerçekliği değildir' der (Nichols, 1991: 165). Tür tanımlamaları yönetmenler kadar izleyiciyi de belli kalıplara yönlendirir, film yapımında gerçeğin sunumu ve gerçekçi yaklaşım dendiğinde belgesel öncü tür olmaktadır. İzleyici, hiçbir film türünde olmadığı kadar, bir belgeselde, gördüklerini doğru ve inanılır kabul ederek etkilenmektedir. Bunun sebebi, belgeselde yer alan karakterlerin bir oyuncu tarafından hayata geçirilen karakterler değil, bizzat yaşayan kişiler olması, filmde yer alanların da yerinde ve zamandın kayıtlarla yaşananların gerçek görüntüleri olduğunun bilinmesidir. Ancak bu inanılabilirlik çerçevesinde unutulmamalıdır ki, film yapımında gerçek ve gerçeğin sunumu söz konusu olduğundan, belgeselde de, filmi yapan kişinin öznel

yaklaşımın filme de yansması kaçınılmazdır. Sonuçta sanat ile bir ifade aracı olan belgesel, konusuna karşı nesnellik ideali içinde olsa da, belgeseli yapan kişinin yorumunu taşımaktadır. Belgeselcinin yanı sıra belgeselin izleyiciye ulaşma imkanı bulduğu mecra, yayın kuruluşu, dijital platformlar, festivaller vb. de bir bakıma, yönetmenlerine verdiği projeler üzerinden, ya da gösterim için seçtiği filmlerle “gerçeklerin hangi küçük bölümünü” yansıtacağı belirleyerek, sadece “gerçek” değil “gerçeğin yeniden sunumu”nda aktör olabilmektedirler (Lutz, 2004: 55).

Destinasyon imajı turistin sahip olduğu bilgi ve yargılar ile, destinasyona dair hissettiği duygular olmak üzere ikili bir yapıdan oluşur, destinasyon tercihi aşamasında turistlerin destinasyon ile ilgili beklentilerini belirler. Direkt yerinden, yerlisi tarafından oluşturulan anlatılar, turizm destinasyonunda aidiyetlik hissi beklentisi yüksek turist açısından hem bilgi hem duygu boyutunda cezbedici olmaktadır. Turistlerin aidiyetlik hissi beklentilerindeki yükseliş turizm uygulamalarındaki Airbnb, otel yerine ev kirayıp kalmak gibi, uygulamaların da ortaya çıkması ve gelişmesindeki etkili unsur olarak açıklanmaktadır. Airbnb konukları yerel kültürle daha özgün deneyimler yaşadıklarını hissetmekte, otellerde kalan normal turistlerin yaşayamayacağı şeyleri gördüklerini ve yaptıklarını düşünmektedirler (TurnKey’s Consumer Travel Survey, 2018). Yerel gibi yaşamak hedefiyle turistik bir destinasyonda kişiler, kültür turizminde, yerel kültürel ritüellere katılabilir veya en otantik kültürel deneyimi elde etmek için destinasyonlarında yerel halkla birlikte kalabilirler. Bu aynı zamanda, ziyaretçinin seçilen bir amaç veya hayır kurumu için zamanını gönüllü olarak vererek yerel topluma katkıda bulunabileceği gönüllü turizmi de içerebilir (Bergstrom, 2021).

Diğer kişi veya diğer kültür hakkında yeterli bilgi ve yaşanmışlık arayışının bir pratiği olan uygun mesafe ne çok yakın ne çok uzak olarak, “yakın olmamız gerekiyor ama çok yakın değil, uzak ama çok uzak değil” şeklinde tanımlanmaktadır (Silverstone 2002: 283). Farklı kültürlerle kapı açan belgesel anlatısı ile turistik faaliyeti birlikte ele aldığımızda da yerel halkın ve turistin bakışı, konunun ve izleyicinin bakışı arasındaki farkı azaltan ama tamamen ortadan kaldırmayan temel anlatı yapısı ile örtüşmektedir. Konu ve izleyicinin bakışı arasındaki mesafeyi kısaltmada özellikle de turistik bir destinasyonun sunumu açısından öne çıkan, farklı kültürleri konu edinen belgesellerdir. Bu belgeseller açısından kültürleri tüm farklılık, özgün ve karmaşık yapıları ile ele alan bir yaklaşım gereklidir. Ancak böylelikle, iletişim araçları, görsel işitsel anlatılar aracılığı ile birbirleriyle karşılaşan toplumların önyargılardan uzak bir ilişki kurabilmeleri mümkün olabilir. Belgesel gerçeğinde bir yapım tekniği olarak katılımlı video çalışmaları, hem kültürler arasında hem de kültürün kendi içinde geniş, öz temsile dayanan bir iletişim ağının oluşturulabilmesi adına önemli bir araç olarak değerlendirilebilmelidir.

Katılımlı video çalışmaları, bir grup veya toplumun kendi filmlerinin yapımına aktif olarak katılmalarına dayanmaktadır. Peter Crawford, gözleme dayalı yapım biçimini “duvardaki sinek” olma benzetmesi ile açıklarken, katılımlı belgesel çalışmalarını “çorbadaki sinek” olmak olarak yorumlamaktadır (Crawford’dan aktaran Barbash, 1997: 73). Dijital çağda, görsel ve işitsel kayıt ekipmanları çok daha küçük, hafif, ucuz dolayısıyla ulaşılabilir hale gelmiştir. Aynı şekilde, montaj ile anlatıların yayına hazır hale getirilmesi de dijital sistemlerin getirdikleriyle çok daha kolaylaşmıştır. Ayrıca, görüntü ve ses kalitesinde herhangi bir kayıp olmadan kolaylıkla kopyalayabilme, dijital yayıncılık olanakları ile dağıtım, izleyiciye ulaşma imkânı sağlamaktadır. Dolayısıyla, kültürlerin medyada yer alacak yeniden sunumları açısından düşündüğümüzde, günümüz iletişim teknolojileri, temsillerin oluşturulmasını, dağıtımını ve tüketimini daha geniş bir kesim için olanaklı kılmaktadır. Bu çerçevede katılımlı video çalışmaları, bir film yapımının herkes tarafından gerçekleştirilebileceği esasına dayanarak, yaratıcı bir çalışma ile hikâyelerin anlatılmasından, problemlerin dile getirilmesine ve aşılmasına ya da farklı kültürlerin karşılaşmasına dek, belgeseli etkin bir araç haline getirmektedir. Bu, 1960’larda McLuhan’ın

dünyanın iletişim teknolojileri nedeniyle “küresel bir köy”¹ olduğu görüşü çerçevesinde düşünüldüğünde önem kazanmaktadır ki, benzer üretim ve dağıtım süreçlerini izleyen, sinema ve televizyon, günümüzde de artan oranda dijital medya, görüntünün dilsel sınırları aşarak farklı dillere ulaşabilirliğiyle de birlikte, uçsuz bucaksız izleyiciye ulaşma potansiyeline sahiptirler. Kamera sayesinde dünya çok daha küçük hale gelmektedir. Uzaklar yakına, oralarda yaşayan yabancılar yanımıza, geçmiş bugüne gelmektedir. Dolayısıyla katılımlı videoyu sadece belgesel-gerçek ilişkisinde bir yapım tekniği olarak ele almaktan öte günümüz küreselleşen iletişim yapısı çerçevesinde güçlü bir özsunum aracı olarak görmek gerekir.

Bugün, özellikle de akıllı telefon kameralarıyla kaydetmeye ve kaydedilmeye herkes aşınadır. Telekomünikasyon ve sosyal medya ağlarında geniş çapta erişilebilir olan bu ses ve görüntü dosyaları, bireyler, topluluklar ve olaylar hakkında bir kanıt olarak da işlev kazanmaktadır. Özellikle mobil medya teknolojilerinden doğan belgesel pratikleri, anlatıcıların uygulama alanlarını genişletirken konu, yönetmen ve izleyicileri arasındaki mesafeyi de daraltmıştır ki bunda, görüntü gerçek ilişkisini güçlendiren etkisiyle kusurlu görüntü de etkili olmaktadır. Filmlerdeki destinasyonların çekim ve kurgu teknikleriyle olduğundan farklı gösterilebileceğini düşünen izleyici/turist cilalı, kusursuzlaştırılmış anlatı yerine katılımlı yapıda akıllı telefonlarla çekilen kusurlu görüntülerin gerçeklik, inandırıcılık etkisini de tecrübe etmektedir. Yapım maliyetleri açısından da ele alındığında katılımlı yapıda oluşturulan bir belgeselde maliyetler çok daha düşük olmaktadır. Dijitalleşme ile üretim pratikleri yaygınlaşan belgesel formlarında yüksek bütçeler, geniş ekip, ekipman ve uzun yapım süreci gerektirecek yapımlar katılımlı yapı sayesinde kolaylıkla hayata geçirilebilmektedir. Filmlerin zaman sınırının ötesine geçen, neredeyse sonsuz bir ömre sahip anlatılar olmaları göz önünde bulundurulduğunda sinema salonları, televizyon ekranları, mobil ekranlar, dijital mecra gösterimleri gibi olanaklarla etkinliği gün be gün artmaktadır. Dijital mecra filmlerin uzun ömürlülüğü çerçevesinde gösterim tarihi, gişe başarısı belirleyicilerinin sınırlılığının da ortadan kalkmasını sağlamaktadır. Film yapımında birlikte yaratma ve kendin yap uygulamalarının canlanması, belgesel yapımcılarının yeni izleyici kitlelerine erişmesine de yardımcı olmaktadır.

YouTube’da “... In A Day” Katılımlı Belgeselleri

21. yüzyılın başındaki teknolojik gelişme, iletişim olanaklarını da belirlemiştir. İnternet erişimi, dünyanın dört bir yanından kullanıcıları bir araya getiren sosyal medyanın hızla gelişmesine neden olmuştur. Global Web Index'e göre, dijital tüketiciler günde ortalama 2 saatlerini sosyal medya ve mesajlaşma uygulamalarında harcamaktadır (Global Web Index, 2021: 15). Sosyal medya, eğlence ve turizm de dahil olmak üzere insan yaşamının tüm yönlerini etkilemektedir.

İnterneti kullanan bireylerin ortak bir zeminde ve paylaşım esasıyla yarattıkları ağı tanımlayan Web 2.0 araçlarından biri olan sosyal medya, internet kullanıcıları arasında yaygınlaşarak, resim, video, metin gibi farklı pek çok formatta içeriğin paylaşımı ile etkileşim sağlayarak, milyonlarca kullanıcıyı kendine çekmiştir. Bu sosyal mecralar arasında en sık kullanılan Facebook, Instagram, Myspace, Linked-in, Pinterest, Flickr, YouTube ve Dailymotion gibi örnekler sayılabilir. YouTube video temelli en çok tercih edilen platformdur. Bu platform video yükleyerek paylaşım olanağı sağlamaktadır ki birçok sosyal medya mecrası ile uyum içinde çalıştığı için paylaşım bu platformun ötesinde bir yaygınlık kazanmaktadır. Her ay 2 milyardan fazla oturum açmış kullanıcı YouTube'u ziyaret etmektedir. İnsanlar her gün bir milyar saatten fazla video izleyip,

¹ “Küresel köy” kavramı için bkz.; Marshall McLuhan, *Understanding Media. The Extension of Man*, New York: McGraw-Hill, 1964. Marshall McLuhan, *The Medium is the Message*, New York: Bantam Books, 1967.

milyarlarca görüntüleme yapmaktadır (YouTube, 2021). İlk başlarda kişisel beklentileri karşılamak için basit bir altyapı üzerine kurulan YouTube, günümüzde dev bir sosyal ağa dönüşerek geleneksel mecralar için de yeni bir vizyon oluşturmaktadır.

Web 2.0 çağının başlangıcından bu yana, bir turistik destinasyon seçip, seyahat planlarken karar verme süreçlerinde sosyal medya giderek daha önemli hale gelmektedir. Matikiti-Manyevere ve M. Kruger (2019: 7) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın sonuçları, Facebook, YouTube, Instagram ve TripAdvisor sosyal mecralarının seyahat planlama sürecinde turistler tarafından en sık kullanılan siteler olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla turist için dünyanın farklı köşelerine, uçak bileti satın alma ve sunulan yere gitmeye yönelik ilham, YouTube'da izlenen bir filmde de gelebilir. Geleneksel mecraların ticari yapılarına karşın YouTube gibi açık bir mecra dan anlatılara ulaşabiliyor olmak izleyicinin/turistin anlatıya güvenini arttırmaktadır. Destinasyonun bir filmde yer alması ile geleneksel turizm pazarlama faaliyetleri ile erişilemeyecek genişlikte bir kitleye, destinasyonun sunumunun ulaştırılması sağlanmaktadır, sosyal medya kullanımı ile bu erişim daha da artmıştır.

Çalışmada, destinasyon sunumunda filmlerin kullanılması, yenilikçi yaklaşımlarla farklılık arayışındaki izleyicinin/turistin yakalanması, dijital mecra nın değerlendirilmesi adına örnek çalışmalar olarak ele alınan "...in a Day" serisi katılımlı belgeselleri, ilk olarak "Life in a Day" (Yön. Kevin Macdonald, 2011) ile başlar.

YouTube'un beşinci yıldönümünü kutlamak için Scott Free Productions, YouTube, Playa Vista, LG ortak yapımı olarak hazırlanan orijinal "Life in a Day"² katılımlı belgeseli, yapılan çağrı üzerine dünyanın dört bir yanından katılımcının gönderdiği 24 Temmuz 2010 gününde çekilen 80.000 videodan yapılan seçki ile kurgulanmıştır. Film 2011'de Sundance Film Festivalinde prömiyerini yapmış, bunu Amerika Birleşik Devletleri, Şili, Lüksemburg, İsrail, Rusya, Kazakistan, Almanya, Birleşik Krallık, Sırbistan, Çek Cumhuriyeti, Japonya, Kanada, Hong Kong, Romanya, İtalya, Yunanistan, Güney Kore, Meksika, Belçika, İsveç, Hollanda, Filipinler, Hırvatistan, Brezilya, Fransa, Ukrayna, Macaristan, İspanya, Avustralya, Slovenya, Polonya olmak üzere dünyanın pek çok farklı yerindeki sinema ve televizyon gösterimleri izlemiştir. Film, YouTube üzerinden de 18 milyona yakın kişiye ulaşmıştır.

Bu ilk filmi aynı yapıda, benzer temalı, ancak farklı ülkelere özgü bir dizi proje takip etmiş, böylelikle "... in a Day" yapımları bir seri halinde dünyanın pek çok farklı yerinden, yerlisinden bir günün hikayesi etrafında hayata geçirilmiştir. Bu yapımlar; "Britain in a Day" (Yön. Morgan Matthews, 2012), "Japan in a Day" (Yön. Philip Martin, Gaku Narita, 2012), "Christmas in a Day" (Yön. Kevin Macdonald, Ilona Kacieja 2013), "Italy in a Day" (Yön. Gabriele Salvatores, 2014), "India in a Day" (Yön. Richie Mehta, 2015), "Spain in a Day" (Yön. Isabel Coixet, 2016), "Germany in a Day" (Yön. Sönke Wortmann, 2016), "Canada in a Day" (Yön. Trish Dolman, 2017), "Sardinia in a Day" (Yön. Fabrizio Piras, 2017), "Panama in a Day" (Yön. Ricardo Aguilar Navarro, Manuel Rodríguez, 2019) katılımlı belgeselleri olarak sıralanmaktadır.

Ridley Scott'ın Scott Free Productions firmasının isim hakkı ile üretilen tüm bu katılımlı belgeseller konularını aldıkları ülkeyi gündelik hayatın tüm doğallığı ve zenginliği ile, bizzat yerel anlatıcıların öz temsilleri ile küresel izleyiciye sunmaktadırlar. Filmlre, prestijli uluslararası festivallerde gösterilmiş, televizyon yayınları ile geniş izleyici kitlelerine ulaşmış, dijital mecra üzerinden zaman ötesi anlatılar olarak varlıklarını sürdürmektedirler.

² Life in a Day için bkz. https://www.youtube.com/watch?v=JaFVr_cJJIY (Erişim Tarihi 15.09.2022)

Serinin ikinci filmi 2012 yılında Morgan Matthews'ın yönettiği "Britain in a Day"³ BAFTA ödülleri arasında yer almış, Sheffield Belgesel Festivali'nde izleyici ile buluşmuş, Birleşik Krallık, Fransa ve Amerika Birleşik Devletlerinde gösterime girmiştir. "Kasım 2011'de sıradan bir günde, kendi sözleriyle İngilizlerin hayatına bir bakış" olarak özetlenen film için 12 Kasım 2011 Cumartesi gününe yönelik yapılan çağrı ile YouTube üzerinden videolar toplanmıştır. Bitmiş film, "Britain in a Day" YouTube kanalına yüklenen 11.526 adet, toplamda yaklaşık 750 saatlik videodan yapılan seçki ile 90 dakikalık bir katılımlı belgesel olarak kurgulanmıştır. Scott Free Productions'la birlikte filmin ortak yapımcılığını Birleşik Krallığın ulusal yayın kuruluşu olan British Broadcasting Corporation (BBC)'in üstlenmesi başarılı bir ulusal turizm destinasyonu pazarlaması, kültürel temsil olarak da anlatının değerlendirildiğini göstermektedir.

2012 yılında hayata geçirilen, yönetmenliğini Philip Martin ve Gaku Narita'nın üstlendiği "Japan in a Day"⁴ de 2011'de Japonya'da meydana gelen yıkıcı tsunamiden sonra, felaketten etkilenen ve yakın bölgelerde yaşayanlar tarafından çekilen YouTube videoları ile kurgulanmıştır. Tokyo ve Londra Film Festivallerinde gösterilen, Japonya, Kanada, Birleşik Krallık'ta gösterime giren ve yayınlanan film, Scott Free Productions ile Japon medya endüstrisinde lider ticari yayıncı Fuji Television Network ortak yapımı olarak gerçekleştirilmiştir. Film sadece felakete değil, onun yanında akıp giden gündelik hayata da odaklanmaktadır. Çocuklar gürültüyle etrafta koşuştururken, yaşlılar yas tutmaya girmektedir, bir baba-oğul ikilisi bisiklet turuyla günün tadını çıkarırken, Kawazu'da kiraz çiçekleri arasında yapılan bir gezi izleyenleri büyülemektedir. Tüm zorluklara rağmen yaşamaya devam eden Japonların, hem de Japonya'nın tüm zenginliği izleyici ile bu anlatıda buluşmaktadır.

2014 yapımı "Italy in a Day"⁵ yönetmenliğini Gabirele Salvatores üstlenirken, yapımcılığını Scott Free Productions ile birlikte, İtalya'nın ulusal kamu yayın kuruluşu Rai (Radiotelevisione Italiana) ve Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (MiBACT) (İtalyan Kültür Varlıkları, Faaliyetleri ve Turizm Bakanlığı) üstlenmektedir. Dünyanın en saygın ve uluslararası etkiye sahip festivallerinden Venedik Film Festivali'nde gösterimi gerçekleştirilen, ödüller alan film, İtalya, Polonya ve İngiltere'de gösterime girerek de izleyici ile buluşmuştur. "Italy in a Day, sorunlu ama hareketli bir ülkenin sürekli değişen portresi için, binlerce İtalyanın çektiği videolarla kurgulanmıştır." kısa tanıtımı ile izleyicisine sunulan film, İtalya'nın karmaşık yaşamını gözler önüne sererken, farklılık, otantiklik, yerellik hissi arayışının peşindeki turiste de cazip bir kapı aralamaktadır.

2015 yapımı, "India in a Day"⁶ (Yön. Richie Mehta) ise Scott Free Productions ile GoogleIndia'nın ortak yapımı olarak hayata geçirilmiştir. Sheffield, Toronto gibi önemli uluslararası festivallerde gösterilen film, GoogleIndia'nın YouTube kanalı üzerinden de 585.000'in üzerinde izleyiciye ulaşmıştır. 10 Ekim 2015 gününe ait Hindistan'ın dört bir yanından katılımcının gönderdiği çekimlerle kurgulanan katılımlı belgesel, ülkenin lirik bir portresini sunmaktadır. Sevinçleri ve üzüntüleriyle, geniş bir coğrafyadaki, büyük bir ulusun içten görüntüsünü izleyiciye taşımaktadır. GoogleIndia Pazarlama Direktörü Sandeep Menon projedeki ortaklıklarını, "Gelişmekte olan Hindistan'ın hikayesini sergilemeye yardımcı olacak bu projede ortak olmaktan

³ Britain in a Day için bkz. <https://www.bbc.co.uk/programmes/p00kqz5p> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

⁴ Japan in a Day için bkz. <https://www.youtube.com/watch?v=0sj8UGuX2rY> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

⁵ Italy in a Day için bkz. <https://www.youtube.com/watch?v=oHFIKixlIKQ> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

⁶ India in a Day için bkz. <https://www.youtube.com/watch?v=vbcUMvrsvJk> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

büyük heyecan duyuyoruz ve bu deneyimi herkesle paylaşmayı dört gözle bekliyoruz" sözleriyle açıklamaktadır ki bu gelişmekte olan Hindistan'ı görmeye açık bir davet olarak da değerlendirilebilir (Business Standard, 2015).

2016 yapımı "Spain in a Day"⁷ için yönetmen Isabel Coixet, yaptığı çağrı ile tüm İspanyolları 24 Ekim gününde hayatlarına dair yaptıkları çekimlerle belgesele katkıda bulunmaya davet etmiştir. İspanya'nın güzel ve dokunaklı bir görüntüsünü sunan, İspanyol yaşamını özetleyen belgesel bu çağrı üzerine gelen 22.638 çekimden seçilen 404'ü ile kurgulanmıştır. Öncelikle San Sebastian Film Festivali'nde izleyici ile buluşan film sonrasında İspanya'da gösterime girmiş, sonrasında yapımcılarından RTVE'nin web sitesi ve YouTube kanalı üzerinden küresel izleyici ile de buluşmuştur. RTVE; Corporación de Radio y Televisión Española (İspanyol Radyo ve Televizyon Kurumu)'nun yapımdaki ortaklığı, bir ulusal kültür politikası çerçevesinde ülkenin tanıtımında öz temsillerin kullanımına, farklı anlatı yapılarına yapılan yatırımın örneği olarak değerlendirilebilir.

2016 yapımı "Germany in a Day"⁸ (Yön. Sönke Wortmann) için Almanlar, "Life in a Day" e benzer şekilde, 20 Haziran Cumartesi günlerini anlatan, sadece birkaç saniyeden 24 saate kadar değişen sürelerde çekimlerini paylaşmaya davet edilmişler, film bu çekimlerle kurgulanmıştır.

2017'de Trish Dolman'ın yönettiği "Canada in a Day"⁹ Kanada'nın on eyaleti, üç bölgesinden, Ojibway, Squamish, Mohawk, Mi'kmaq, Cree ve Inuktitut gibi farklı yerel dillerde de, 10.000'in üzerinde, Kanadalının gönderdiği 10 Eylül 2016 gününe ait videolarla kurgulanmıştır. Yapımcılarından CTV Kanada'nın en büyük özel televizyon kuruluşudur. Kanalı YouTube kanalı üzerinden tüm yapım süreci de paylaşılan belgesel Kanadalı olmanın gerçek bir yansıması olarak tanımlanmakta, filmin dünyaya Kanada'nın Kanadalılar için ne anlama geldiğini söyleme şansı olduğu belirtilmektedir.

Yönetmenliğini Fabrizio Piras'ın üstlendiği 2017 yapımı "Sardinia in a Day"¹⁰ serinin diğer filmlerinden, tamamen kitlesel kaynak kullanımına dayanan, sıfır bütçeli yapısı ile ayrılmaktadır. Filmin jeneriğinde de belirtildiği üzere "...in a Day" isim kullanımı izni Scott Free Productions'dan alınarak hayata geçirilen film için Sardunya Adası sakinlerinden 8 Ağustos günlerini filme çekmeleri istenmiştir. Adanın genç sanatçılarının oluşturduğu bir sivil girişim tarafından, Sardunyalıların Sardunya'yı dijital iletişim çağında, anında paylaşım ve görüntülerin gücünü arkalarına alarak, yenilikçi bir yapıda anlatmaları sağlanmıştır.

2019 yapımı "Panama in A Day"¹¹ (Yön. Ricardo Aguilar Navarro, Manuel Rodríguez) ortak yapımcıları ve sponsorları çerçevesinde değerlendirildiğinde tam bir ulusal destinasyon pazarlaması ortaklığı ürünü olarak değerlendirilebilir. Panamanın önemli ulusal televizyon kuruluşlarından Telemetro-Medcom yapımcılığında, Banesco Bankası, Panamanın ulusal havayolu şirketi Copa Havayolları, El Campeón alışveriş merkezleri, Internacional de Seguro sigorta şirketi, Super 99 süpermarketleri, KFC Panama sponsorluğunda hayata geçirilmiştir.

⁷ Spain in a Day için bkz. <https://www.rtve.es/television/spain-in-a-day/> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

⁸ Germany in a Day için bkz. <https://www.youtube.com/watch?v=ymWuiGsCBK0> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

⁹ Canada in a Day için bkz. <https://www.youtube.com/c/CanadaInADay/featured> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

¹⁰ Sardinia in a Day için bkz. <https://www.youtube.com/channel/UCKHsGSbSGLxdcP84I5OwmhA> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

¹¹ Panama in a Day için bkz. <https://www.telemetro.com/panamainaday> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

Film, sponsorlarından Baneco Bankası tarafından, sürdürülebilirliklerinde başarılı bir girişim, eşitlik ve kapsayıcılığın vurgusu ile Panama'da gündelik hayatın en sıra dışı yönlerini göstermeye katkı olarak değerlendirilmektedir (Baneco, 2019: 38).

Ortaya çıkan filmler, sınıf, cinsiyet ve sosyal konumların ötesinde deneyimlerin yaşandığı, benzersiz mekânların portreleridir. Filmlerin yapısı, katkıda bulunanların aile yaşamlarına, rutinlerine ve varoluşsal derin düşüncelerine tanık olurken, gece yarısından gece yarısına kadar günün 24 saatlik döngüsünü takip etmek üzere kurulmuştur. İnsanların katışıksız, saf çeşitliliği ve kendi kameralarıyla yaptıkları çekimler, konuşmaları, sosyal hayata, kültüre ve yerel yaşama dair ipuçları vermektedir. Dijital film yapım olanakları, çevrimiçi küresel gösterim imkânları izleyici/turisti yaşam tecrübelerine ve erişilemeyen hikâyelere yaklaştırır. Tüm bu filmlerde seyirci, serinin ilk filminde görülen türden bir yakınlık kazanır ve bir de bu kadar çok tutkulu insanın kendi evleri hakkında dürüstçe konuştuğunu görmek içtenliği getirir. Bu filmlerde yönetmenin gözü, sıradan Hintli, Alman, Sardunyalı ve onların seçtikleri öznelerin gözüdür. Dolayısıyla medya üzerinden kurulan yakınlık, nesiller, topluluklar ve coğrafyalar arasında özneliliği deneyimlemeyi de sağlar. "... in a Day" filmlerinin bu kendiliğindenliğe dayanan yapısı, izleyici/turistin burayı gezme, görme, filmi izlerken edindiği duygu ile aynı duyguyu kendi yaşam tecrübesinde oraya giderek yeniden üretme, isteği uyandırması açısından oldukça etkili bir araç olarak işlemektedir.

Tablo 1'de ele alınan, Beerli ve Martin (2004: 659)'in, destinasyon imajı bileşenlerini dokuz temalı bir ölçek ile sundukları derleme, "Destinasyon İmajı Bileşenleri" tablosu, alt başlıklarla örneklendirilerek yer verilen doğal kaynaklar, genel altyapı, turist altyapısı, turistler için boş zaman ve dinlenme olanakları, kültür, tarih ve sanat, siyasi ve ekonomik faktörler, doğal çevre, sosyal çevre, mekânın atmosferi dokuz ana temayı oluşturmaktaydı. "...in a Day" serisi içinde yer alan tüm filmlerde yerinden, yerlilerin anlatımları içinde tüm bu temaların izlerini sürmek mümkündür. Belgesel anlatısı tüm bu bileşenleri kendiliğinden içerecek bir şekilde, gerçek hayatın akışı içinde sunmaktadır. Doğrudan turistik olmayan bir uyarıcı olarak, YouTube gibi açık bir mecraadan ulaşılan, cilalı ve kontrollü bir sinematografik dilden uzak bu filmler destinasyonlara yönelik planlara ilham olabilecek güçlü, potansiyeli iyi değerlendirilmesi gereken anlatılardır.

SONUÇ

Gün geçtikçe artan rekabet ve genişleyen pazarda, sinema, televizyon, dijital mecralar olmak üzere farklı pek çok mecraada, filmlere destinasyonların yerleştirilmesi, geleneksel destinasyon sunum, tanıtım, pazarlama faaliyetleri ile ulaşılması zor bilinirliği yaratan, olumlu bir destinasyon imajı oluşturan ve destinasyona yönelen turist sayısına katkı ile sonuçlanan bir uygulama olarak değerlendirilmelidir. Günümüzde turistik destinasyonlar, artan teknolojik ve kültürel değişimlerle birlikte gelişmek zorundadır. Turistik destinasyonları başarılı bir şekilde tanıtmanın anahtarı, artık televizyon reklam kampanyalarına veya broşür basmaya büyük bütçeler harcamaktan öte stratejiler gerektirmektedir. Özellikle de farklılık ve otantiklik arayışının arttığı turizm faaliyetinde, yereli daha çok tecrübe etmeye yönelen turist açısından yerinden ve yerlisinden, çalışmada ele alınan yapıda katılımlı belgeseller gibi farklı, yaratıcı çözümler iyi değerlendirilmelidir. Filmsel anlatılardaki gerçekliği sorgulayan medya okuryazarlığı düzeyinde doğrudan turistik olmayan anlatılar izleyici/turisti cezbetmede etkin bir araç haline gelebilmektedir.

Türkiye'nin filmlerde, çalışmamız özelinde de belgesellerde, geleneksel-modern, Doğu'lu-Batılı karşıtlıkları içinde ekonomik ve sosyal boyutları ile daha geleneksel bir çizgide, benzer konularla, anlatım kalıplarıyla ve stereotiplere kayan karakterlerle yeniden ve yeniden sunulması yerine,

kültürlerin kendi özsunumlarını oluşturmalarında katılımlı filmleri de bir yapım tekniği olarak kullanarak, hem bir özeleştirici ile, hem gerçekten Türkiye'nin sosyal, ekonomik, siyasal yaşamındaki olumsuzlukları ele alarak değişiminde bir aktör olabilmek, hem de sahip olduğumuz farklı değerleri, zenginlikler olarak yansıtabilmek mümkün olabilecektir. Kapitalizm bizi daha yeni dikkat dağıtıcı sınırlara iterken bile, standartlaştırılmış formatlardan kaçınan ve kültürel çeşitliliği teşvik eden, çalışma özelinde ele alınan katılımlı belgesel gibi özgün formların potansiyelinden turistik destinasyonların sunumunda da faydalanılabilir, farklı özgün formlar denenebilir.

KAYNAKÇA

Aydoğan, D. (2018). Deneyim Arayışı Olarak Turist Davranışı ve Sinema'nın Potansiyel Rolü. *International Symposium on Innovative Approaches in Scientific Studies*, Volume 2(2018), 274-280.

BanESCO Sustainability Report, (2019). https://paprodwebstordata.blob.core.windows.net/filesbanesco/Sustainability_Report_2019.pdf (Erişim Tarihi 15.09.2022)

Barbash, I. (1997). *Cross-cultural Filmmaking: A handbook for Making Documentary and Ethnographic Films and Videos*, Berkeley: University of California Press.

Beerli, A., and Martin, J. D. (2004). Factors Influencing Destination Image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.

Bergstrom, N. (2021). How the Rise of Experience Tourism is Changing Travel (<https://www.traveloffpath.com/how-the-rise-of-experience-tourism-is-changing-travel/>) (Erişim Tarihi 15.09.2022)

Bolan, P., and Williams, L. (2008). The Role of Image in Service Promotion: Focusing on The Influence of Film on Consumer Choice Within Tourism. *International Journal of Consumer Studies*, 32(4), 382-390.

Business Standard, (2015). https://www.business-standard.com/article/beyond-business/google-making-capture-india-in-a-day-a-film-on-india-in-24-hours-115100100899_1.html (Erişim Tarihi 15.09.2022)

Culler, J. (2009). Turizmin Göstergebilimi, Turist: Modern Çağın Seyyahı? 'Der. Cogito' içinde, Çev. Erkan Ünal, 59, 97-112. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Gartner, W. C. (1994). Image Formation Process. *Journal of Tourism & Tourism Marketing*, 191-215.

Global Web Index Social Media Report, (2021). <https://www.gwi.com/reports/social> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

Gunn, C. A. (1972). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. Austin: Bureau of Business Research, University of Texas.

Hudson, S., and Ritchie, J. B. (2006). Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of Travel Research*, 44(4), 387-396.

İlban, M.O. (2007). Destinasyon Pazarlamasında Marka İmajı ve Seyahat Acentalarında Bir Araştırma, Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kotler, O., Haider, D. H., and Rein, Y. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: The Free Press

Lutz, C. A., and Collins, J. L. (2012). *National Geographic'i Doğru Okumak*, Çev. Mefkûre Bayatlı, İstanbul: Agora Kitaplığı.

Macionis, N. (2004). Understanding The Film-Induced Tourist. *International Tourism and Media Conference Proceedings*, Vol. 24, 86-97, Tourism Research Unit, Monash University: Melbourne, Australia.

Matikiti-Manyevere, R., and Kruger, M. (2019). The Role of Social Media Sites in Trip Planning and Destination Decision-Making Processes. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1-10.

Nichols, B. (1991). *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary* (Vol. 681). Indiana University Press.

Piggott, R., Morgan, N., and Pritchard, A. (2004). New Zealand and The Lord of the Rings: Leveraging Public and Media Relations. *Destination Branding*, 207-225.

Rewtrakunphaiboon, W. (2009). Film-induced Tourism: Inventing a Vacation to a Location. *BU Academic Review*, 8(1), 33-42.

Riley, R., Baker, D. and Van Doren, C.S. (1998). Movie Induced Tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 919-935.

Silverstone, R. (2002). Regulation and The Ethics of Distance: Distance and The Ethics of Regulation. *What*: 279-285. https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/silverstone02.pdf (Erişim Tarihi 15.09.2022)

Suni, J. (2011). *An Exploratory Study of Movie-Induced Tourism Motivations – A Case of SF-Filmtown*, University of Eastern Finland, Faculty of Social Sciences.

TurnKey's Consumer Travel Survey, (2018). Study Shows Travelers Prefer Vacation Rentals Over Hotels, <https://blog.turnkeyvr.com/study-shows-travelers-prefer-vacation-rentals-hotels/> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

Yılmaz, H., ve Yolal, M. (2008). Film turizmi: Destinasyonların Pazarlanmasında Filmlerin Rolü. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 175-192.

YouTube, (2021). <https://www.youtube.com/intl/en-GB/about/press/> (Erişim Tarihi 15.09.2022)

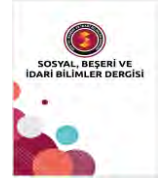


Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(11): 1632-1654.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1121](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1121)

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



KAVRAMSAL MAKALE

Covid 19 (Koronavirüs) Pandemisinin Kentler İçin Gündeme Getirdiği “Yürünebilir Kentler” ve Yürünebilirliği Destekleyen Diğer Yaklaşımlar

Arş. Gör. Dr. Duygu AK ÇETİN, Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uşak, e-posta: duygu.ak@usak.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6736-5643>

Okan AKPINAR, Doktora Öğrencisi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, e-posta: akpinaro@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9629-1786>

Öz

Covid 19 (Koronavirüs) pandemisinin kentler için gözler önüne sermiş olduğu bir gereklilik artık kentsel yerleşimlerin araba odaklı olmaktan çıkarılarak daha çevreci, daha sürdürülebilir ve insanı merkeze alan yaklaşımlar ile planlanması olmuştur. Bu süreçte adını en fazla duyuran model olarak “yürünebilir kentler” ve onunla birlikte yürünebilirliği destekleyen “15 dakikalık kentler”, “akıllı büyüme”, “yeni şehircilik” ve “toplu taşıma odaklı gelişme” gibi yaklaşımlar da gündeme gelmiştir. Çalışmanın amacı, farklı isimler taşımakla birlikte yürünebilirliği destekleyen ve odağına yerleştiren bu yaklaşımları bir araya getirerek “yürünebilir kentler” literatürüne katkı sağlamak ve yürünebilir kentlerin yaratılmasında gelecekte yapılabilecek çalışmalar için kuramsal bir zemin oluşturmaktır. Çalışmada bu amaçla söz konusu yaklaşımlar yürünebilirliği destekleyen özellikleri ile literatüre dayalı olarak değerlendirilmektedir. Tüm bu planlama yaklaşımları, özellikle son 20 yılda kentleşme ve planlama literatürlerinde çok tartışılmakta ve hepsinin kabul ettikleri stratejiler birçok açıdan ortaklaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yürünebilir Kentler, 15 Dakikalık Kentler, Akıllı Büyüme, Yeni Şehircilik, Toplu Taşıma Odaklı Gelişme.

Makale Gönderme Tarihi: 18.07.2022

Makale Kabul Tarihi: 01.11.2022

Önerilen Atıf:

Ak Çetin, D. ve Akpınar, O. (2022). Covid 19 (Koronavirüs) Pandemisinin Kentler İçin Gündeme Getirdiği “Yürünebilir Kentler” ve Yürünebilirliği Destekleyen Diğer Yaklaşımlar, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1632-1654.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(11): 1632-1654. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1121](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1121)

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



CONCEPTUAL PAPER

“Walkable Cities” Brought to the Agenda by the Covid 19 (Coronavirus) Pandemic for Cities and Other Approaches that Support Walkability

Dr. Duygu AK ÇETİN, Uşak University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Uşak, e-mail: duygu.ak@usak.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6736-5643>

Okan AKPINAR, Ph.D. Student, Trakya University, Institute of Social Sciences, Edirne, e-mail: akpinaro@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9629-1786>

Abstract

A requirement that Covid 19 (Coronavirus) pandemic has revealed for cities is that urban settlements are no longer car-oriented and must be planned with more environmentalist, more sustainable and human-centered approaches. In this process, "walkable cities" as the model that made its name the most, and with it, some approaches that support walkability such as "15-minute cities", "smart growth", "new urbanism" and "transit-oriented development" came to the fore. The study aims to contribute to the "walkable cities" literature by bringing together these approaches that support and focus on walkability, although they have different names, and to create a theoretical basis for future studies in the creation of walkable cities. For this purpose, these approaches are evaluated in the study based on the literature with their features that support walkability. All these planning approaches have been much discussed in the urbanization and planning literatures, especially in the last 20 years, and the strategies they all adopt are common in many aspects.

Keywords: Walkable Cities, 15-Minutes City, Smart Growth, New Urbanism, Transit-Oriented Development.

Received: 18.07.2022

Accepted: 01.11.2022

Suggested Citation:

Ak Çetin, D. and Akpınar, O. (2022). “Walkable Cities” Brought to the Agenda by the Covid 19 (Coronavirus) Pandemic for Cities and Other Approaches that Support Walkability, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1632-1654.

GİRİŞ

Covid 19 (Koronavirüs) pandemisi yalnızca ekonomik veya toplumsal kurguları değil, fiziksel ve mekansal kurguları da yeniden ele alma gerekliliğini ortaya koymuştur. Kentsel yerleşimlerin artık araba odaklı olmaktan çıkarılarak daha çevreci, daha sürdürülebilir ve insanı merkeze alan yaklaşımlar ile planlanması gerektiği açığa çıkmıştır. Bu doğrultuda herkesin tüm olanaklardan, daha sağlıklı ve güvenli bir çevrede yaşama hakkından eşit bir biçimde faydalanabilmesi için fiziksel yakınlık, erişilebilirlik, kompakt arazi kullanımı gibi özelliklere sahip küçük ölçekli mahalleleri esas alan bazı yaklaşımlar ortaya atılmıştır. Bu yaklaşımların düşünsel kökenleri pandemi öncesinde de var olmakla birlikte, pandemi sürecinin etkileri ile birlikte tekrar gün yüzüne çıkmışlardır.

Arabaya bağımlı bir hayatın azaltılması aynı zamanda kentler için hava ve gürültü kirliliğinin azaltılması, ulaşımdan kaynaklı enerji tüketiminin düşürülmesi ve iklim değişikliğiyle mücadele edilmesi gibi çevresel katkıları da beraberinde getirecektir. Hem pandemi hem de iklim değişikliği ve diğer çevresel sorunlar, endüstri devriminden beri var olagelen ekolojik yıkımın somut tezahürleridir. Bugün birçok kent için “2050 yılına kadar karbon nötr olma” planı/hedefi geçerlidir ve kentsel mekanda yapılacak değişiklikler bu plana hizmet edecek şekilde yapılmaya çalışılmaktadır. Bu süreçte en fazla adını duyuran model, “yürünebilir kentler” olmuştur. Yürünebilir kentler, “temel hizmetleri erişilebilir mesafede planlamanın önemi”nden (Pehlivan, 2021: 357) hareketle, kişilerin günlük ihtiyaçlarını herhangi bir araca ihtiyaç duymadan yürüme mesafesinde karşılayabilmesini ifade etmekte olup hem toplumsal hem de rekreasyonel bir değer taşımaktadır.

Yürünebilirliği destekleyen ve odağına yerleştiren birçok planlama yaklaşımı bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar yeni olmamakla birlikte pandemi sonrası değişmesi gereken kentleşme anlayışı için uygun düşmektedir. Bunlar arasında en çok ses getireni, Anne Hidalgo’nun 2020 yılı Paris belediye başkanlığı seçimleri için tekrar aday olmasıyla danışmanı ve fikrin sahibi Moreno’nun “15 Dakikalık kent” modelini seçim programının temeline yerleştirmesi olmuştur. Bu yaklaşım, kompakt bir alanda, kent sakinlerinin temel ihtiyaçlarına en fazla 15 dakikalık bir yürüme ve bisiklete binme mesafesinde erişebilmelerini, hizmetlerin birbirine yakın olması ile herkesin her zaman her şeye ulaşabildiği bir kentsel gelişimi amaçlamaktadır (Öztaş, 2021: 106).

Literatürde söz konusu planlama yaklaşımlarına yönelik olarak yapılmış çalışmalar arasında Capasso Da Silva vd.’nin (2020) sürdürülebilir bir planlama hedefi olarak 20 dakikalık şehirleri değerlendirdiği çalışmalarında şehirlerin yürüme, bisiklet veya toplu ulaşım ile 20 dakika içinde erişilebilecek bir şekilde planlanmasının mümkün olduğunu bildirmiştir. Makalede Arizona Tempe şehri örnek olay olarak seçilmiş ve yazarlar şehrin bisiklet veya toplu ulaşım ile 20 dakika içinde ulaşılabilir olduğu halde nihai olarak 20 dakikalık şehir kavramının etkisini azaltacak kentsel yayılmanın bazı biçimlerini deneyimlediğini ifade etmiştir. Kentsel yayılmanın güncel trendleri ile kavram yalnızca sakinler temel olanaklara erişmek için otomobile bağlı kalırlarsa devam edebilecektir (Capasso Da Silva vd., 2020: 2). Moreno vd. (2021), gelecekteki pandemi sonrası şehirlerinde sürdürülebilirlik, dayanıklılık ve mekan kimliği aracı olarak “15 dakikalık kent”i tanıttıkları çalışmalarında 15 dakikalık şehir ihtiyacı hem sağlıklı bir yaşam tarzının teşvik edilmesinin bir yolu olmasının yanı sıra eşit oranda ekolojik sürdürülebilirlik, sosyal etkileşimin ve yurttaş katılımının teşvik edilmesi ile ilişkili olarak diğer boyutlara da odaklanmaktadır. Ayrıca bütün temel hizmetlerin yakınlığını vurgulayarak otomobil bağımlılığına işaret etmektedir (Moreno vd., 2021: 97). Pozoukidou ve Chatziyiannaki (2021: 3-4), fiziksel planlama açısından 15 dakikalık şehirlerin; erişilebilirlik, yürünebilirlik, yoğunluk, karma arazi kullanımı ve tasarım çeşitliliği olarak adlandırılan ağırlıklı olarak geçmişte planlamanın en iyisi olarak kullanılan katkılara dayandığını

belirtmektedir. Diğer çevre merkezli yaklaşımlar ile 15 dakikalık şehir arasındaki temel farklılık olarak 15 dakikalık şehrin yakınlık kavramını iyileştirerek insanları aktiviteye değil, aktiviteleri çevreye getirme niyetinde olmasını göstermektedir. Weng vd. (2019: 263), 15 dakikada yürünebilir çevrelerin yaş ve ekonomik durum gibi özelliklerle ilişkili olarak toplumsal eşitsizliğin bazı formlarını sunabileceğinden endişe etmişlerdir. Çocuklar gibi daha genç insanların ilgi duyabileceği temel olanaklar (spor tesisleri ve oyun alanları gibi) yaşlı insanların ilgi duyabileceği olanaklardan farklı olabileceğini, ayrıca farklı grupların farklı yürüme davranışları ve hızları olabileceğini, bu nedenle kent plancılarının bilgilendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte yazarlar, yürüme mesafesi içinde farklı demografik grupların toplumsal ihtiyaçlarının yeterince karşılanmadığını ve herhangi bir zamanda, dezavantajlı olarak kaldığını da gözlemlemiştir.

Çalışmanın amacı, farklı isimler taşımakla birlikte yürünebilirliği destekleyen ve odağına yerleştiren yaklaşımları bir araya getirerek “yürünebilir kentler” literatürüne katkı sağlamak ve yürünebilir kentlerin yaratılmasında gelecekte yapılabilecek çalışmalar için kuramsal bir zemin oluşturmaktır. Çalışmanın birinci bölümünde Covid 19 pandemisinin kentler üzerindeki etkileri ele alınmaktadır. İkinci bölümde “yürünebilir kent” kavramı “yürünebilirliğin önemi”, “komşuluk birimi/mahalle birimi”, “yürünebilir kentler: kavramsal çerçeve, yürünebilirliği etkileyen unsurlar/özellikler” alt başlıkları ile açıklanmaktadır. Üçüncü bölümde ise yürünebilirliği destekleyen diğer yaklaşımlar olan 15 dakikalık kent (*15-minute city*), Amerika’da 1990’lı yıllardan itibaren kentsel büyümenin kontrol edilmesine yönelik planlama gündeminde yer almaya başlayan akıllı büyüme (*smart growth*), yeni şehircilik (*new urbanism*) ve toplu taşıma odaklı gelişme (*transit-oriented development*) yaklaşımları, yürünebilirliği destekleyen özellikleri ile literatüre dayalı olarak değerlendirilmektedir. Tüm bu yaklaşımların, kentlerin daha güvenli, dayanıklı, sağlıklı ve yaşanabilir hale getirilmesi, kent hizmetlerinin yerelde merkezleştirilmesi, topluluk hissinin güçlendirilmesi gibi sahip oldukları ortak paydalar ile yürünebilirliğe ilham olan kentsel yaklaşımlar olarak bu çalışmada bir araya getirilmiş olması, çalışmayı önemli kılmaktadır.

COVID-19 ve KENTLER

Tarihsel ilerleme süreci içerisinde değerlendirildiğinde günümüzde var olan kentlerin nasıl ve ne şekilde planlandığı, büyük ölçüde içerisinde bulunduğu dönemin baskın teknolojik ve sosyo-kültürel gelişmeleri ve o dönemde gerçekleşmiş olan büyük krizlerin etkisi ile ilişkili olduğu görülmektedir. Örneğin, 19. yüzyılda gerçekleşen kolera salgını kentlerde kanalizasyon ile içme suyu arasındaki arıtma sistemlerinin geliştirilmesine neden olmuştur. Sanayileşme Dönemi’nde ise Avrupa’da gecekondu bölgelerinde aşırı yoğunluk yaşanmasından sebeple solunum yolları hastalıkları çerçevesinde düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Yine iletişim ve ulaşım da yaşanan büyük teknolojik ilerlemeler kentlerin gelişiminde ve birbirleri ile ilişkilerinde önemli bir yere sahip olmuştur ve olmaya da devam etmektedir. Çin’in Wuhan şehrinde 2019 yılının son ayında meydana çıkan ve küresel çapta kısa sürede yayılan Covid-19 salgını da kentlerin kısa vadede yaşamsal biçimlerini değiştirmiş ve etkileri de salgının başlangıcından iki yılı aşkın süre geçmesine rağmen anlaşılmaya çalışılmaktadır. Bu salgının kentler üzerinde sosyo-kültürel ve fiziksel olarak oldukça derin izler bırakacağı düşünülmektedir (Özcü ve Sayan Atanur, 2020: 239).

İnsanlık tarihi boyunca pandemi niteliğinde ortaya çıkan birçok hastalık için yoğun bir nüfusu barındıran ve bu nedenle doğası gereği yakın etkileşimi de barındıran kentsel mekânlar önemli olmuştur. İnsan hareketliliğine bağlı olarak yayılan salgınlar arasında Covid-19 dışında veba hastalığı ve İspanyol gribi de vardır. Ancak bunlardan farklı olarak Covid-19 pandemisi, hem

nüfus yoğunluğunun hem de insan etkileşiminin giderek daha da arttığı, iletişim ve ulaşım olanaklarının daha da geliştiği bir zamanda ve dünyada çok daha kısa sürede yayılma imkanı bulmuştur. Bu hızlı yayılımın sebeplerinden bir diğeri, küreselleşme olarak gösterilmektedir. Bilindiği üzere sanayi devrimi ve ticari gelişmeler kentleşmeyi ortaya çıkarmış, daha sonra iktisadi faaliyetler ile birlikte ülkelerin sınırları genişlemeye başlamış, bu fırsatlardan yararlanıp ülkelerinden daha başat aktörler olarak küresel kentler ortaya çıkmıştır (Çam, 2020: 68-73).

Covid-19 pandemisinin küresel anlamda hızla yayılması sonucunda oldukça fazla ülkede insanlar gündelik yaşamlarında en fazla kullandıkları mekanlar olan toplu taşımalar, iş merkezleri, alışveriş merkezleri, kamu binaları ve eğlence mekanları gibi kamusal alanlarda kullanımlarını kısıtlamak durumunda kalmışlardır. Alınan tüm bu önlemler özellikle yoğun nüfusu barındıran kentsel alanlarda temasın en aza indirilmesi ve böylelikle Covid-19'un yayılımının önlenmesi açısından oldukça önem arz etmiştir (Çam, 2020: 69-70). Ayrıca salgın ile birlikte kullanılamaz hale gelen okul binalarının yerini çevrimiçi derslerin aldığı, yine çeşitli kurum ve plazalarda çalışan insanların çevrimiçi imkânlar dâhilinde iş ve toplantılarını mekândan ve zamandan bağımsız bir şekilde yerine getirdikleri, alışveriş merkezlerinin yerini de çevrimiçi alışveriş/e-ticaretin aldığı görülmektedir. Robotlar, otonom araçlar, yapay zeka, ultra geniş bant iletişimi, büyük veri, 5G, sanal ve artırılmış gerçeklik olgusu, kripto paralar, giyilebilir teknolojiler, nano teknoloji, dijital dönüşüm, endüstri 4.0, toplum 5.0 vb. unsurlar gündemde yerini hızla artıran gelişmeler olarak ön plana çıkmaktadır (Aykut, 2020).

Kuşkusuz Covid-19'un yayılması ve salgın haline gelmesi bir kentleşme problemidir. Bu nedenle de kentlerin özellikleri, geleceği, kentlerdeki yeni yaşam biçimi ve planlaması ile ilişkili olarak tartışılmalıdır. Kentlerin planlamasında özellikle halk sağlığının tüm hedeflerden üstün tutulması gerekliliği bu salgın ile bir kez daha vurgulanmıştır (Özüduru, 2020: 8). Bu süreçte kent planlamasının aşağıdaki adımlar ölçüsünde etkileneceği düşünülmektedir (Özüduru, 2020: 8):

- Temel hizmetlere erişim, kentsel yaşam ve halk sağlığı,
- Kamusal alanların oluşturulması,
- İklim değişikliğinin öneminin kavranması,
- Daha fazla şehir ve bölge planlaması kapsamında çalışmaların yapılması,
- Sayısal veriler bağlamında afet ve kriz yönetiminin öneminin anlaşılması.

“İyi bir krizi asla boşa harcama” özdeyişini akılda tutarak Covid-19 pandemisi kent planlarına kentlerimizi daha ekolojik ve sürdürülebilir yollarla nasıl yeniden organize edebileceğimizi düşünmek için uygun bir fırsat sağlamıştır (NíChúláin ve Davlashyan, 2021). Çok sayıda kentte bugün kentsel planlama konularını işaret eden yeni planlama kavramları tanıtılmaktadır: kompakt kent, süperbloklar, 15 dakikalık kent, otomobilsiz kent veya bunların kombinasyonu (Nieuwenhuijsen, 2020). “Temel hizmetleri erişilebilir mesafede planlamanın önemi” (Pehlivan, 2021: 357), kentsel planlama alanında özellikle ulaşımın mahalle ölçeğinde daha bütüncül planlanması konusunda bazı değişimlerin yaşanmasını beraberinde getirmiştir (Balcı ve Türk, 2020: 3397). Örneğin Paris belediye başkanı Hidalgo, Seine Nehri'nin bir kısmını araba trafiğine kapatarak yayalar için yeni alanlar açmış, 40 okulun bahçesini ortak kullanım alanına çevirmiş, korona bisiklet yolları (*corona cycleways*) rejimi kurmuş (Pozoukidou ve Chatziyiannaki, 2021: 18) ve 650 km bisiklet ağı oluşturacağını açıklamıştır (Erturan, 2020).

Bu süreçte Paris'in yanı sıra dünyada Milano, New York, Berlin, Roma, Barselona, Seattle, Toronto gibi birçok büyük kent, bisiklet kullanımını teşvik etmek için yeni “pop-up” bisiklet yolları inşa etmeye başlamıştır (Erturan, 2020). Ayrıca dünya üzerinde sokakların araç trafiğine kapatılarak daha rahat ve güvenli kullanılmasını sağlamaya yönelik geliştirilen başka uygulamalar da söz konusudur. Örneğin, SFMTA (*San Francisco Municipal Transportation*

Agency-Kentsel Ulaşım Ajansı)'nın "Yavaş Sokaklar Programı" (*Slow Streets Program*), Nisan 2020'de San Francisco'da Covid-19'a bir karşılık olarak ortaya çıkmıştır. Oturma alanlarındaki belirli sokaklarda araç trafiğini kısıtlamak ve bu sokakları yürüyerek ya da bisikletle seyahat eden kişiler için ortak bir alan haline getirmek üzere tasarlanmıştır. Şehir boyunca neredeyse otuz koridor yavaş sokak olarak uygulanmıştır. Bu yavaş sokaklarda motorlu araç trafiğini en aza indirmek ve yürüme ve bisiklet sürmeyi önceliklendirmek üzere yön işaretleri ve barikatlar yerleştirilmiştir. Yavaş Sokaklar Programı'nın amacı, gerekli seyahat ve egzersizin Covid-19 pandemisi boyunca sosyal mesafeye uygun bir şekilde gerçekleştirilmesi için daha fazla alan sağlamaktır (SFMTA, 2020). Başka bir örnek ise, Barselona'nın kamusal alanların nitelik ve nicelik bakımından iyileştirilmesini sağlamak için 400x400 metre bloklar içinde yol ağlarını yeniden kurgulayan süper blok sistemidir. Barselona'nın süper blokları, araç girişini yasaklayarak hem kentin parçalarından arabaları uzaklaştırır hem de halkın günlük sosyal yaşamlarını daha güvenli, daha temiz sokaklara genişletmelerini ve perakendenin büyümesini, eğlencenin ve diğer hizmetlerin kolay ulaşımını cesaretlendirir (O'Sullivan, 2020).

YÜRÜNEBİLİR KENTLER

Covid-19 pandemisi ile birlikte insanların temel yaşam alanı olan kentlerde sürdürülebilir olmayan bazı tercihlerin değişmesi gerektiği herkes tarafından anlaşılmıştır. Bu dönemde kentleri daha dirençli kılabilecek stratejilerin ve özellikle kısa mesafelerde yürüme ya da bisiklet gibi alternatif, sürdürülebilir ve yeşil ulaşımın etkinleştirilmesinin önemi, alınan kararlarla ve örneklerle net bir şekilde ortaya konmuştur (Külekçi ve Tezer, 2021: 302). Bu süreçte kentlerin tek merkezli olması yerine herkesin temel ihtiyaçlarını yürüme mesafesinde rahatça karşılayabildiği, sosyal mesafenin korunup nüfus yoğunluğunun azaltıldığı kentlerin tasarlanması gerekliliği (Ensarioğlu, 2021: 27) "yürünebilir kentler" ve onu destekleyen diğer bazı yaklaşımların yaygınlaşmasına öncülük etmiştir.

Yürünebilirliğin Önemi

Günümüzün hızlı ve küresel dünyasında insanlar için aktif bir yaşamdan ziyade hareketsiz ve pasif bir yaşam geçerlidir (Akçam ve Karaçor, 2018: 1365). Söz konusu fiziksel aktivite eksikliği, bütün toplumlarda, küresel bir kamu sağlığı sorunu olarak ele alınmaktadır. Kamu sağlığı, yürümek veya bisiklete binmek gibi, tipik olarak fiziksel aktivitenin makul biçimlerini teşvik ederek sağlığı iyileştirmeye çaba harcamaktadır, çünkü bunlar aktif olmayan toplumlar için başlaması ve sürdürmesi daha kolay olan ve günlük yaşama daha kolay entegre edilebilecek olan aktivitelerdir (Zuniga-Teran vd., 2017: 63-64).

Yürünebilirlik, herhangi bir araca ihtiyaç duymadan yapılabilen basit bir eylem olmasına rağmen kentliler tarafından çoğunlukla ihmal edilmektedir. Kişilerin günlük ihtiyaçlarının karşılanması için -kişisel özelliklerimize ve mekanın koşullarına göre değişmekle birlikte- 5 km'ye kadar yürünebilmesi mümkün olmakla birlikte kişiler bu mesafeyi ya araçla ya da toplu taşıma araçlarıyla kat etmeyi tercih etmektedir (Külekçi ve Tezer, 2021: 302). Buna karşılık obezite, hipertansiyon, şeker ve kalp hastalıkları gibi birçok hastalığın yürüyüş aktivitesini belirli bir düzen içinde gerçekleştiren kişilerde daha az görüldüğü, ayrıca bu fiziksel faydaların yanı sıra düzenli yürüyüşün kişilerin akıl ve ruh sağlığına da katkıda bulunduğu yapılan araştırmalarda saptanmıştır (Ercan ve Belge, 2017: 233).

Yürünebilirliğin insan sağlığına sunduğu fiziksel faydaların yanı sıra toplumsal, çevresel ve ekonomik faydaları da bulunmaktadır. Bu faydalar arasında toplumsal uyumu ve etkileşimi güçlendirmesi, ulaşım ve altyapı maliyetlerini, enerji tüketimini ve sera gazı emisyonlarını

azaltması, kontrolsüz kentsel yayılmanın önüne geçilmesi sayılabilir (Ercan ve Belge, 2017: 233). Ayrıca bu tür yerleşimlerin sosyal sermayeyi güçlendirmesi beklenir, çünkü sakinlerin etkileşim kurmalarına olanak sağlar. Bu etkileşim kasti veya tesadüfi olabilir. Kendiliğinden bir komşuya “rastlamak”, kısa muhabbetler etmek veya sadece el sallamak, güven duygusunu ve kişiler ile yaşadıkları yer arasındaki iletişim duygusunu cesaretlendirmeye yardımcı olabilir (Leyden, 2003: 1546).

Diğer yönüyle kentlilerin yaşadıkları mahallede, fiziksel olarak bir yardıma ihtiyaç duymaksızın en temel kamusal hizmetlere en yakın yerden ulaşabilmeleri, temel beklentileri arasındadır (Erdoğanaras vd., 2020: 122). Bu doğrultuda kentsel planlamada yürünebilir ortamları sağlayacak faktörlere -kişileri yürüyüş yapmaya yönlendirecek açık ve yeşil alanların varlığı, ulaşımın ve altyapının yürüyüşü destekleyecek şekilde düzenlenmesi gibi- önem verilmesi gereklidir (Akçam ve Karaçor, 2018: 1365; Demir, 2019: 116). Bu gereklilik, kentli hakları konusunda temel referans belgesi olan Avrupa Kentsel Şartı ya da 1988 tarihli Yaya Hakları Bildirgesi gibi çeşitli uluslararası metinlerde yürümenin ve kentlerin yürünebilir mekanlar olarak tasarlanmasını istemenin temel bir insan hakkı olarak kabul edilmesinin de bir sonucudur.

“Komşuluk Birimi/Mahalle Birimi”

Kentlerde yürünebilirlik konusu fikir olarak eskiye dayanmaktadır. Temeli, kentleri mahalle ölçeğinde ele almak fikri ile, 1900lerin başında, Amerikalı planlamacı Clarence Perry tarafından otomobilin yükselişe geçmesine karşılık insan ölçekli mahalleleri korumak amacıyla ortaya atılan “komşuluk birimi/mahalle birimi (*neighborhood unit*)” kavramına dayandırılabilir (Sisson, 2020). Perry bu kavramı, toplumu geliştirmek, trafik sorunlarının olumsuz etkisini ortadan kaldırmak ve şehri küçük alt bölgeler içerecek şekilde planlamak için temel bir model olarak tanımlamaktadır (Alawadi vd., 2021: 4). Perry’nin komşuluk/mahalle birimi, “bir ilkokulun gerektirdiği nüfus esasına dayanmakta; araç yollarından tamamen arındırılmış, yaya olarak erişilebilir okul, ticari birimler ve eğlence tesislerinin oluşturulduğu merkez ile en uzak konuttan 10 dakika erişme mesafesi ve 800 metre uzaklığı” kapsamaktadır (Ünal ve Erol, 2020: 17-18).

Amerika’da Russell Sage Vakfı’nın bir çalışanı olarak Perry’nin formülü birçok fikrin ve deneyimin sentezinden oluşmaktadır: Her bir komşuluk birimi kendi ilköğretim okulunu desteklemeye uygun bir nüfusu barındırabilecek yeterli bir büyüklükte olmalı ve çocuklar oraya yürüyebilmelidir. Alan sınırları ana caddelerden oluşmalı ve geçiş trafiğine imkan vermemelidir. Her bir birim merkezi bir toplanma alanına ve küçük aralıklı parklara sahip olmalıdır. Okullar ve diğer kurumlar alanın merkezinde, yerel dükkanlar ise çevresinde konumlandırılmalıdır (Rohe, 2009: 211-212). Görüldüğü gibi Perry, komşuluk birimlerinin fiziksel biçimine -büyüklüğü, sınırları, iç sokak sistemi ve arazi kullanımlarının dağılımı gibi- odaklanmıştır (Alawadi vd., 2021: 4). Ayrıca bu plan, yaşayanların daha fazla yüz yüze etkileşime girmesine olanak sağlayarak topluluk duygusunu geliştirmeyi de hedeflemektedir (Kaya, 2019: 22). Perry’nin formülünü oluşturan bu ilkeler aşağıda Tablo halinde sunulmuştur.

Perry’nin ilk komşuluk birimi planı, 1.000 aile için okul ve topluluk merkezi gibi kurumsal alanları, çeperde perakende dükkanları ve yüzde 10’luk açık alanlarıyla 64.7 hektarlık bir alanı tanıtmaktadır. Sakinlerin herhangi bir yere ulaşmak için 400 metreden fazla yürümesini gerektirmeyecek şekilde tasarlanmıştır. Perry özellikle sokak düzenine büyük bir önem göstermiştir. Fikir, komşuluk birimi dışındaki ana sokaklardan yerel trafiği ayırmak, böylece yürünebilirliği teşvik etmek ve komşuluk birimi içerisinde kargaşa ve kirliliği azaltmaktır.

Kısaca toplumsal faydalar sunan düşük konut yoğunluğu ile kendine yeterli bir mahalle yaratma amacını taşımaktadır (Alawadi vd., 2021: 4).

Tablo 1. Clarence Perry Tarafından Geliştirilen ve Komşuluk Birimi Tasarımını Yönlendiren İlkeler

Komşuluk Birimi Tasarımını Yönlendiren İlkeler	
Büyüklik	Komşuluk birimi, bir ilköğretim okulunun hizmet edeceği nüfus düşünülerek planlanmalı ve alan sınırları da nüfus yoğunluğuna göre belirlenmelidir.
Sınırlar	Komşuluk birimini oluşturan sınırlar, ana caddeler tarafından sınırlanmalı ve trafik mahalle içine girmeden bu caddelerden akmalıdır.
Açık Alanlar	Küçük parklar ve eğlence-dinlence alanlarından oluşan bir sistem planlanmalıdır.
Kurum-kuruluş Alanları	Okul ve diğer kurum veya kuruluşlar, çepere de en iyi hizmeti verebilecek şekilde, komşuluk biriminin merkezi bir noktasında yer almalıdır.
Yerel Dükkanlar	Komşuluk birimi nüfusu için yeterli bir veya birden fazla alışveriş alanı, mahallenin çeperinde ve tercihen kavşakların yanında, diğer komşuluk birimlerinin de yararlanabileceği düşünülerek yer almalıdır.
İç Sokak Sistemi	İç sokak sistemi, komşuluk birimi içerisinde kolay ulaşımı sağlayacak nitelikte olup; yoğun trafiği komşuluk birimi içine almayacak şekilde planlanmalıdır.

Kaynak: Perry, 2013'ten aktaran Kumlu, 2019: 68.

Çalışma konusunun “yürünebilir kentler” olmasından hareketle komşuluk biriminin sahip olması gereken özellikler içinde yürünebilirliğin ayrıntılarına bakılırsa kabul edilebilir yürünebilir büyüklüğün 400 metrelik bir yarıçap olduğu görülmektedir. Biçimsel olarak çember biçiminde olmamaları, düz zeminlerin yürünebilir olması sebebiyledir. Yürünebilir bir sokağın yaratılması için trafik hızı saatte en fazla 40 kilometre olmalıdır. Sokak ağı yayaların, bisikletlilerin ve daha sonrasında özel araç kullanıcılarının komşuluk birimi içinde rahat ve güvenilir hareket etmesini sağlamalıdır (Kumlu, 2019: 71-72).

Komşuluk birimleri geçmişten günümüze şekillenmekte olup ilk dönemi Perry tarafından geliştirilen komşuluk birimi, ikinci dönemi ise 1994 yılında kavramı güncelleştiren Duany ve Plater-Zyberk tarafından geliştirilen komşuluk birimi oluşturmaktadır. Duany ve Plater-Zyberk'e göre (1994'ten aktaran Kumlu, 2019: 70) ise bir komşuluk biriminin sahip olması gereken özellikler şu şekildedir:

- “Tanımlanabilen bir merkez ve bir sınıra sahip olmalıdır.
- Büyüklüğü, merkez ve çeper arasındaki uzaklık dikkate alındığında 400 metreyi geçmemelidir.
- Sınırları içerisinde kullanım dengesi sağlanmalıdır. Konut, alışveriş, iş yeri, okullar, ibadet alanları ve eğlence-dinlence alanları arasındaki denge sağlanmalıdır.

- Komşuluktaki sokak ağı birbirini kesmeli, çıkmaz sokak yaratılmamalıdır. Birbirini kesen sokak ağı, yapılaşma alanlarına hizmet götürmeli ve trafiğin akışını sağlamalıdır.
- Konut dışı kullanımların yer seçiminde kamusal kullanımlar öncelikli ele alınmalıdır”.

Komşuluk birimine önemli katkılarda bulunan Farr ise komşuluk birimlerini kamu ulaşım sistemleri, enerji- verimli tesisler, yeşil altyapı ve manzara sistemleri gibi sürdürülebilirlik stratejileri ile bütünleştirmiştir (Alawadi vd., 2021: 4). Farr’a göre bir komşuluk biriminin; yürünebilir bir büyüklük oluşturması, bir kişi komşuluk birimi sınırlarına girdiğinde alana girdiğini de anlaması, karma arazi kullanımları ve konut türlerinin var olması, birbirine bağlı ve yürünebilir sokak örüntüsü, kentsel kullanımların herkes tarafından yürüme uzaklığı içinde erişilebilir olması gereklidir (Kumlu, 2019: 71).

Kısaca komşuluk birimleri orada yaşayanların günlük yaşantısını oluşturan (konut, ticaret vb.) çeşitli işlevsel nitelikleri barındıran alanlara sahip olmalı, farklı ulaşım türlerini desteklemeli, ilgi çekici ve göze hoş gelen tasarım ve mimariye sahip olmalı, insanlar arasındaki ilişkileri ve katılımı özendirilmeli, ekolojik boyutlu sürdürülebilirliğe katkı sağlamalıdır. İnsanlar, mekan ve bağlılık şeklinde üç anahtar sözcükle tanımlanabilen komşuluk birimleri, “sınırları belirli bir coğrafi alanda yaşayan, yerel yönetimler tarafından sağlanan hizmetleri paylaşan ve belirli bir derecede birbirine bağlılık duygusu besleyen insanların bir araya gelerek yaşadığı” kentsel mekânları ifade etmektedir (Park ve Rogers, 2015: 19).

Komşuluk birimleri tasarlanırken önem verilmesi gereken ortak noktalar;

- Sakinlerin gündelik gereksinimlerini karşılayabileceği eczane, bakkal, terzi gibi küçük çaplı işletmelerin mevcudiyeti ve bu ihtiyaçlara yürüme mesafesinde erişim sağlayabilmesi, mahallede eğitim gören çocukların okullarına yürüyerek kolay ve güvenli bir şekilde ulaşabilmesi,
- Farklı yaş ve gelir grupları için konut sunumunun çeşitlendirilmesi,
- Sakinlerin birlikte zaman harcayabileceği park, meydan gibi açık ve kamusal alanların yaratılması şeklinde özetlenebilir (Kumlu, 2019: 71).

Perry’nin komşuluk birimine yöneltilen başlıca eleştiriler ise, kentsel alanlarda küçük kasaba yaşamını tekrar canlandırmaya çalışan kent karşıtı, romantik bir düşünce olması; Siyahiler, düşük gelirli ve aile olmayan hane halklarına karşı bir ayrımcılık yaratmak için kullanılmasına ilişkindir. Ancak türlü eleştirilere rağmen bu formül, planlama disiplini geniş bir kabul görmüş ve Amerika’daki planlama pratiklerini derinlemesine etkilemiştir (Rohe, 2009: 212). 1940ların sonuna gelindiğinde kavram, akademisyenler ve bilim insanları tarafından en fazla tartışılan konulardan biri olmuştur (Alawadi vd., 2021: 4). Ayrıca çalışmanın konusuna dahil olan 15 dakikalık kent, yeni şehircilik, akıllı büyüme gibi güncel kentsel planlama yaklaşımları da mahalle birimini temel almaktadır.

Yürünebilir Kentler: Kavramsal Çerçeve, Yürünebilirliği Etkileyen Unsurlar/Özellikler

Farklı yürünebilirlik tanımları olmakla birlikte basit tanımıyla yürünebilirlik; kentsel mekanda bireyin bir yerden bir yere yürüyebilme olanağının var olmasıdır (Özalp, 2016: 5). Bir diğer tanıma göre yürünebilirlik, “yayaların güvenli ve konforlu şekilde belli noktalara ulaşmalarını sağlayacak, görsel anlamda ilgi çekici vistalar sunarak, yürümeyi destekleyip teşvik edecek bir yapı sunmasıdır” (Southworth, 2005).

Yürünebilirlik, bir mekanın yürüme eylemine ne kadar müsait olduğunu ve imkan verdiğini gösteren bir kavramdır. Bir başka deyişle bir çevrenin ne kadar yürüyüş dostu olduğunun bir göstergesidir (Özalp, 2016: 5). Çağdaş kent ve ulaşım planlamasının en temel kavramlarından birisi olan yürünebilir kent kavramı, yürünebilirlik özelliğinin kentsel yapı içine yerleştirildiği, kişilerin motorlu taşıt kullanmak yerine bir ulaşım seçeneği olarak yürüme yoluyla günlük ihtiyaçlarını karşılayabildiği kentleri ifade etmektedir (Daş, 2020; Gerçek, 2019). Bunu sağlamak için de ev-iş ve diğer faaliyetler arasındaki yolculuk mesafelerini kısaltacak şekilde arazi kullanım planlarının yapılması, toplu taşıma sisteminin etkinleştirilmesi ve yerleşimin çok merkezli olacak şekilde tasarlanması gereklidir (Külekçi ve Tezer, 2021: 303).

Yürünebilir yerleşimler; kişilerin yalnızca rekreasyonel amaçlı değil aynı zamanda güvenli, rahat ve elverişli bir ulaşım biçimi olarak yürümeden faydalanabildiği yerleşimlerdir (Halu, 2010: 212-214). Nitekim davranış bilimciler yürüyüş için iki başlıca motivasyon olduğunu belirtmektedir: rekreasyon ve ulaşım. Rekreasyon için yürüme, egzersiz veya basit rekreasyon için yürümeyi; ulaşım için yürüme ise bir destinasyona ulaşmak için yürümeyi ifade etmektedir. Ayrıca araştırmalar rekreasyonel yürümenin mahalle tasarımıyla etkilenmezken ulaşım amaçlı yürümenin mahalle tasarımıyla ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Zuniga-Teran vd., 2017: 64).

Forsyth ve Southworth (2008: 2), yürünebilirliğin *-fiziksel aktiviteyi teşvik etmek dışında-* farklı tanımlarına şu şekilde yer vermektedir:

- *Yürünebilir=yakın*: Yürünebilir bir çevre -özellikle araç kullanmanın elverişsiz olduğu veya aracı olmayan kişiler için- bir destinasyona kısa bir mesafe gerektirmektedir.
- *Yürünebilir=engelsiz*: Yürünebilir bir çevre, çocuklar, yaşlılar, engelliler veya yüksek topuklu giyenler için de büyük engeller olmadan geçilebilir olmalıdır.
- *Yürünebilir=güvenli*: Yürünebilir bir çevre algılanan suç veya algılanan trafik açısından güvenli olmalıdır.
- *Yürünebilir=yaya altyapısı ve destinasyonlarının doluluğu*: Yürünebilir bir çevre yaya kaldırımları veya ayrılmış yollar, işaretli yaya geçitleri, sokak mobilyaları ve sokak ağaçları gibi dolu yaya altyapısını açıkça göstermelidir.

Yürünebilirliğin çeşitli tanımlarında yürümeyi teşvik eden/kolaylaştıran fiziksel ortamların/olanakların varlığına işaret edildiği görülmektedir. Kuşkusuz kişinin fiziksel aktiviteyi günlük yaşamına entegre edebilmesinde en temel faktörlerden biri, yapı çevredir. Dünya Sağlık Örgütü, yürüme vasıtasıyla insan sağlığını iyileştirecek, kentsel tasarım, ulaşım ve rekreasyonel olanakları da kapsayacak şekilde yapı çevrelerde yapılacak değişiklikler için çağrıda bulunmuştur (Zuniga-Teran vd., 2017: 63-64). Zuniga-Teran vd.,'nin (2017: 64) araştırmasına göre; yürünebilirliğin yapı çevre ile ilişkisini etkileyen başlıca unsurlar şu şekildedir: Karma arazi kullanımı kriterine göre; kişilerin evinden 800 metre veya 10 dakikalık yürüme mesafesinde küçük işletmelere (mağazalar, restoranlar, ofisler) erişebilmesi gündelik ihtiyaçların karşılanması için önemlidir. Trafik güvenliği kriteri; trafiği yavaşlatarak yayalar ve bisikletliler için güvenli alanlar oluşturulmasını ifade etmektedir. Deneyim kriteri ise; sokak estetiği (grafiti, çöp kutusu, manzara, bina cepheleri vb.), bilgilendirme ve yönlendirme işaretlemeleri, eğim (engebe), asayiş (vandalizm, hırsızlık) ve güvenliği (çarpışma sayıları) etkileyen noktaları kapsamaktadır.

Ancak yürünebilirlik yalnızca mekanın fiziksel özellikleri ile değerlendirilirse yetersiz kalabilir. Fiziksel özelliklerin yanı sıra kullanıcıların algısal niteliklerinin de göz önünde bulundurulması gereklidir. Yani yürünebilirliğin hem nesnel (objektif), hem öznel (subjektif) boyutları bulunmaktadır. Öznel boyutu, bireyin yürüyüş faaliyetini gerçekleştirirken bireysel olarak ne hissettiği şeklinde kısaca açıklanabilen yürünebilirlik algısı tarafından temsil edilmektedir.

Yürünebilirlik algısı, yürüme davranışını etkileyecek; birey yaptığı yürüyüşten memnun kaldığı sürede ve güzergahta tekrar tekrar yürüyecektir (Akçam ve Karaçor, 2018: 1369). Şunu da belirtmek gerekir ki, algısal özellikler fiziksel özelliklerden bağımsız olmayıp fiziksel özellikler ile yakından ilişkilidir. Örneğin, Halu ve Yürekli'nin (2011: 32-33) yaptığı literatür taraması sonucunda insanın yürüme isteğini etkileyen dört temel unsur olduğu bulgulanmıştır. Bunlar; mekansal özellikler (*kentsel mekanın karakterini etkileyen mevcut çevrenin sağladığı özellikler*), bireysel özellikler (*yaş, cinsiyet, sağlık durumu vb.*), topluluk özellikleri (*sosyal çevrenin yürümeyi destekleyen yapısı, yürümenin alışkanlık içinde var olması vb.*), ve bölgesel özellikler (*eğim, rüzgar, sıcaklık, bitki örtüsü vb. iklim, topografya ve coğrafi veriler*) şeklindedir (Halu ve Yürekli, 2011: 34).

Nesnel boyuta ilişkin yürüyüşü etkileyen faktörler ise; yukarıda örneklenmiş olan yapılaşmış çevreye ilişkin bazı özellikler ile toplumsal ve bireysel bazı özellikler (cinsiyet, yaş, medeni hal vb.) olmak üzere iki grupta toplanabilir. Her iki grup için de geçerli olan parametreler arazi kullanımı, trafik güvenliği, suç güvenliği, yaya kullanımına uygunluk, estetik şeklindedir (Demir, 2019: 116). Bu parametreleri kısaca açıklamak gerekirse:

- Arazi kullanımı: Yürünebilir olarak nitelendirilen bir yerin, kişilerin 10-20 dakika yürüme mesafesi içinde en uzak 800 metre ötedeki donatılara erişebileceği bir dokuya sahip olması gerekir. Ayrıca yürünen sokak üzerinde ticari vitrinlerin ve saydam cephelerin varlığı gibi görsel olarak kullanıcılar için çekiciliğin sağlanması da önemlidir (Demir, 2019: 117-118).
- Trafik güvenliği: Yaya geçitlerinin ve kaldırım boyutlarının uygun şekilde tasarlanması, engelli bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması, taşıtların yolu ile yayaların yolunu ayırt etmeyi kolaylaştıracak şekilde yeşil alanların ve park alanlarının tasarlanması trafiğin güvenli olmasına yardımcı olacaktır (Demir, 2019: 118).
- Suç güvenliği: İnsanlar kendilerini ne kadar güvende hissederse, yürüme aktivitesi de o kadar artacaktır. Bu nedenle sokakların ve mekanların, yayaların kendilerini güvende hissetmelerini sağlayacak şekilde güvenli hale getirilmesi önemlidir (Demir, 2019: 116). Mekanın fiziki öğeleri üzerinde yapılacak düzenlemeler ile –hız kasislerinin yerleştirilmesi, yaya geçitlerinin arttırılması, güvenli yaya geçitlerinin oluşturulması gibi- “fiili güvenlik” arttırılabilir; böylece “algılanan güvenlik” –*yayaların yürüdüğü ortamda kendini ne kadar güvende hissettiği*- de olumlu etkilenecektir (Ercan ve Belge, 2017: 233).
- Yaya kullanımına uygunluk: Yaya yollarının taşıt trafiğine kapatılması, kaldırımaların taşıt yolunun iki yanında kesintisiz bir biçimde ve sokak mobilyaları, elektrik direği gibi engeller olmadan tasarlanması, yayalaştırılmış sokağın yüzey kalitesi ve malzemesi, yayayı yoran ve yürüyüşü zorlaştıracak eğimin bulunmaması gibi tasarımlarla yürüyüş aktivitesi desteklenmelidir (Demir, 2019: 118).
- Estetik: Manzaranın varlığı ve görüş alanlarının açık olması hem doğal hem yapıli çevrenin bakımlı ve sosyal açıdan da çekici olması, tarihi değere sahip binaların varlığı gibi etmenler, kişiler için yürüyüşü tercih etme sebebi olabilmektedir (Demir, 2019: 119).

Ayrıca birçok araştırmada yürünebilirlik açısından mahallelerin tasarlanmasında karma kullanımların önemi de vurgulanmıştır (Akçam ve Karaçor, 2018: 1369). Karma arazi kullanımı kriteri yürünebilirlik açısından önemli olup; konut kullanımları ile konut dışı kullanımların ayrılmadan belirli bir alanda konut, sanayi ve ticaret işlevli arazi kullanımlarının bir karışımı olarak tariflenebilir (Aurand, 2010: 1023). Özellikle yaya odaklı mahallelerin tasarlanmasında kişilerin kentsel mekanda yürürken farklı kullanımlarla (ticaret, alışveriş, konut, rekreasyon, sosyo-kültürel alanlar vb) iç içe olmaları ve bu kullanımlara kolayca erişebilmeleri kişilerin kentsel mekandan duydukları memnuniyet hissini güçlendirebilir (Ettema ve Smajic, 2015: 108).

Yürünebilirliğin önemli ölçütlerinden bir diğeri, alternatif ulaşım türleri oluşturmak ve ulaşım türleri arasındaki bağlantılardır. Caddeleri/sokakları yürünebilir yapabilmek için farklı ulaşım

türleriyle yaya erişim ağlarının doğrudan bağlantılı olması gerekmektedir (Külekçi ve Tezer, 2021: 303). Southworth'a (2005: 249) göre, toplu taşıma araçları, özel araçlar ve motorsuz araçların birbirine eklemlendiği; yaya ulaşım sistemiyle toplu taşıma duraklarının, otoparkların, gar, otobüs terminali gibi aktarma merkezlerinin bütünleştiği; ulaşım stratejisinin odağına yayayı yerleştiren bir planlama sistemi, yürünebilir yerleşimlerin temelini oluşturmaktadır.

Konut çeşitliliğini ve olanaklarını artırma da yürünebilir kentlerin tasarlanmasında önemli konulardan biridir. Farklı sosyo-ekonomik düzeylere sahip grupların her biri için erişilebilir, ödenebilir sayıda ve çeşitlilikte konutların bulunması; hanelerin diğer alanlara, kentsel hizmetlere ve ulaşım erişmesinde anahtar bir unsur olarak daha eşitlikçi bir dağılım sergilenmesini sağlamaktadır (Özfindık, 2021: 127).

Yürünebilirlik ölçütlerini farklı kategorizasyonlar ile ortaya konan çeşitli araştırmalar/araştırmacılar olmakla birlikte genel itibarıyla yürünebilirliği etkileyen fiziksel çevre koşulları; yaya yollarının ve kaldırımların yürümeye uygun olması; yürüme rotalarının diğer ulaşım türleriyle ve kamu binalarıyla/kamusal mekanlarla ve açık alanlarla bağlantılı olması, güvenli olması, estetik olması ve sosyalleşme olanakları sunması şeklinde özetlenebilir. Ayrıca kültürel ve yönetsel açıdan yürüme kültürünün yaygınlaştırılması ve yürümenin desteklenmesi de önemlidir.

YÜRÜNEBİLİRLİLİĞİ DESTEKLEYEN DİĞER YAKLAŞIMLAR

Yürünebilirlik, "15 dakikalık kent (15-Minute City)", "Akıllı Büyüme (Smart Growth)", "Yeni Şehircilik (New Urbanism)", "Toplu Taşıma Odaklı Gelişme (Transit-Oriented Development-TOD)" gibi yeni gelişen kentleşme akımlarının da ana odak noktasına yerleştirilmiş durumdadır (Ercan ve Belge, 2017: 233; Külekçi ve Tezer, 2021: 302). Amerika'da 1990'lı yıllardan itibaren kentsel büyümenin kontrol edilmesine yönelik planlama gündeminde yer almaya başlayan bu yaklaşımlar, kentlerin artık sürdürülebilir olmayan gelişme biçimlerini terk etmeleri ve otomobil bağımlılığından azat edilmiş yaya odaklı kentlerin geliştirilmesi motivasyonlarına dayanan ve gittikçe daha fazla şehirde uygulama alanı bulan yaklaşımlardır.

15 Dakikalık Kent (15-Minute City)

Araba odaklı kentsel planlamanın yaratmış olduğu sakıncaların anlaşılmasının ardından kentlerin araba kullanıcılarına göre değil, yayalara ve bisiklet kullanıcılarına göre şekillendirilmesi fikri ile kentlilerin yaşadıkları yerden yürüyebilecekleri ya da bisiklet ile 15 dakikada ulaşabilecekleri yakınlıkta bir mesafede gündelik ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri fikri (Gürsoy ve Sadioğlu, 2021: 12) ile yürünebilirliği destekleyen "15 dakikalık kent" yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Gerçekte küresel pandemi krizi nedeniyle yaklaşım yakın zamanlarda harika bir ivme kazanmıştır (Pozoukidou ve Chatziyiannaki, 2021: 1).

Eşi benzeri görülmemiş Covid-19 pandemisi, iklim değişikliği ile birlikte kentsel çevrelerin kırılganlığını ve bu büyük küresel şokları yönetmek için bir karşılık ihtiyacını açığa çıkarmıştır. Bu doğrultuda belki de en çarpıcı kavrayış, pandemi sonrası dünyayı hayal etme çabalarında gerekli aktivitelerin gerçekleştirilmesi için tek yer olarak mahallenin odağı alınmasıdır. Dünya üzerinde gittikçe artan sayıda kent yöneticisi, birçok kentlinin gündelik ihtiyaç ve aktivitelerini 15 dakikalık yürüme veya bisiklet sürme mesafesinde karşılayabildikleri 15 dakikalık kent fikrini kabul etmiştir (Pozoukidou ve Chatziyiannaki, 2021: 3). Mahalle olgusunu esas alan bu yaklaşım; çalışanları, müşterileri ve öğrencileri aşırı nüfuslu kent merkezlerine çekmek yerine, günlük ihtiyaçların tedarikini mahalleye devretmekte, böylece hiç kimse çalışmak için, yiyecek

almak için, doktora gitmek için veya çocuklarının eğitimi için 15 dakikadan daha uzun süre seyahat etmek zorunda kalmamaktadır (Sutcliffe, 2021).

Literatürde “quarter hour” yani “çeyrek saatlık” olarak da adlandırılabilen 15 dakikalık kent kavramı, “temel ihtiyaçların karşılandığı, insanların birbiriyle etkileşime girdikleri, iletişim kurdukları mekansal ve fonksiyonel organizasyonlar bütünü”nü ifade etmektedir (Güneş, 2021: 128). 15 dakikalık bir kentte bütün yurttaşlar, ihtiyaçlarının hepsini veya büyük bir çoğunluğunu evden kısa bir yürüyüş veya kısa bir bisiklet sürme mesafesinde karşılayabilmektedir. Kent sakinlerinin yürüme mesafesinde ortak vakit geçirebileceği park, bahçe, yeşil alan, spor ve eğlence tesisleri gibi kamusal mekanların sağlanması 15 dakikalık kentlerin temelini oluşturmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü iyi planlanmış bir kentin gereklilikleri olarak eşitsizlikleri ortadan kaldırmanın yanı sıra halk sağlığının korunması ve geliştirilmesine yapılacak katkıyı da belirtmektedir. Gündelik ihtiyaçların otomobil kullanımına gerek kalmadan yürüme ve bisiklet kullanımı gibi fiziksel aktiviteler ile halledilebilir olması hem bireysel sağlığın hem çevre sağlığının geliştirilmesini sağlar (Pehlivan, 2021: 357-358). Güvenli yürüyüş ve bisiklet altyapısının tedariki ve yaygın, güvenilir ve ödenebilir kamu ulaşımına erişim, 15 dakika yaklaşımının çalışmasını sağlayan şeylerdir (Sutcliffe, 2021).

15 dakikalık kent yaklaşımı, “komşuluk birimi/mahalle birimi” kavramının da ortaya çıktığı ve her gün yüzbinlerce kişinin işe gidip gelmek için araç kullandığı için kıt kamusal ulaşım ile genişleyen yöre kentlerin yoğunluk sorunları yarattığı Amerika’dan başlamaktadır. Avrupa’da bazı plancılar bu kavrama Amerika’dan daha yakın olduklarına inanmaktadır, fakat birçok Avrupa kenti araçlara aşırı derecede güvenmeye devam etmektedir ve trafikte devam eden artış ve sonuçta kentsel hava kalitesindeki düşüşler, bir yeniden değerlendirmeyi zorunlu kılmıştır. Asıl dönüm noktası, Anne Hidalgo’nun 2014 yılında Paris belediye başkanı olarak seçilmesidir. Araba karşıtı politikalarından ödün vermemek Hidalgo’nun seçim platformunda önemli bir dayanaktır ve yeniden seçilmesine katkıda bulunmuştur (Sutcliffe, 2021). 2014 yılında Paris belediye başkanı seçilen Anne Hidalgo’nun 2020 yılı seçimleri için tekrar aday olmasıyla danışmanı ve fikrin sahibi Carlos Moreno’nun “15 Dakikalık kent” modelini seçim programının temeline yerleştirmiştir (Bülay, 2020). 20 yaşından beri Paris’te yaşamakta olan bir Kolombiyalı-Fransız olan Moreno, mahalleleri kısmen toplumsal bağlayıcılar olarak gören Büyük Amerikan Şehirlerinin Ölümü ve Yaşamı kitabının da yazarı olan Jane Jacobs’tan esinlendiğini söylemiştir: “Jacobs, bir mahallenin yalnızca bir bina topluluğu olmadığını, aynı zamanda bir toplumsal ilişkiler ağı, duyguların ve sempatinin zenginleşebildiği bir çevre olduğunu söylemiştir” (Willsher, 2020).

Paris’te strateji alternatif aktif hareketlilik seçenekleri ile birlikte kentin büyük kısımlarındaki yayalaştırmaya öncelik vermektedir. Paris’in merkezindeki ve çevresindeki mahallelerin, engelliler, yerliler, esnaf, taksiler, elektrikli otobüsler ve acil durum araçları için istisna dışında, araba ile ulaşamaz olması tavsiye edilmektedir. Halihazırda işler durumda olan 300 milyon Euro’luk ek bir plan, bisiklet şeritleri, yaya ve bisiklet dostu yollar ve yeşil rotaların bütünleşmiş bir ağını önermektedir. Özel olarak plan, 2024 itibarıyla, 60.000 park alanını kaldırarak her bir yolda bisiklet şeridi olacak şekilde bisiklet şeritlerinin ağını arttırmayı amaçlamaktadır. Kentin hareketlilik kültürünü değiştirmek için diğer önlemler, toplu ulaşımın (otobüs, metro) çalışma saatlerini uzatma, patenler, elektrikli otobüsler, ortak ulaşım araçları ve eş zamanlı binışleri içermektedir. Bu ağın parçası son zamanlarda merkezden Sen nehrinin her iki tarafına uzanan yayalaştırılmış otoyollardır (Pouzoukidou ve Chatziyiannaki, 2021: 18). Yani kavram, mahalle düzeyinde, her bir bölgeye bütün bir yaşamı –işler, yemek, rekreasyon faaliyeti, yeşil alanlar, konut, sağlık ofisleri, küçük işletmeler vd.- desteklemek için ihtiyaç olan nitelikleri kazandıracak dikkatli bir planlamaya vurgu yapmaktadır. Ve önemli biçimde bu bütün yaşam, arabayı gerektirmeyen bir yaşamdır (Sisson, 2020). Kent planlamasının bu şekilde yapılması,

Paris İklim Anlaşması'nın hedeflerine –“2050 yılına kadar karbon nötr olma hedefi”- ulaşmak için kente yardımcı olacaktır (Sisson, 2020). Böylece hem iklim değişikliğine karşı duyarlı hem de kendi kendine yetebilen bir kent yaratılmış olunacaktır.

Her bir mahalleye bütün yaşamsal ihtiyaçların getirilmesi taahhüdü, dükkanların evlerle, barların sağlık merkezleri ile, okulların ofis binaları ile katıldığı daha derinlemesine bütüncül bir kentsel doku yaratılması anlamına gelmektedir (O'Sullivan, 2020). Bu da alan kullanımının yeniden kurgulanmasını gerektirmektedir. Örneğin, yıl boyunca akşamları veya yaz ayları boyunca kullanılmayan okul binaları çok işlevli semt evleri (gençlik merkezi, kültür merkezi gibi) olarak kullanılabilir ve bunlar sürdürülebilir toplu taşıma ağlarıyla birbirine bağlanabilir (Bülay, 2020). Ya da örneğin, bir spor salonu gece diskoya dönüştürülebilir, okullar hafta sonu kültürel aktiviteler için açılabilir, kafeler akşamları dil kurslarına; kamu binaları hafta sonları konserlere ev sahipliği yapabilir. Böylece mevcut altyapı, hizmetlerin ve aktivitelerin yerel olarak maksimum düzeyde sağlanabilmesi için en ideal biçimde kullanılmış olacaktır (Ní Chúláin ve Davlashyan, 2021).

Fiziksel planlama açısından 15 dakikalık kentler; erişilebilirlik, yürünebilirlik, yoğunluk, karma arazi kullanımı ve tasarım çeşitliliği olarak adlandırılan ağırlıklı olarak geçmişte planlamanın en iyisi olarak kullanılan katkılara dayanmaktadır. İnsanların, hizmetlerin ve aktivitelerin yan yana konumlandırılmasını ifade eden yakınlık, kişilerin kentsel çevrede mekansal olarak dağıtılmış fırsatlara erişimleri için birçok başlıca yoldan biridir. Yakınlık merkezli bir strateji olarak sağlık bakımı tesislerini, okul öncesi kurumları ve okulları, sosyal hizmetleri, ticari hizmetleri, boş zaman değerlendirme, kültür ve eğlence olanaklarını, parklar ve doğal alanlar gibi olanaklara insanların geniş kapsamlı ve yerel erişimlerini içermektedir. Bu olanakların hepsine yakınlığı elde etmek kent genelinde bölgeler arasındaki farklılıkları dengeye getirmek için önemli ölçüde yerel hizmetlerin ve olanakların adem-i merkezileştirilmesini gerektirmektedir. Bu, karşılığında, kamusal hizmetlerin hiyerarşik bir düzenini ve ilgili olanakların verimli bir şekilde düzenlenmesi için uygun bir ulaşım ağını varsaymaktadır (Pozoukidou ve Chatziyiannaki, 2021: 3-4). Karma kullanımlı çevrelere sahip olmak, ekonomik olarak canlı kentsel dokunun sağlanmasında, bütün kent sakinleri için yeterli konutların temin edilmesinde, kapsayıcılığın ve sürdürülebilir uygulamaların teşvik edilmesinde anahtar bir role sahiptir. 15 dakikalık kent arayışında karma kullanımlı çevrelerin benimsenmesi, aynı zamanda yürünebilir sokakların ve bisiklet şeritlerinin gelişimini sağlarken hem de optimal yoğunluk ve yakınlığı temin edebilmede en üsttedir (Moreno vd., 2021: 103).

Bu yaklaşımda kamusal veya yarı kamusal mekanların çoklu kullanımlarının sağlanması, daha küçük perakende satıcıların desteklenmesi gibi uygulamalar ile hiper-yerel (*hyper-local*) kentin nasıl görüneceği konusunda detaylar da çizilmektedir (O'Sullivan, 2020). Paris En Commun stratejisi, kenti yeniden inşa etmek için “hiper-yerellik” kavramını kullanır. Temel hizmetleri yerel düzeyde sağlanması ile bütün mahallelerin çeşitli dükkanlara, evlere, başlıca sağlık ve eğitim hizmetlerine, ofislere ve rekreasyon fırsatlarına sahip olması beklenmektedir (Pozoukidou ve Chatziyiannaki, 2021: 19). Olanaklara, işlere, devlet hizmetlerine, kamusal parklara, alışverişe ve çeşitli eğlence imkanlarına sadece yürüyerek veya bisikletle erişimi amaçlayan “hiper-yakınlık” ile, kavram kentlerin sakinlerin temel ihtiyaçlarını destekleyecek şekilde nasıl daha iyi tasarlanabileceğini yeniden düşünmektedir. Evlerinden küçük bir yarıçap içinde sakinler için bölgelerindeki hizmetlere ve işletmelere daha fazla yatırım yapmalarına izin veren daha güçlü topluluklar yaratılacaktır (Overstreet, 2021).

Kapsayıcı ve çeşitli konut sağlama muhtemelen 15 dakikalık kent için en büyük zorluklardan biridir. Özelde Paris'in Dirençlilik Planı, 2018-2050 arasında beklenen 200.000 fazladan Parisli ile önümüzdeki 30 yıl boyunca kentin yeni sakinleri barındırmaya devam edeceğinden söz etmektedir. Diğer taraftan soylulaştırma ve emlak spekülasyonları nedeniyle konut

erişilebilirliği ve ödenebilirliğinde bir düşüş vardır. Konut kıtlığı ile mücadele edebilmek için strateji, 2030'a dek kamusal alanda konut stokunu %30 arttırmayı amaç edinmektedir. Ayrıca, boş konutlar ve ikincil konutlar ile ilişkili vergi teşvikleri bu konutları piyasanın gerisine koymayı niyet etmektedir. Aynı zamanda ofis mekanının konuta dönüşümü de konut maliyetlerini azaltmanın ve kuşaklar arasında toplumsal bağların yaratılmasının bir yolu olarak birlikte yaşam teşvik edilirken düşünülmektedir (Pozoukidou ve Chatziyiannaki, 2021: 18).

Dünya üzerinde kentler benzer dönüşümler yapmak için mücadele verdikçe, Paris'in 15 dakika felsefesi ile deneyimi başka yerlerde öykünmüş fikirler için yakından izlenecektir. Nitekim Paris ile birlikte literatürde anılmaya başlanan 15 dakikalık kent yaklaşımı, 10-20-30 dakikalık farklı sayılarla ifade edilen kardeşlere de sahiptir. 30 ve 20 dakikalık kent veya mahalleler şeklindeki benzer vizyonları son on yılda özellikle Avustralya'da ortaya çıkmıştır (Sisson, 2020). Örneğin, Melbourne, "20 dakikalık", Sydney "30 dakikalık" kent, gibi (Tekşen, 2021). Portland, Oregon 20 dakikalık mahalle çerçevesini genel planlarının bir parçası olarak kullanmıştır (Capasso Da Silva vd., 2020: 2). Kentlilerin büyük bir çoğunluğunun gündelik ihtiyaçlarını yürüyerek ya da bisiklet kullanımı ile 20 dakikalık bir süre içinde karşılayabilmeleri amacıyla Portland, 2015 İklim Eylem Planı'nda, 2030 Bütün Mahalleler (2030 Complete Neighborhoods) hedefi belirlemiştir (Pehlivan, 2021: 358). 20 dakikalık mahalleleri, 2030 yılına kadar, sakinlerinin yüzde 90'ına bütün temel, günlük, iş-dışı ihtiyaçlarını karşılamak için kolaylıkla yürüme veya bisiklet sürmelerine imkan verecek şekilde genişletmeyi amaçlamaktadır (Sutcliffe, 2021).

20 dakikalık mahalle ilkesiyle desteklenen Melbourne 2017-2050 Planı, ikametgaha yakın mesafede iş, ulaşım, konut ve kentsel hizmet olanaklarının inşa edilmesini içeren uzun vadeli bir planlama stratejisine sahiptir. Güvenli bisiklet yolları ve yerel ulaşım seçenekleri ile birbirine bağlanan mahalleler sayesinde sakinlerin gündelik ihtiyaçlarının çoğunu, evlerinden 20 dakikalık bir mesafede karşılayabilmeleri sağlanacaktır (Pehlivan, 2021: 357).

Uluslararası kent örneklerini çeşitlendirmek mümkündür: Örneğin, 2021 yılında Milan belediye başkanı Giuseppe Sala, 35 kilometrelik bir alanı daha güvenilir bisiklet kullanımı ve yürümeyi teşvik etmek için dönüştürerek şehri, COVID 19'dan yeşil bir iyileşmeye adanmıştır. Aynı zamanda daha düşük trafik yoğunluklu bir mahalle, yayalaştırılmış okul sokakları ve daha düşük hız limitleri sağlamıştır. Ottawa kent otoriteleri, Ottawa'yı bütünleştirilmiş konut merkezlerini olanakların ve perakendenin daha geniş yayılımı, iyileştirilmiş kamu ulaşımı ve aktif seyahat için genişletilmiş bir rol ile birleştirildiği 15 dakikalık mahalleler yaratarak Kuzey Amerika'da en yaşanabilir orta ölçekli kente dönüştürmek istemektedir. Oregon şehri 20 dakikalık mahalleleri, 2030 yılına kadar, sakinlerinin yüzde 90'ına bütün temel, günlük, iş-dışı ihtiyaçlarını karşılamak için kolaylıkla yürüme veya bisiklet sürmelerine imkan verecek şekilde genişletmeyi amaçlamaktadır (Sutcliffe, 2021).

Tüm bu yaklaşımlar, temelde aynı şeyi hedeflemektedir: kent planlamasında önceliği araçlar yerine yürümeye, toplu taşımaya ve bisiklete binmeye vererek ulaşım planlama piramidini tersine çevirmek (Nieuwenhuijsen, 2020). Ayrıca Paris'in yanı sıra 15 dakikalık kent planına geçeceğini duyuran diğer bazı kentler Madrid, Milan, Ottawa, Seattle şeklindedir. Bu modeller yeni olmamakla birlikte pandemi sonrası değişmesi gereken kentleşme anlayışı için uygun düşmekte ve yol gösterici olabilmektedir (Pehlivan, 2021: 357).

İsveç, ulusal bir ölçekte, bunun hiper-yerel bir varyasyonunu takip etmektedir. İsveç'in başkenti Stockholm'deki dört pilot mahallede sakinlerin ihtiyaç duyabilecekleri kentsel hizmetlere ulaşabilmesini ve böylece kentsel hizmetlerin adem-i merkezileşmesini amaçlayan "1 Dakikalık Kent" modeli, oturlan caddeyi o bölgede bulunan topluluklar için "kritik bağlantı alanları" getirme fikrinden esinlenmiştir. Stockholm'de pilot olarak denenme fırsatı bulan bu vizyon;

caddelere toplumsal ve kültürel bir etkileşim alanı olma rolünü yüklemekte ve pilot uygulamalardan elde edilecek sonuçlara göre 2030 yılına kadar İsveç geneline yaygınlaştırılma potansiyeli taşımaktadır. Nihai hedef bu on yılın sonuna kadar ülkedeki bütün sokakların yeniden düşünülmesi ve görünümünün tamamen değiştirilmesi, böylece “İsveç’teki her sokağı 2030’a kadar sağlıklı, sürdürülebilir ve enerjik” hale getirmektir (O’Sullivan, 2021).

Akıllı Büyüme (Smart Growth)

Amerika’da 1990’lı yıllara kadar birçok kentin (Massachusetts, New York, New Jersey, Maryland vb.) muhtemelen olduğu kentsel yayılmanın önüne geçmek amacıyla 1997 yılında Maryland valisi Parris Glendening tarafından ortaya atılan akıllı büyüme yaklaşımı (Sınmaz, 2013: 80), Amerikan Planlama Birliği tarafından başta kentsel yayılma olmak üzere kentsel kaynaklı birçok soruna geleneksel planlama yaklaşımları ile çözüm bulunamayacağı düşüncesinden hareketle kent planlamasına bir alternatif oluşturmaktadır (Sağ, 2011: 64).

Kent içinde ve/veya kırsal/banliyö alanlarında konutlar, iş yerleri, dükkan ve okullara yakın ulaşım seçenekleri ile kentleşmeyi ifade eden bir anlama sahiptir (Sulak, 2018: 810). Planlama ve tasarım ilkelerine bakıldığında savunduğu daha düşük çevresel etkiye sebep olacak şekilde kompakt kent formu ile bu yaklaşım; ulaşım açısından otomobil bağımlılığının karşısında durmakta, yürünebilir mahallelerin yaratılmasına ve bisiklet ve toplu taşıma araçları gibi çeşitli ulaşım seçeneklerine dayanmaktadır. Kentsel arazi kullanımı açısından yüksek yoğunluklu karma kullanımı, mevcut yerleşim alanı çapında gelişmeyi, konuta erişimde fırsat eşitliğinin ve çeşitliliğin artırılmasını savunmaktadır. Ayrıca çevresel açıdan açık alanların, doğal güzelliklerin ve önemli doğal alanların korunmasını ve toplumsal açıdan mahalle etkileşiminin güçlendirilmesini ilke edinmektedir (Sağ, 2011: 65; Sınmaz, 2013: 80). Kentler için gelişmenin durdurulamayacağından hareketle daha sürdürülebilir kılmak için toplumun ve paydaşların işbirliğinin teşvik edilmesi ile öngörülebilir, adil ve uygun maliyetli gelişme kararlarının uygulanması da önemlidir (Özfindık, 2021: 128).

Yeni Şehircilik (New Urbanism)

Amerika’da kentsel yayılmadan kaynaklı sorunlara çözüm bulmak için ortaya atılan alternatif yaklaşımlardan bir diğeri, yeni şehircilik yaklaşımıdır. İnsan ölçeğinde mahalle tasarımı merkez alması ile yeni şehircilik; yürünebilirlik, konut çeşitliliği, kamusal alanlara 5-10 dakikalık mesafelerde kolayca erişme gibi ilkelere dayanan bir mimari tasarım ve planlama yaklaşımıdır (Kazan, 2021: 17).

Bu yaklaşım bir başlangıç noktası olarak akıllı büyüme yaklaşımına önderlik yapmıştır. Akıllı büyüme, yeni şehirciliğe uygun bir büyüme şekli olarak karşımıza çıkarken akıllı büyümenin çevresel olmasına karşılık yeni şehircilik mimari kökenlidir (Sağ, 2011: 65-71). Akıllı büyüme, sürdürülebilir kalkınma destekçilerini savunurken, yeni şehirciler kentsel alanların daha fazla yaya erişimi için çaba göstermesi gerektiğini savunur gibi görünmektedir (Talen, 2002: 257).

Doğaya uygun bir biçimde bütün kentsel hizmetlerin yüksek kalitede bir toplu taşıma sistemi etrafında ve yürünebilir şekilde konumlandırılması, kent merkezlerinde sosyalleşmeyi sağlayacak açık alanlara yer verilmesi ilkeleri ile bu yaklaşım; üç farklı ölçekte tasarım kuralları içermektedir. Bunlar; birincisi “bölge” ölçeği; ikincisi “komşuluk birimi, mahalle, koridor” ölçeği ve üçüncüsü ise “sokak, yapı adası ve bina” ölçekleridir.

İkinci ölçek olan mahalle ölçeği için tasarım prensipleri yerleşmelerin yürüyüş mesafesinde ve toplu taşımadan destek alınarak planlanması, otomobil kullanımının azaltılması, farklı tip ve

fiyatlar içeren konut çeşitliliğinin sağlanması, kendine yeterli mahallelerin tasarlanması, yerleşmede bir sınır ve bir merkez belirlenmesi, konut-iş-alışveriş-eğitim-rekreasyon gibi alanların dengeli bir şekilde ve birbirine bağlanan yollar ile yapılandırılması gibi prensiplerdir (Sağ, 2011: 68; Kazan, 2021: 22). Bu yaklaşım, kentsel gelişmenin temelinde komşuluk birimlerini görmektedir (Kazan, 2021: 21). Çalışmanın “komşuluk birimi/mahalle birimi” bölümünde adı geçen teorisyenler Duany ve Plater-Zyberk, yeni şehircilik yaklaşımının önemli teorisyenleridir. Bu yaklaşımda mahalle ölçeği temel hizmetlerin bulunabildiği, sosyal ilişkilerin geliştiği, kendine yeterli bir toplumsal ve mekansal organizasyondur. Mahallenin optimum büyüklüğü, yürüme mesafesi ile -merkezden 400 metre yarıçapında bir alan-belirlenmektedir (Özgür, 2006: 82-83). Bölge ölçeği içinde de komşuluk birimleriyle benzer ilkeler uygulanmalıdır; koridorlar bölge içinde mahalleleri birbirine bağlamaktadır (Kazan, 2021: 21, 24).

Kısaca her üç ölçek için de geçerli olan temel prensipler şu şekilde açıklanabilir (Kazan, 2021: 27-39):

- Yaya erişimi: Otomobil kullanımına kapalı sokaklar ile işyerleri, eğitim-sağlık kurumları ve oyun alanları konutlara on dakikalık yürüme mesafesi içinde yaya hareketine öncelik verecek şekilde planlanmalıdır.
- Bağlantılı olmak: Yayaların yürüyüşünü kolaylaştıracak şekilde geniş yol ve sokak ağlarını, mahalle sınırları içinde parkların, yaya ve bisiklet yollarının birbirine bağlantılı olmasını içermektedir.
- Karma arazi kullanımı-çeşitlilik: Konut, işyeri ve ofislerin yerleşme alanında yapı adasında binada karışık kullanım ve farklı yaş, sınıf, kültür, ırk birlikteliğini ifade etmektedir.
- Karma konut yerleşmesi: Karma gelir guruplarına göre karma konut tipolojilerinin üretildiği yeni mahalle tasarımları ile adaletsizlik azaltılmaya çalışılmaktadır. Yani her yaş, ırk ve gelirden çeşitli sınıflardaki insanların aynı mahalle yapısı içinde farklı boyut ve modeldeki konutlardan fiyat aralıklarında uçurum olmayacak şekilde, istediğini seçebilme hakkının var olmasıdır.
- Yüksek kalitede kentsel tasarım ve mimarlık: Hem insan refahının ve huzurlu yaşam duygusunun hem de estetiğin ön plana alındığı mahallenin kimliği ön plana çıkarılmaktadır.
- Geleneksel mahalle yapısı: Mahallenin merkezi ve sınırları dahilinde sakinlerin bütün ihtiyaçlarını karşılayabilmesi, böylece otomobil ve toplu taşıma kullanma ihtiyacının azaltılması sağlanmaktadır.
- Yoğun gelişme: Daha fazla sayıda kentsel işlevin yayalar tarafından erişilebilir olacak şekilde bir arada bulunmasıdır. Konut, işyeri, okul gibi unsurlarla yerleşim yerleri yoğun olmalı ve bu yoğunluklara göre arazi kullanımları yaratılmalıdır. Yerleşimler için 400 - 800 metre mesafelerde transit geçiş güzergahları yaratılmalıdır.
- Akıllı ulaşım: Mahalleleri birbirine bağlayan bir ulaşım ağı ve yaya/bisiklet ağırlıklı bir günlük ulaşımın teşvik edilmesini, raylı sistemlerin geçiş güzergahlarındaki transit durakların yaya ve bisiklet yolu ile bağlanmasını gerektirmektedir.
- Sürdürülebilirlik: Otomobil kullanımı yerine yürüme, yerel üretim, çevreye saygılı ve doğayla uyumlu teknolojilerin kullanılması, açık ve yeşil alanların arttırılması gibi ilkelere çevre üzerindeki olumsuz etkilerin en aza indirilmesidir.
- Yaşam kalitesi: İnsanlar arasındaki sosyal uyumun teşvik edildiği, insanların bir arayan gelip yüz yüze etkileşimde bulunabildiği açık alanların gelişimi, çevresel sorunların en aza

indirilmesi ve diğer tüm unsurların birleşimiyle insanların orada yaşamaktan mutlu ve huzurlu hissedecekleri bir çevre yaratmakla ilgilidir.

•

Toplu Taşıma Odaklı Gelişme (*Transit-Oriented Development*)

Diğer bir planlama yaklaşımı, 1990 ertesinde ulaşımdan kaynaklanan kentsel sorunlara bir çözüm yolu olması amacı ile geliştirilen toplu taşıma odaklı gelişme yaklaşımıdır. Akıllı büyüme ve yeni şehircilik, toplu taşımanın biçimlendirdiği gelişmeye inanmaktadır (Sağ, 2011: 71). Toplu taşıma odaklı gelişme, bu yaklaşımların temel ilkelerinden/stratejilerinden biridir. Kısaca kent kaynaklı sorunlara çözüm bulmak amacıyla toplu taşımayı baz almaktadır (Kütük ve Ercoşkun, 2019: 141).

Toplu taşıma odaklı gelişme, kompakt yoğunluklu bir kentsel gelişim alanı ile hafif raylı sistemler ve otobüs durakları gibi kamu ulaşımı seçeneklerine yürüme ve bisiklet mesafesi içinde bir alanı, karma arazi kullanımlarını, canlı ve birbirine bağlantılı cadde ve sokak ağlarını içermektedir (Aydemir vd., 2018: 527-528). Sokaklar ile kamusal mekanların bütünleşik olduğu, yaya ve transit yolculuğunu arttırması beklenen, yürünebilirlik kalitesinin yüksek olduğu bir oluşumu ifade etmektedir. Bu yaklaşımda yalnızca transit kullanımı değil, yürüme ve bisiklet sürmenin de desteklenmesi ile trafik kaynaklı sorunlar ve zaman kaybı en aza inmektedir. Bunun için tasarımların hareketliliğe uygun yapılması, yaya ve bisiklet rotalarının birbirine bağlanması özellikle önemlidir. Ayrıca konut ve konut dışı karma arazi kullanımlı plan yapmak, seyahat ihtiyacını azaltmasının yanı sıra kamusal alanların günün her saatinde canlı ve güvenli olmasını da sağlamaktadır (Kütük ve Ercoşkun, 2019: 142-145).

Toplu taşıma odaklı gelişmede sürdürülebilir çevreler yaratılması amacıyla çalışma, konut ve eğlence alanları gibi kullanımlar bir arada ve yürünebilir şekilde tasarlanmaktadır. Böylece otomobil bağımlılığı azaltılmakta, sosyalleşme desteklenmekte ve yaşam kalitesi iyileştirilmektedir (Özfindık, 2021: 131). Böyle bir gelişmeyle planlanan tipik bir mahalle, düşük yoğunluklu, hafif raylı sistem ve otobüs durağına sahip, “genel olarak yürüme mesafesi içerisindeki bir toplu taşıma durağından ¼ ya da ½ mil yarıçap içerisinde bir alana hizmet eden” bir mahalledir. Yürünebilir bir mahalle yapısı ve cadde-sokak bağlantıları ile sürdürülebilir mekan kullanımını ve mevcut mahallelerin sürdürülebilir işlevsel kullanımını desteklemektedir (Aydemir vd., 2018: 527).

Merkezde yer alan bir toplu taşıma durağından itibaren 400-800 metre yarıçaplı bir çemberle çevrelenmiş ve bu çember çevresi içinde görece yüksek bir yapılaşmanın olmasına karşılık merkezden uzaklaştıkça yoğunluğun azaldığı bir biçimi göstermektedir. Bu nedenle toplu taşıma odaklı gelişim bölgeleri; düşük yoğunluklu, orta yoğunluklu ve yüksek yoğunluklu olmak üzere üç farklı özellik taşımaktadır (Kütük ve Ercoşkun, 2019: 142).

Tüm bu planlama yaklaşımları, özellikle son 20 yılda kentleşme ve planlama literatürlerinde çok tartışılmakta ve hepsinin kabul ettikleri stratejiler birçok açıdan ortaklaşmaktadır. Ortaklaşan stratejiler açısından konumuz gereği en dikkat çekici olanlardan biri, yürünebilir mahallelerin yaratılmasına verilen önemdir. Günümüzde özel araç kullanımından kaynaklı olarak meydana gelen trafik, gürültü, hava kirliliği gibi sorunların kentsel yaşam kalitesine olan etkisi açıktır. Mevcut caddelerin ve kaldırımların yürümeye daha elverişli hale getirilmesi, gündelik hayatta ihtiyaç duyulan bütün alanlara ve hizmetlere erişime yönelik güvenilir yürüme rotaları oluşturulması, sokak ağlarının birbirine bağlı olacak şekilde yürümeyi teşvik etmesi hem trafiği rahatlatacak hem ulaşım maliyetlerini en aza indirecek, hem de mahalle ilişkilerinin oluşmasını sağlayacaktır. Yürüme dışında bisiklet ya da yüksek kaliteli toplu taşıma araçları gibi alternatif ulaşım seçenekleri oluşturulması da önemlidir. Bir diğer strateji ise;

karma kullanımlar yaratılması yani konut, ticaret ve eğlence amaçlı kullanımların birbirine yakın olarak konumlandırılmasıdır. Bu şekilde bir konumlandırma aynı zamanda yürümeyi ve bisiklet kullanımını da daha tercih edilir kılacaktır. Ayrıca farklı konut türlerinin ve geniş fiyat aralığının arz edilmesi, güçlü bir aidiyet hissi oluşturulması ve topluluk bağlarının güçlendirilmesi, açık alan ve doğal güzelliklerin korunması, etkili kamusal mekanlar yaratılması gibi stratejiler de ortaklaşan stratejiler arasındadır.

SONUÇ

Wuhan şehrinde 2019 yılı sonunda baş gösteren ve kısa bir süre içinde ve büyük bir hızla dünyanın birçok ülke ve bölgesine yayılan Covid-19 (Koronavirüs) salgını, kuşkusuz ki bir kentleşme sorunudur. Tarihte daha önceleri de benzer örnekleri görülmüş olan bu salgın hastalık, kent planlaması yapılırken insan ve halk sağlığının ön plana alınması gerekliliğini bir kez daha vurgulamıştır. Birçok kent için ulaşım, kamusal alanların kullanımı gibi konuların yeniden gözden geçirilmesi gereğinden hareketle kentleşme literatüründeki “yürünebilir kentler, “15 dakikalık kentler” “akıllı büyüme” gibi kavramlar yeniden gün yüzüne çıkarak uygulamanın yolları aranmaya başlanmıştır.

Söz konusu kavramlar, kavramsal olarak eskiye dayanmaktadır. Kentsel yayılma, kentlerin sürekli göç alarak yoğunlaşması ve kalabalıklaşması sonucunda kent merkezlerinin cazibesini kaybetmesinden kaynaklanan ve birçok açıdan eleştirilen bir büyüme biçimi olmuştur: Altyapı ve ulaşım maliyetlerini yükseltmesi, verimli tarım arazilerinin kaybı, ekosistemler üzerinde oluşturduğu baskı ve otomobil bağımlılığını arttırması. Kentlerin otomobil bağımlılığından kurtarılacak ulaşımın yaya ulaşımı ve bisiklete, toplu taşımaya öncelik verecek şekilde planlanmasına dair yaklaşımlar; özellikle bu bağımlılığın ve obezite kaynaklı sağlık sorunlarının yüksek oranda görüldüğü Amerika kentlerinde ortaya çıkmıştır (Halu, 2010: 210). 20. yüzyılın başlarında birçok Amerikan şehri kapsamlı bir planlama, açık alanlar ve diğer donatılar için kamu yatırımının olmayışının etkilerini yaşamaktaydı. Yıllar boyu plansız ve bölük pörçük gelişme birçok şehrin daha kalabalık ve sıkışık olmasına neden olmuş, şehirler hem fiziksel hem de toplumsal birçok sorundan –sosyal izolasyon, sivil katılımsızlık gibi- muzdarip olmuştur (Rohe, 2009: 210). Söz konusu yaklaşımlar, hem pandemi sonrası kentsel mekanı fiziksel bakımdan yeniden kurgulamanın hem de toplumsal sorunları vurgulamanın bir aracı olmuştur. Temelde kendi kendine yeten ve gündelik ihtiyaçların yürüme mesafesinde karşılandığı, çevre dostu, farklı insanların bir arada olmasını sağlayacak konut, ulaşım ve kamusal alan seçeneklerinin oluşturulmasını hedefleyen yaklaşımlardır.

Kentsel yaşamda günlük ihtiyaçlarımızı görürken, yaşantımızı sürdürürken ve temel kentsel hizmetlerden faydalanırken ulaşmamız gereken bütün alanların birbirine yakın, araç kullanmayı gerektirmeyecek şekilde, tercihen yürüme veya bisiklet sürme mesafesinde olması, yürünebilir kent yaklaşımının temelindedir. Bunu sağlamak için kentsel mekanın karma kullanımlı ve çok merkezli, doğaya saygılı ve doğayla uyumlu, daha küçük bir alana yayılmış ve optimum yoğunluğa sahip olacak ve yürümeyi kolaylaştıracak şekilde kurgulanması gerekmektedir. Bunların temeli, Amerikalı planlamacı Clarence Perry’nin bir yüzyıl önce, otomobilin yükselişi karşısında mahallelerin insan ölçeğinde korunmasını, ya da Büyük Amerikan Şehirlerinin Ölümü ve Yaşamı kitabının yazarı Jane Jacobs’un ideal mahallenin yürümeyi kolaylaştırmak için tasarlanmasını savunmasında da bulunabilir.

Çalışmada ele alınan “15 dakikalık kent (15-minute City)”, “Akıllı Büyüme (Smart Growth)”, “Yeni Şehircilik (New Urbanism)”, “Toplu Taşım Odaklı Gelişme (Transit-Oriented Development-TOD)” gibi yaklaşımların hepsi, kentlerin mahalle ölçeğinde ele alınarak her bir mahalle biriminin yürünebilir, yaya ve bisiklet yollarının bütün kentsel mekanlarla bağlantılı olduğu,

karma arazi kullanımlı, konut çeşitliliği olan, açık ve yeşil alanlara sahip, herkesin yüz yüze etkileşime girip sosyalleşebildiği birimler olması gerektiğini savunmaktadır. Bunlar ütöpik veya gerçekleştirilmesi imkansız olan modeller değildir. Pandeminin etkin olduğu ve hızla yayıldığı dönemlerde kentbilimciler ve kent plancıları, kentlerin artık izolasyon temelli olarak yeniden kurgulanacağı konularını tartışmıştır. Ancak pandeminin -devam etmekle birlikte- etkisini kaybettiği bugünlerde pandeminin kent planlamasına uzun vadede kalıcı etkiler bıraktığını/bırakacağını söylemek daha güç görünmektedir. Artık tüm kamusal mekanlar, binalar, donatılar vs hiçbir kısıtlama olmaksızın kullanıma açılmış ve izolasyon gerekliliği artık konuşulmamaktadır. Ancak bu pandeminin karşılaşacağımız son pandemi olmayacağı da kuvvetle muhtemeldir. Ayrıca bugün kentlerin karşı karşıya olduğu sorunlar ve krizler, yalnızca salgın hastalıklar da değildir. Dolayısıyla kentlerin bir başka kriz ile karşılaştıklarında yıkıcı etkileri olmaması adına kalıcı olarak yürünebilir, çevre dostu, toplum ve sağlık odaklı modellere dönüştürülmesi elzemdir. Bunun için de kentler tasarlanırken her bir mahalle ölçeğinde sosyal etkileşimler için açık, yeşil ve kamusal alanların ayrılması, bu alanların çoklu kullanımı, bu alanlara ve ayrıca konut, eğitim, sağlık, alışveriş ve çalışma alanlarına herkesin yürüme mesafesinde eşit bir şekilde erişimi, bisiklet ve yürüyüş yollarının kent planlarına dahil edilmesi, karma arazi kullanımı, ulaşımın sürdürülebilir planlanması gibi ilkelere dikkat edilmelidir. Kent kaynaklı sorunlara çözüm olabilecek yürünebilir kentlerin tasarlanması ile herkesin yaşamaktan mutlu olacağı çevreler yaratılacak ve geleceğin belki daha da devleşmiş kentleri için salgınlar veya iklim değişikliği, teknolojik afetler, enerji krizleri gibi diğer krizler fazla hasar almadan atlatılabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akçam, E. ve Karaçor, E. K. (2018). Sosyo-Demografik Yapı ve Fiziksel Çevre Özelliklerinin Yürünebilirlik Algısı Üzerine Etkisi, *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6: 1364-1376.
- Alawadi, K., Nguyen, N.H., Alrubaei, E. and Scoppa, M. (2021). Streets, density, and the superblock: neighborhood planning units and street connectivity in Abu Dhabi, *Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability*.
- Aurand, A. (2010). Density, Housing Types and Mixed Land Use: Smart Tools for Affordable Housing?, *Urban Studies*, 47(5): 1015-1036.
- Aydemir, K.P., Akyüz, B., Yılmazsoy, B., Akdemir, Ç. ve Güler, S. (2018). Kentsel Ulaşımında Yaya Öncelikli Planlama/Tasarım ve Transit Odaklı Gelişimin Metropol Kentlerdeki Deneyimi, İstanbul Örneği, *Kent Akademisi*, 11(4): 523-544.
- Aykut, M. (2020). *Postmodern Çağ Şimdi Başladı*. [Online] <https://fudurizm.org/postmodern-cag-simdi-basladi-dr-mustafa-aykut/> [Erişim Tarihi: 13.12.2021].
- Balcı, D. ve Türk, A. (2020). Covid-19 Sonrası Kent Planlamasında Yaşanacak Olası Değişimler Üzerine, *Turkish Studies*, 15(8): 3389-3400.
- Bülay, S. (2020). *Dahiyane Bir Fikir: "15 Dakikalık Kentler"*. [Online] <https://www.iklimhaber.org/dahiyane-bir-fikir-15-dakikalik-kentler/> [Erişim Tarihi: 14.12.2021].
- Capasso Da Silva, D., King, D. A. and Lemar, S. (2020). Accessibility in Practice: 20-Minute City as a Sustainability Planning Goal, *Sustainability*, 12: 1-20.
- Çam, Y. (2020). Covid-19 Süreci ve Kentsel Mekanların Kullanımının Yeniden Planlanması, *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 67-79.

- Daş, M. E. (2020). *Yürünebilir Şehirler*. [Online] <https://peyzax.com/yurunebilir-sehirler/> [Erişim Tarihi: 11.04.2022].
- Demir, Z. (2019). Mekânsal Planlamanın Fiziksel Aktivite ve Yürünebilirlik Üzerine Etkisi: Bursa Cumhuriyet ve Atatürk Caddeleri, *Social Sciences Research Journal*, 8(1): 115-124.
- Ensarioğlu, S. A. (2021). COVID 19 Salgını Sonrasında Yapılı Çevrenin Fiziksel ve Kavramsal Dönüşümü Üzerine Öngörüler, *Kent Araştırmaları Dergisi*, 12: 10-45.
- Ercan, M. A. ve Belge, Z. S. (2017). Daha Yaşanabilir Kentler İçin Mikro Ölçek Bir Yürünebilirlik Modeli, *METU JFA*, 34(1): 231-265.
- Erdoğanaras, F., Çamur K. C., Tamer, N. G. ve Mercan, K. (2020). COVID-19, mahalle, müsterekler, kentsel yaşam ve halk sağlığı, *Türk Coğrafya Dergisi*, 76: 115-128.
- Erturan, A. (2020). *Pandemi Sonrası Kentlerde Değişen Ulaşım ve Alternatif Çözüm Arayışları*. [Online] <https://www.iklimhaber.org/pandemi-sonrasi-kentlerde-degis-en-ulasim-ve-alternatif-cozum-arayislari/> [Erişim Tarihi: 18.03.2022].
- Ettema, D. and Smajic, I. (2015). *Walking, places and wellbeing*, *The Geographical Journal*, 181(2): 102-109.
- Forsyth, A. and Southworth, M. (2008). Cities Afoot - Pedestrians, Walkability and Urban Design, *Journal of Urban Design*, 13(1): 1 – 3.
- Gerçek, H. (2019). *Yürümek ve Yürünebilir Kentler Üzerine*. [Online] <https://www.skb.gov.tr/yurumek-ve-yurunebilir-kentler-uzerine-s32132k/> [Erişim Tarihi: 18.03.2022].
- Güneş, B. (2021). COVID-19'da Sona Doğru: Kentsel Mekânda Değişim Sorunu, *ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1): 109-138.
- Gürsoy, O. ve Sadioğlu, U. (2021). 21. Yüzyılda Kente İlişkin Olarak Ortaya Çıkan Yeni Kavramlar, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 76(3): 2-24.
- Halu, Z. Y. (2010). *Kentsel mekân olarak caddelerin mekânsal karakterinin yürünebilirlik bağlamında irdelenmesi Bağdat caddesi örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Halu, Z. Y. ve Yürekli, F. (2011). Yürünebilirlik kavramı ve kentsel mekanlarda yürüme, *İTÜ Dergisi/A Mimarlık*, 10(2): 29-38.
- Kaya, H. E. (2019). *Kentsel konut alanlarının ekolojik planlama açısından değerlendirilmesi: Konya Meram ilçesi örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya Teknik Üniversitesi, Konya.
- Kazan, E. (2021). *İstanbul Fikirtepe ve Çırçır kentsel dönüşüm bölgelerinde yeni şehircilik ilkeleri bağlamında karşılaştırmalı bir değerlendirme*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Kumlu, K. B. Y. (2019). *Yapılı çevre özelliklerinin sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik üzerine etkileri: Mersin kent merkeziyle, Pozcu ve Mezitli alt merkezlerinden bulgular*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Külekçi, H. E. ve Tezer, A. (2021). Sosyal Altyapı Alanlarına Erişimde Yürünebilirlik Kapasitesinin Ölçülmesi: Bakırköy-Bahçelievler Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(76): 301-320.

- Kütük, T. ve Ercoşkun, Ö. Y. (2019). Ankara-Batıkent ve Koru Metro İstasyonlarının Toplu Taşıım Odaklı Gelişim (TOD) ve Sürdürülebilir Kentsel Tasarım İlkeleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi, *Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi (MBUD)*, 4(2): 140-154.
- Leyden, K. M. (2003). Social Capital and the Built Environment: The Importance of Walkable Neighborhoods, *American Journal of Public Health*, 93(9): 1546-1551.
- Moreno, C., Allam, Z., Chabaud, D., Gall, C. and Pratlong, F. (2021). Introducing the “15-Minute City”: Sustainability, Resilience and Place Identity in Future Post-Pandemic Cities, *Smart Cities*, 4: 93-111.
- NíChúláin, A. and Davlashyan, N. (2021). *What is a '15-minute city' and how will it change how we live, work and socialise?*. [Online] <https://www.euronews.com/next/2021/09/16/what-are-15-minute-cities-and-how-will-they-change-how-we-live-work-and-socialise> [Erişim Tarihi: 12.01.2022].
- Nieuwenhuisen, M. J. (2020). *Post-COVID-19 Cities: New Urban Models to Make Cities Healthier*. [Online] <https://www.isglobal.org/en/healthisglobal/-/custom-blog-portlet/post-covid-19-cities-new-urban-models-to-make-cities-healthier/4735173/0> [Erişim Tarihi: 23.05.2022].
- O’Sullivan, F. (2020). *Paris Mayor: It’s Time for a ‘15-Minute City’*. [Online] <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-02-18/paris-mayor-pledges-a-greener-15-minute-city> [Erişim Tarihi: 18.03.2022].
- O’Sullivan, F. (2021). *Make Way for the ‘One-Minute City’*. [Online] <https://www.bloomberg.com/news/features/2021-01-05/a-tiny-twist-on-street-design-the-one-minute-city> [Erişim Tarihi: 18.03.2022].
- Overstreet, K. (2021). *Creating a Pedestrian-Friendly Utopia Through the Design of 15-Minute Cities*. [Online] https://www.archdaily.com/954928/creating-a-pedestrian-friendly-utopia-through-the-design-of-15-minute-cities?ad_medium=widget&ad_name=related-article&ad_content=970873 [Erişim Tarihi: 10.05.2022].
- Özalp, Y. (2016). *Mekansal kalitenin yürünebilirlik üzerindeki etkisi: Ankara-Atatürk Bulvarı örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Özcü, A. E. ve Atanur, G. (2020). Kovid-19 Pandemisinin Kent Yaşamına Etkisi: Kamusal Alan Üzerine Değerlendirmeler, *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 16(2): 237-250.
- Özfındık, F. S. (2021). Kentsel Yayılmaya Karşı Ekolojik Sürdürülebilirliğin Bir Aracı Olarak Akıllı Büyüme Stratejileri, III. Uluslararası Şehir, Çevre ve Sağlık Kongresi Tam Metinler Kitabı. ss. 124-133.
- Özgür, E. F. (2006). *Sosyal ve mekansal ayrışma çerçevesinde yeni konutlaşma eğilimleri: kapalı siteler İstanbul-Çekmeköy örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.
- Öztaş, Ç. Ç. (2021). COVID-19 Kentsel-Kamusal Alan Kullanım ve Tasarımını Nasıl Etkileyecek? Bir Değerlendirme, *Kent Araştırmaları Dergisi*, 12: 95-114.
- Özüduru, H., B. (2020). *Covid-19 ve Şehirler*, Kent Araştırmaları Enstitüsü, Ankara.
- Park, Y. and Rogers, G. O. (2015). Neighborhood Planning Theory, Guidelines, and Research, *CPL Bibliography*, 30(1): 18-36.
- Pehlivan, H. (2021). COVID-19 Pandemisinin Derinleştirdiği Sosyo-Mekansal Eşitsizlikler ve Kentsel Alanın Yeni Dinamikleri, *Planlama Dergisi*, 31(3): 352-360.

- Pozoukidou, G. and Chatziyiannaki, Z. (2021). 15-Minute City: Decomposing the New Urban Planning Eutopia, *Sustainability*, 13: 1-25.
- Rohe, W. M. (2009). From Local to Global: One Hundred Years of Neighborhood Planning, *Journal of the American Planning Association*, 75(2): 209-230.
- Sağ, N. S. (2011). *Dönüşüme bağlı kentsel gelişmenin yönetilmesinde bir araç olarak akıllı büyüme; Konya kenti örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- SFMTA (2020). *Slow Streets Program*. [Online] <https://www.sfmta.com/projects/slow-streets-program> [Erişim Tarihi: 21.05.2022].
- Sınmaz, S. (2013). Yeni Gelişen Planlama Yaklaşımları Çerçevesinde Akıllı Yerleşme Kavramı ve Temel İlkeleri, *Megaron*, 8(2): 76-86.
- Sisson, P. (2020). *What is a 15-minute city*. [Online] <https://citymonitor.ai/transport/pedestrians/what-is-a-15-minute-city> [Erişim Tarihi: 23.05.2022].
- Southworth, M. (2005). Designing the walkable city, *Journal of Urban Planning and Development*, 131(4): 246-257.
- Sulak, B. (2018). The new planning approaches and smart cities, *SETSCI Conference Indexing System*, 3: 808-813.
- Sutcliffe, M. (2021). *What is a 15-minute neighbourhood?*. [Online] <https://www.smarttransport.org.uk/insight-and-policy/latest-insight-and-policy/what-is-a-15-minute-neighbourhood> [Erişim Tarihi: 20.04.2022].
- Talen, E. (2002). Pedestrian Access as a Measure of Urban Quality. *Planning Practice and Research*, 17(3): 257-278.
- Tekşen, A. (2021). *15 dakikalık şehir ne demek?*. [Online] <https://www.a3haber.com/2021/01/29/15-dakikalik-sehir-ne-demek/> [Erişim Tarihi: 20.04.2022].
- Türkoğlu, H. (2020). *Covid-19 Sonrası Kent ve Kent Planlama*. [Online] <https://www.skb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/09/COVID-19-Sonrasi-Kent-ve-Kent-Planlama-Prof.-Dr.-Handan-Turkoglu.pdf> [Erişim Tarihi: 24.05.2022].
- Ünal, S. G. ve Erol, D. (2020). Sürdürülebilir Mahalle Planlamasının Değişimi, Planlamada Yeni Eğilim “EkoYer” Yaklaşımı ve Türkiye’de Uygulanabilirliği, *Planlama*, 30(1): 15–35.
- Willsher, K. (2020). *Paris mayor unveils '15-minute city' plan in re-election campaign*. [Online] <https://www.theguardian.com/world/2020/feb/07/paris-mayor-unveils-15-minute-city-plan-in-re-election-campaign> [Erişim Tarihi: 12.02.2022].
- Zuniga-Teran, A.A., Orr, B.J., Gimblett, R.H., Chalfoun, N.V., Marsh, S.E., Guertin, D.P. and Going, S.B. (2017). Designing healthy communities: Testing the walkability model, *Frontiers of Architectural Research*, 6: 63-73.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2022, 5(11): 1655-1673.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.1122](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1122)

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



KAVRAMSAL MAKALE

Türkiye’de Gastronomi Müzeleri ve Özellikleri

Prof. Dr. Nurten ÇEKAL, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Denizli, e-posta: ncekal@pau.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7596-9129>

Esradeniz DOĞAN, Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara, e-posta: edenizdogan@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1615-9564>

Arş. Gör. Dr. Hatice AKTÜRK, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Denizli, e-posta: hakturk@pau.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1516-8469>

Öz

Gastronomi, tüm dünyada yükselen bir değer olmaya devam etmektedir. İnsanlar son dönemlerde spor yapmak, deniz ve güneşten yararlanmak, tarihi ve doğal güzellikleri görmek ve sağlık nedenleri gibi amaçlarla seyahat etmelerinin yanı sıra yörelerin mutfak kültürünü tanımak ve farklı lezzetler deneyimlemek amacıyla da seyahat etmek istemektedirler. Bu noktada gastronomi turizmi söz konusu olmaktadır. Gastronomi turizmi bireylerin farklı lezzetleri yerinde tatmasına olanak sağlamaktadır. Mutfak kültürünün tanıtılması açısından gastronomi turizmi oldukça önemlidir. Bu bağlamda bazı yöreler mutfak kültürlerini tanıtmak ve sergilemek amacıyla gastronomi müzeleri oluşturmuşlardır. Gastronomi müzeleri ait olduğu yörenin mutfak kültürünü, öne çıkan gastronomik ürünlerini, besin hazırlama ve pişirme yöntemlerini sergileme ve tanıtmaya misyonu üstlenmektedirler. Bazı gastronomi müzeleri ise tematik olabilmekte ve tek bir gastronomik ürün üzerinde yoğunlaşmaktadır. Turistler bu sayede ziyaret ettikleri bölgenin mutfağını detaylı bir şekilde inceleme olanağı bulmaktadırlar. Türkiye’de de gastronomi müzeleri bulunmakta ve sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu çalışmada Türkiye’de bulunan gastronomi müzeleri ve özellikleri araştırılmış, konuyla ilgili detaylı bir literatür taraması yapılmış ve elde edilen verilerin ışığında yazın oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Müzesi, Mutfak Kültürü, Müze, Gastronomi Turizmi.

Makale Gönderme Tarihi: 05.09.2022

Makale Kabul Tarihi: 06.11.2022

Önerilen Atıf:

Çekal, N., Doğan, E. ve Aktürk, H. (2022). Türkiye’de Gastronomi Müzeleri ve Özellikleri, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(11): 1655-1673.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(11): 1655-1673. DOI:10.26677/TR1010.2022.1122

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



CONCEPTUAL PAPER

Gastronomy Museums and Features in Turkey

Prof. Dr. Nurten ÇEKAL, Pamukkale University, Faculty of Tourism, Denizli, e-mail: ncekal@pau.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7596-9129>

Esradeniz DOĞAN, Ph.D. Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, Ankara, e-mail: edenizdogan@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1615-9564>

Dr. Hatice AKTÜRK, Pamukkale University, Faculty of Tourism, Denizli, e-mail: hakturk@pau.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1516-8469>

Abstract

Gastronomy continues to be a rising value all over the world. In addition to traveling for purposes such as doing sports, benefiting from the sea and the sun, seeing historical and natural beauties and health reasons, people also want to travel in order to get to know the culinary culture of the regions and to experience different tastes. At this point, gastronomic tourism comes into question. Gastronomy tourism enables individuals to taste different flavors on site. Gastronomic tourism is very important in terms of introducing culinary culture. In this regard, some regions have established gastronomy museums in order to introduce and exhibit their culinary cultures. Gastronomy museums undertake the mission of exhibiting and promoting the culinary culture of the region, prominent gastronomic products, food preparation and cooking methods. Some gastronomic museums can be thematic and focus on a single gastronomic product. In this way, tourists have the opportunity to examine in detail the cuisine of the region they visit. There are gastronomy museums in Turkey and the number of them is increasing day by day. In this study, gastronomy museums in Turkey and their features were researched, a detailed literature review was made on the subject and literature was created in the light of the obtained data.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Museum, Culinary Culture, Museum, Gastronomy Tourism.

Received: 05.09.2022

Accepted: 06.11.2022

Suggested Citation:

Çekal, N., Doğan, E. and Aktürk, H. (2022). Gastronomy Museums and Features in Turkey, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(11): 1655-1673.

GİRİŞ

Son yıllarda turizm sektörünün parlayan yıldızı haline gelen gastronomi, eğitim ve medya gibi birçok branşta gelişmekte ve kendi içinde farklı alanlara ayrılmaktadır. Bu alanlardan biri de alternatif turizm çeşidi olan gastronomi müzeleridir (www.en.gastromasa.com).

Gastronomi; beslenme, gıda bilimi, pişirme teknikleri, lezzet, tat ve koku gibi konuları kapsayan oldukça geniş bir kavramdır (academiesciencesmoralesetpolitiques.fr). Gastros (mide) ve nomos (yasa, kural) kelimelerinin birleşiminden ortaya çıkan gastronomi kavramı ilk olarak Milattan Önce 4. yüzyılda Sicilyalı Yunan Archestratus tarafından kullanılmıştır (Çekal ve Doğan, 2022). Fransız şair Joseph Berchoux tarafından 1801 yılında kullanılan gastronomi kavramı (www.nytmco.com), yemek pişirme, yemek planlama, yemeği tatma ve yemek yeme sanatı anlamlarına gelmektedir (Larousse Gastronomique, 2007).

Fransız hukukçu ve yazar Jean Anthelme Brillat-Savarin gastronomiyi 1825 yılında yayımlanan *Physiologie du goût* (Lezzetin Fizyolojisi) adlı eserinde “yemek yerken insanla ilgili her şeyin bilgisi ve anlayışı” olarak tanımlamıştır (academiesciencesmoralesetpolitiques.fr). Ayrıca Brillat-Savarin “gastronomi gıdanın elde edilmesi, hazırlanması, doğa tarihi, fizik, tıp, sosyoloji, kimya, ticaret ve ekonomi politiği ile ilgilidir” şeklinde tanımlamış, “bana ne yediğini söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim” aksiyomu da nesilden nesile aktarılmıştır (www.sites.bu.edu). Gastronomi farklı milletlerin kültürünü, geleneklerini, mirasını ve topluluk duygusunu yansıtmaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’ne göre gastronomi değişik kültürler arasındaki anlayışı geliştirmenin yanı sıra insanları ve gelenekleri birbirine yaklaştırmamanın bir yoludur (www.unwto.org).

Son yıllarda turizm taleplerindeki değişimler dikkat çekmektedir. Turizmde deniz kum güneş dayalı kıyı turizmi önemini devam ettirse de (Emekli, 2005) turist eğilimlerindeki farklılıklar alternatif turizmi zorunlu kılmıştır (Özdemir ve Dülger Altın, 2019). Turistik ürünler hızlı bir şekilde çeşitlenmekte ve buna bağlı olarak da rekabet artmaktadır. Kırsal turizm, gastronomi turizmi, termal turizm gibi daha pek çok turizm çeşidinin ortaya çıkması turizm pazarında rekabeti de artırmıştır (Emekli, 2005).

Gastronomi turizmi Lin ve arkadaşları (2011) tarafından “yiyecek ve içecekleri tatma amacıyla seyahat etme ya da en azından seyahatin bir kısmında yiyecek ve içecekleri tatma motivasyonu ile hareket etme” olarak tanımlanmıştır (Lin, Pearson ve Liping, 2011; Sarıışık ve Özbay, 2015). Yüncü (2010) gastronomi turizmini, “temel motivasyon faktörü özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerinin, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmektir” şeklinde tanımlamıştır.

Son yıllarda gastronomi turizmi, yerli ve yabancı turistlerin oldukça ilgisini çeken bir turizm çeşidi haline gelmiştir. İnsanlar gerek kendi ülkelerinin gerekse farklı ülkelerin yemek kültürünü tanımak, farklı lezzetler tatmak ve ürünlerin üretimine dahil olmak, çeşitli gastronomi festivallerine katılmak gibi amaçlarla seyahat etmektedirler. Bu durum, ülkelerin yemek kültürlerinin ön plana çıkarılması, korunması ve kuşaklararası aktarılması konusunda farkındalık yaratmış ve yerel halk, yerel yönetimler, turizm sektörü gastronomi turizmne önem vermeye başlamış ve yemek kültürünün korunması, sergilenmesi ve tanınırlığının artırılması konusunda arayış içine girmişlerdir. Dünyanın çeşitli ülkelerinde uzun zamandır var olan gastronomi müzeleri son yıllarda da ülkemizde açılmaya başlamıştır.

Müzeler, ülkelerin ya da yörelerin beslenme alışkanlıklarını, yemek kültürünün sürdürülebilirliğini sağlamakla birlikte kuşaklararası aktarımını sağlamaktadır. Ayrıca gastronomi müzeleri, yerli ve yabancı turistlere yemek kültürü konusunda destinasyona çekicilik kazandırmakta ve bir pazarlama aracı görevi üstlenmektedir. Son zamanlarda gastronomi

müzeleri yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından talep gören bir cazibe merkezi niteliğindedir (Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021).

Müzeler, bir ülkenin kültürünü tanıtmakta çok önemli kuruluşlardır. Müzeler aracılığıyla ülkenin tarihi, kültürel değerleri sergilenerek hem ulusal hem de uluslararası tanıtımının sağlanmaktadır. Bu sayede ülkeye has zenginlikler daha geniş kitlelerce tanınmakta ve anlam kazanmakta, kuşaklar arası aktarımı sağlanmakta ve koruma altına alınmaktadır.

Dünyada çok sayıda gastronomi müzesi bulunmakta olup bunların temaları da çeşitlilik göstermekte olup bu temalar; çeşitli alkollü ve alkolsüz içecekler, meyve ve sebzeler, yöresel ürünlerdir (Sezen, 2018). Gastronomi müzeleri Fransa, Almanya, Belçika, İngiltere, Hollanda, Danimarka, İtalya, Mısır, Amerika, Japonya, Çin, Kıbrıs, Hindistan, Yunanistan, Birleşmiş Arap Emirlikleri, Tayvan, Rusya, Sri Lanka, Küba, Avusturya, İspanya, Bulgaristan gibi ülkelerde bulunmaktadır. (Ceyhun Sezgin ve Akbıyık, 2021). Örneğin Amerika'da patates müzeleri, Fransa'da tarım ve tarım ürünleriyle ilgili müzeler, Hollanda da peynir müzeleri bulunur (Mankan, 2017).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi Müzeleri ve Özellikleri

Eski çağlardan beri insanlar bir kısmını kendi yarattıkları, bir kısmını da çeşitli kaynaklardan çeşitli şekillerde elde ettikleri nesneleri kullanarak muhafaza etmiş, bazen en basit şekilde bazen de profesyonelce sergilemişlerdir. İnsanlar bilim ve sanatın gelişim süreci içinde geçmiş ve geleceğe ışık tutma amacıyla toplanan bu nesnelere, geçmiş deneyimlerden yararlanmak ve gelecek nesillere de bir şeyler anlatmak için sıklıkla başvurmuşlardır. Müze kavramı bu şekilde ortaya çıkmıştır (Demir, 2011; Sormaz ve Güneş, 2016).

Müze, 1990 yılında Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği tarafından "Kültür varlıklarını tespit eden, ilmi metotlarla açığa çıkaran, inceleyen, değerlendiren, koruyan, tanıtan, sürekli ve geçici olarak sergileyen, halkın kültür ve tabiat varlıkları konusundaki eğitimini, bedii zevkini yükselten, dünya görüşünü geliştirmede tesirli olan daimi kuruluştur" şeklinde tanımlanmıştır (www.teftis.ktb.gov.tr).

Uluslararası Müzeler Komitesi tarafından ise müze, "insanlığın maddi ve manevi mirasını barındıran, koruyan, araştıran, ileten ve sergileyen; eğitim, araştırma ve eğlence amaçlı toplumun ve toplum gelişiminin hizmetinde halka açık kar amacı gütmeyen daimi kuruluşlar" şeklinde tanımlanmıştır (ICOM, 2004; Çetin ve Küçükkömürler, 2018).

Gastronomi temalı müzeler gastronomi gelişiminin göstergelerinden biridir. Seyahat amacı gastronomi olan turistler gittikleri kentin gastronomi tarihi, gelenekleri ve kültürü hakkında bilgi edinebilecekleri ve yöresel ürünleri tadabilecekleri bu müzeleri ziyaret etmektedirler (Aksoy ve Sezgi, 2015).

Gastronomi müzeleri kısaca yemek hakkında bilgi edinilebilecek alanlardır. Bu alanlarda yiyeceklerin sergilenme şekli çok çeşitlidir. Tarih boyunca yemek pişirme kaplarının sergilenmesi, tarihi tariflerin ve yabancı mutfak kültürlerin sunulması, beslenme gerçeklerinin ve biyolojik fonksiyonların açıklanması gibi farklı biçimlerde müzelerde ve kültürel alanlarda sergilenmiştir (www.museumoffoodandculture.org).

Gastronomi müzeleri bitkilerden şaraba, mutfak kültüründen çikolataya, zeytinyağından aromatik bitkilere kadar pek çok alanda gastro-kültürü göstermektedir. Dünyanın farklı ülkelerindeki gastronomi müzelerine bakıldığında Belçika Çikolata Müzesi (Choco Story),

Amerika’da bulunan Chuck Williams Mutfak Sanatları Müzesi ve Alimentarium Yemek Müzesi, Fransa’daki Escoffier Mutfak Sanatları Müzesi, İtalya Dondurma Müzesi (Gelato Museum), Fas Mutfak Sanatları Müzesi ve Almanya Ekmek Kültürü Müzesi gibi örnekler verilebilir (www.en.gastromasa.com).

YÖNTEM

Çalışmada Türkiye’de bulunan gastronomi müzelerinin hangi temalarda, hangi şehirlerde ve kimler tarafından kurulduğuna dair genel bir bilgi verilerek farklılıklarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’deki gastronomi müzeleri ve özellikleri araştırılmış, elde edilen verilerin ışığında yazın oluşturulmuştur. Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden arşiv doküman tarama tekniği kullanılmıştır. Nitel yöntemle tasarlanmış araştırmalarda incelenen olgu veya olay hakkında derin bir algıya ulaşma çabası söz konusudur. Nitel araştırmalarda genellikle görüşme, doküman, gözlem ve söylev analizi gibi nitel veri toplama teknikleri kullanılmaktadır (Morgan, 1996; Baltacı, 2019).

Geçmişe dönük tutulan her türlü yazılı ve sözlü kayıtlar, arşiv ve doküman taramasını oluşturmaktadır. Bunlar yazılı kaynaklar, kitap, dergi, gazete, rapor, ansiklopedi, mektup ve benzeri yayınlardır (Kozak, 2018). Bu kapsamda gastronomi müzeleri ile ilgili yayımlanmış çalışmalar, haber kaynakları ve Türkiye’deki gastronomi müzelerinin web siteleri gibi ikincil kaynaklardan faydalanılarak alanyazın taraması yapılmıştır.

BULGULAR

Yemek kültürünün sürdürülebilirliği açısından önemli bir rol oynayan gastronomi müzeleri, mutfak kültürü ve tarihinin tanıtılmasında kullanılan en önemli yerlerden biridir. Gastronomi müzeleri bir bölgenin destinasyon pazarlaması ve gastronomik kimlik kazanması konusunda oldukça etkilidir (Sarı Gök, 2020). Turistik ürün haline dönüştürülüp pazara sunulan yeme alışkanlıkları, pişirme, sunum teknikleri gibi bileşenler bir araya geldiğinde o yöreye ait gastronomi kimliğini ortaya koymaktadır (Duran ve Meydan Uygur, 2022). Türkiye’deki gastronomi müzeleri incelendiğinde peynir, çikolata, bal, zeytinyağı, şarap gibi farklı temalarda faaliyet gösteren 34 adet gastronomi müzesi tespit edilmiştir. Türkiye’deki gastronomi müzeleri Tablo 1’de listelendiği gibidir.

Türkiye’de bulunan gastronomi temalı müzeler incelendiğinde İstanbul’da 4 (Pelit Çikolata Müzesi, Türk Lezzet Müzesi, Mutfak Sanatları Akademisi-MSA Müzesi, Polonezköy Arıcılık Müzesi); Muğla’da 4 (Özel Muğla Arıcılık Müzesi, Marmaris Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi, My Chocolate Bodrum Çikolata Müzesi, Marmaris Bal Evi Müzesi); Hatay’da 3 (Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi, Antakya Mutfak Müzesi-UNESCO Hatay Gastronomi Evi, Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi); Gaziantep’te 2 (Emine Göğüş Mutfak Müzesi, Baklava Müzesi); Tekirdağ’da 2 (Kutman Şarap Müzesi, Hayrabolu Şalgamlı Tarım Müzesi); Aydın’da 2 (Çine Arıcılık Müzesi, Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi); Ankara’da 2 (Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu-Şarap Müzesi, Ekmek Müzesi); Kahramanmaraş’ta 2 (Tematik Mutfak Müzesi, Dondurma Müzesi); Bursa’da 2 (Bıçak Müzesi, Bursa Çikolata Müzesi); Karabük’te 2 (Safranbolu Çikolata Müzesi, Safranbolu Kahve Müzesi); Manisa’da 1 (Egea Zeytin ve Zeytincilik Müzesi); Balıkesir 1 (Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi); Çanakkale 1 (Adatepe Zeytinyağı Müzesi); İzmir’de 1 (Köstem Zeytinyağı Müzesi); Malatya’da 1 (Buğday Müzesi); Rize’de 1 (Çay Müzesi-Çay Çarşısı içinde); Şanlıurfa’da 1 (Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi); Erzurum’da 1 (Tarihi Erzurum Evleri Restoran Müze) ve Kars’ta 1 (Zavot Peynir Müzesi-Eko Müze) olmak üzere toplamda 34 gastronomi müzesi bulunmaktadır.

Tablo 1. Türkiye’deki Gastronomi Müzeleri ve Özellikleri

Müze İsmi	Teması	Bulunduğu İl	Bağlı Olduğu Kurum/Kişiler	Kuruluş Yılı
1. Zavot Peynir Müzesi (Eko Müze)	Peynir	Kars	Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği	2011
2. Pelit Çikolata Müzesi	Çikolata	İstanbul	Pelit Çikolata	2014
3. Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Zeytinyağı	Çanakkale	Ada Çiftlik Gıda Ür. San. Tic. A.Ş.	2001
4. Kutman Şarap Müzesi	Şarap	Tekirdağ	Adnan Kutman	2003
5. Emine Göğüş Mutfak Müzesi	Yöresel Mutfak Kültürü	Gaziantep	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi	2008
6. Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	Yöresel Mutfak Kültürü	Şanlıurfa	Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi	2011
7. Tarihi Erzurum Evleri Restoran Müze	Yöresel Mutfak Kültürü	Erzurum	Erzurum Müze Müdürlüğü	2011
8. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	Bitkiler ve Baharatlar	Hatay	Hatay Valiliği	2012
9. Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	Zeytinyağı	Balıkesir	Sabit Ertür	2005
10. Türk Lezzet Müzesi	Yöresel Mutfak Kültürü	İstanbul	Mehmet Yaşın, Vedat Başaran.	2018
11. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu (Şarap Müzesi)	Şarap, Turşu, Sirke	Ankara	Atatürk Orman Çiftliği	2010
12. Mutfak Sanatları Akademisi (MSA) Müzesi	Mutfak Gereçleri	İstanbul	Mehmet Aksel	2004
13. Çine Arıcılık Müzesi	Arıcılık	Aydın	Adnan Menderes Üniversitesi	2010
14. Özel Muğla Arıcılık Müzesi	Arıcılık	Muğla	Muğla İli Arı Yetiştiricileri Birliği	2010
15. Antakya Mutfak Müzesi (UNESCO Hatay Gastronomi Evi)	Yöresel Mutfak Kültürü	Hatay	Antakya Ticaret ve Sanayi Odası, Hatay Büyükşehir Belediyesi	2013 (2019)
16. Köstem Zeytinyağı Müzesi	Zeytinyağı	İzmir	Köstem Kültür, Eğitim ve Müzecilik Vakfı	2017
17. Tematik Mutfak Müzesi	Yöresel Mutfak Kültürü	Kahramanmaraş	Kahramanmaraş Dulkadiroğlu Belediyesi	2017
18. Dondurma Müzesi	Dondurma	Kahramanmaraş	Kahramanmaraş Kültür ve Turizm Bakanlığı	2018
19. Bıçak Müzesi	Bıçak	Bursa	Bursa Büyükşehir Belediyesi	2017
20. Marmaris Bal Evi Müzesi	Bal	Muğla	Marmaris Ticaret Odası Başkanlığı	2012
21. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Zeytin ve Zeytinyağı	Aydın	Hasan ve Gürsel Tonbul	2012
22. Buğday Müzesi	Tahıl ve Tahıl Ürünleri	Malatya	Malatya Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	2020
23. Baklava Müzesi	Baklava	Gaziantep	Oğuzhan Saygılı	2018
24. Safranbolu Çikolata Müzesi	Çikolata	Karabük	Mesut Kırımlı	2019
25. Bursa Çikolata Müzesi	Çikolata	Bursa	Mesut Kırımlı	2021
26. My Chocolate Bodrum Çikolata Müzesi	Çikolata	Muğla	Mesut Kırımlı, Onurcan Köksal	2021
27. Safranbolu Kahve Müzesi	Kahve	Karabük	Atilla Narin, Naim Koca ve Semih Yıldırım	2019
28. Ekmek Müzesi	Tahıl ve Tahıl Ürünleri	Ankara	Ankara Halk Ekmek	2007
29. Egea Zeytin ve Zeytincilik Müzesi	Zeytin ve Zeytinyağı	Manisa	Akhisar Belediyesi	2013
30. Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi	Zeytin ve Zeytinyağı	Hatay	Hatay Altınözü Kaymakamlığı	2017
31. Polonezköy Arıcılık Müzesi	Arıcılık	İstanbul	Kemal Sayal	2004
32. Hayrabolu Şalgamlı Tarım Müzesi	Şarap, Turşu, Sirke	Tekirdağ	Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi	2019
33. Çay Müzesi (Çay Çarşısı içinde)	Çay	Rize	Rize Ticaret Borsası	2022
34. Marmaris Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi	Yöresel Mutfak Kültürü	Muğla	Mehmet Baysal	2015

Kaynak: Mankan, 2017; Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, 2019; Sarı Gök, 2020; www.turizmgunlugu.com, 2020; Ceyhun Sezgin ve Akbiyuk, 2021; Savaşkan, 2021.

1. Zavot Peynir Müzesi (Eko Müze) - Kars

Boğatepe (eski adıyla Zavot) köyünde bulunan Peynir Müzesi (Eko Müze), 2011 yılında faaliyete geçmiştir (Şüyük, 2017). Rusça kökenli bir kelime olan Zavot, bir inek çeşidinin adı olmakla birlikte mandıra ve atölye anlamlarına gelmektedir. Üç bölüme ayrılan Zavot Peynir Müzesinin ilk bölümünde Kars'ın peynir tarihini anlatan resimler ve yazılar bulunmakta, ikinci bölümünde peynirin yapılışı anlatılmaktadır. Kadın Bakkal adı verilen son bölümde eski peynir, maya kalıpları ve tartı ağırlıkları bulunmakta, üretilen peynirlerin tadım ve sunumları yapılmaktadır (Mankan, 2017).



Şekil 1 ve 2. Zavot Peynir Müzesi (www.dunya.com).

2. Pelit Çikolata Müzesi – İstanbul

2014 yılında İstanbul'da kurulan çikolata müzesinde beş bölüm bulunmaktadır. Ana Salonda çikolata şelalesi, çikolatadan yapılan Nuh'un gemisi ve çikolata tarihinin anlatıldığı tablolar yer almaktadır. İstanbul Salonunda yine çikolatadan yapılmış Boğaz Köprüsü, Sultan Ahmet Camii, Galata Kulesi, Kız Kulesi gibi minyatür eserler bulunmaktadır. Türk Büyükleri Salonunda Atatürk, Fatih Sultan Mehmet, Osman Gazi gibi önderlerin çikolatadan büstleri yer alırken, Sanatçılar Salonunda Mona Lisa, Albert Einstein, Pablo Picasso gibi sanatçıların büstleri yer almaktadır. Son olarak Medeniyetler Salonunda çikolata ile yapılmış Antik Yunan, Bizans ve Osmanlı eserleri ve tabloları bulunmaktadır (www.peliticikolatamuse.com).



Şekil 3. Pelit Çikolata Müzesi (www.seyyahdefteri.com).

3. Adatepe Zeytinyağı Müzesi – Çanakkale

Çanakkale-İzmir karayolu üzerinde Küçükkuşu kasabasının girişinde 2001 yılında kurulan Adatepe Zeytinyağı Müzesinde zeytin toplama aletleri, eski zeytinyağı presleri, taşıma ve saklama kapları gibi nesneler sergilenmektedir. Ayrıca müzede zeytinyağı, taze zeytin, doğal sabun, kitaplar ve mutfak aksesuarları satın alınabilmekte ve Adatepe Mutfakta taze meyve suları, çay ve kahve çeşitleri ve doğal malzemelerle hazırlanan yerel zeytinyağı yemekler tadılabilmektedir (www.adatepe.com).

4. Kutman Şarap Müzesi – Tekirdağ

2003 yılında Adnan Kutman tarafından kurulan Kutman Şarap Müzesi'nde ailesinin şarap yapımında kullandığı ilk aletlerin yanı sıra Osmanlı dönemine ait tapu ve nüfus kağıtları, 1911 senesine ait muhasebe kayıtları ve müzenin restorasyon çalışmasında emeği bulunan dekoratör ressam Temel Şen'in resimlerinden oluşan sanat galerisi sergilenmektedir (www.kutmansaraplari.com).

5. Emine Göğüş Mutfak Müzesi – Gaziantep

Türkiye'nin ilk mutfak müzesi unvanını alan ve Gaziantep mutfak kültürünü tanıtmaya amacıyla 2008 yılında kurulmuş olan müzede yöresel yemeklerin görselleri ve mutfak eşyaları sergilenmekle birlikte geçmiş döneme ait mutfak kültürü hakkında bilgiler verilmektedir. Müzede pişirme yöntemleri, hazırlanma şekilleri, mutfak araç gereçleri ve sebze ve meyvelerden yapılan farklı yemek görselleri sergilenmektedir (Sandıkcı, Mutlu ve Mutlu, 2019; Savaşkan, 2021).

6. Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi – Şanlıurfa

2011 yılında Urfa mutfak kültürünü yurt içinde ve dışında tanıtmak amacıyla hizmete açılan Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesinde Urfa'ya özgü yemek çeşitleri, mutfak araç gereçleri ve eskiden kalan sofra düzeni sergilenmektedir (www.sanlıurfavakfi.org.tr).

7. Tarihi Erzurum Evleri Restoran Müze – Erzurum

Erzurum'da 11 eski taş evi ve 1 hanın birleştirilerek restore edilmesinin ardından 2011 yılında ziyaretçilere açılan müzede Erzurum'a özgü binlerce tarihi eşya sergilenmektedir. Bunun yanı sıra müzede Erzurum mutfağına özgü yöresel yemekler de sunulmaktadır (www.erkurumportali.com; www.aa.com.tr).

8. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi - Hatay

Hatay'ın tıbbi ve aromatik bitkilerini tanıtmak amacıyla 2012 yılında kurulmuştur. Türkiye'nin ilk Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesidir. Müzenin bulunduğu yapı 19. yüzyılda inşa edilmiş olup 2 katlı eski bir Antakya Evidir. Müzede cam kavanozlarda sergilenen 280 adet tıbbi ve aromatik bitkiye örnek olarak civanperçemi, oğulotu, tilki üzümü, hartlap, hatmi gülü, pelin otu, çakşır kökü, karabaş otu, erguvan yaprağı ve ölmez çiçeği verilebilir (www.hatay.gov.tr).



Şekil 4. Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi (rehber326.com).

9. Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi - Balıkesir

Ertür ailesinin 2005 yılında kurduğu Zeytinyağı Aletleri Müzesi'nde zeytinyağı küpleri, ahşap mengeneler, madeni mengeneler ve Ege Bölgesi'nden toplanmış olan zeytin sıkma için kullanılan ahşap kaldıraçlar sergilenmektedir (www.etkinlik.balikesir.bel.tr).

10. Türk Lezzet Müzesi – İstanbul

İstanbul'da 2018 yılında Tolga Atalay, Mehmet Yaşın, Abdullah Burnaz ve Vedat Başaran'ın katkılarıyla hizmete açılmıştır. 36 adet dükkan ve lokanta bulunmakta olup bu lokanta ve dükkanlar Türkiye'nin farklı yörelerine aittir. Müze 1800 kişilik oturma kapasitesine sahiptir. Müzede yöresel yemekler, peynirler, kebaplar, zeytinyağlılar, baharatlar ve hamur işleri sunulmaktadır (www.turklezzetmuzesi.com; www.hotelrestaurantmagazine.com).

11. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu (Şarap Müzesi) – Ankara

1943 yılında şarap ve depolama tesisine dönüştürülen Atatürk Orman Çiftliği, 2010 yılında Müze ve Sergi Salonu olarak hizmete açılmıştır. Müzede şişeleme makinaları, eski fıçılar, ilk dondurma yapım makinesi, eski tarım aletleri ve çeşitli ekipmanlar sergilenmektedir (www.aoc.gov.tr).



Şekil 5. Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu (www.aoc.gov.tr).

12. Mutfak Sanatları Akademisi (MSA) Müzesi – İstanbul

Mehmet Aksel tarafından 2004 yılında kurulan Mutfak Sanatları Müzesi'nde eski sahanlar, Cumhuriyet Dönemi bakkaliye malzemeleri, aşçılık ve pastacılık araç gereçleri, yağ kutuları, içecek şişeleri, şekerleme ve sakız paketlemeleri gibi mutfak eşyaları sergilenmektedir. Müzede 3 sanal sergi bulunmakta ve Google Arts & Culture'da çevrimiçi olarak görüntülenebilmektedir (msa.com.tr).

13. Çine Arıcılık Müzesi – Aydın

Çine Arıcılık Müzesi, Adnan Menderes Üniversite Rektörlüğü, Çine Belediyesi ve Çine Gelişim Vakfı ortaklığında 2010 yılında açılmıştır. Türkiye'nin ilk, dünyanın 71. arıcılık müzesidir. Müzede seminer ve kurslar gibi çeşitli etkinlikler için bir eğitim salonu, çocuk parkı, resim atölyesi, kafeterya ve 2000 yıllık Roma ve Türk oyunlarının sergilendiği oyun alanı mevcuttur (www.aydin.ktb.gov.tr).



Şekil 6. Çine Arıcılık Müzesi (www.aydin.ktb.gov.tr).

14. Özel Muğla Arıcılık Müzesi – Muğla

Muğla Arıcılık Müzesi arıcılık kültürünü tanıtmak ve kültür turizmine hizmet etmek amacıyla 2010 yılında kurulmuştur (www.maybir.org.tr).



Şekil 7 ve 8. Özel Muğla Arıcılık Müzesi (www.maybir.org.tr).

15. Antakya Mutfak Müzesi (UNESCO Hatay Gastronomi Evi) – Hatay

Antakya Mutfak Müzesi 2013 yılında eski Antakya evlerinin restore edilerek şehrin gastronomi kültürünü yansıtmak, geçmişte kullanılan mutfak araç gereçleri sergilemek gibi amaçlarla tasarlanmış (Sormaz ve Güneş, 2016) ancak 2019 yılında Antakya Ticaret ve Sanayi Odası (ATSO) başkanı tarafından mutfak müzesinin yapım aşamasında gecikme olduğu açıklanmış ve mutfak müzesinden vazgeçildiği duyurulmuştur. Açıklamanın ardından Hatay Büyükşehir Belediyesi tarafından Hatay Gastronomi Evi kurularak Hatay Devlet Müzesi yapılmasına karar verilmiştir. Şu an Antakya Mutfak Müzesi yerine UNESCO Hatay Gastronomi Evi faaliyet göstermektedir (Savaşkan, 2021).

16. Köstem Zeytinyağı Müzesi – İzmir

Geçmişten bugüne tüm zeytin tekniklerinin sergilenmesi amaçlanan Köstem Zeytinyağı Müzesi 2017 yılında İzmir’de ziyarete açılmıştır. Müzede zeytinyağı deposu, organik tarım çiftliği, seramik ve ahşap atölyeleri ve konferans salonları gibi pek çok bölüm bulunmaktadır. Ayrıca Bilim, Eğitim, Sanat ve Tasarım Merkezi’nde çocuklara oyunlarla bilim ve teknoloji eğitimleri verilmektedir (www.hurriyet.com.tr).

17. Tematik Mutfak Müzesi - Kahramanmaraş

Tematik Mutfak Müzesi, 2017 yılında hizmete açılmıştır. Müzede, Kahraman Maraş’ın yemek kültürünün tanıtımı yapılmakta, zahire geleneği gösterilmektedir. Ayrıca müzede çeşitli yemeklerin yapımı fotoğraf ve canlandırma ile sergilenmektedir (www.kahramanmaras.ktb.gov.tr).

18. Dondurma Müzesi - Kahramanmaraş

Dondurma Müzesi, Kahramanmaraş’ta 2018 yılında kurulmuştur. Müzede Maraş dondurmasının tarihçesi, dondurma yapımında kullanılan hammaddeler, üretim aşamalarının anlatıldığı bölümler sergilenmektedir (www.kahramanmaras.ktb.gov.tr).

19. Bıçak Müzesi – Bursa

Bursa Bıçak müzesi 150’ye yakın çeşidi bulunan Bursa bıçağının örneklerini sergilemek amacıyla hizmete açılmıştır. Kullanılan namlu süslemeleri, sap malzemeleri ve işlemesi ile Bursa bıçağı, Türk kılıcı özellikleri taşıyan bazı bıçak türlerinde de kullanılmaktadır (www.dergibursa.com.tr).

20. Marmaris Bal Evi Müzesi – Muğla

Bal peteği (altıgen) şeklindeki tasarımı ile dikkat çeken Marmaris Bal Evi Müzesi 2012’de çam balının yoğun olarak üretildiği Osmaniye köyünde kurulmuştur. Müzenin amacı yerel farkındalığı artırmak, Osmaniye köyünde turizmi canlandırmak ve uluslararası tanınırlığı sağlamaktır. Marmaris Bal Evi Müzesinde arıcılık, çam balı tarihçesi ve üretim aşamaları gibi konularda bilgiler verilmektedir (www.marmarisbalevi.com.tr).



Şekil 9. Marmaris Bal Evi Müzesi (www.marmarisbalevi.com.tr).

21. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi – Aydın

Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi 2012 yılında kurulmuştur. 11 adet salondan oluşan müzede zeytinyağı üretiminde kullanılan teknolojiler ve zeytinyağının kullanım alanları eserler ve canlandırmalarla sergilenmektedir. Ayrıca zeytinyağları, hediyelik ürünler, barkovizyon gösterimi için ayrılan bir alan, şarap ve müze girişi için jeton satılan market yer almaktadır (www.oleatrium.com).



Şekil 10. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi (www.oleatrium.com).

22. Buğday Müzesi – Malatya

Malatya Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi tarafından 2020 yılında hizmete açılan Buğday Müzesinin asıl amacı ata tohumu üretimi oluşturmaktadır. Çiftçi ve girişimci kadınların oluşturduğu kooperatif, tarım ve hayvancılıkla uğraşan çiftçilerden alınan mahsulleri işleyerek “Maldi Ana” markası ile ulusal ve uluslararası sektör pazarlarında satış gerçekleştirmektedir (malatyahaber.com, 2020).

23. Baklava Müzesi – Gaziantep

2018 yılında kurulan Baklava Müzesi Gaziantep tarihi Millet Han'ı içerisinde yer alan atölyede yer almaktadır. Müzede baklava yapım aşamaları sergilenmekte ve ziyaretçilere tattırılmaktadır (www.aa.com.tr).

24. Safranbolu Çikolata Müzesi – Karabük

Safranbolu Çikolata Müzesi Karabük'te Kültürel Miras ve Korumacılık temasıyla düzenlenen 20. Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali kapsamında 2019'da kurulmuştur. Mesut Kırmılı tarafından kurulan müzede Mustafa Kemal Atatürk, Adnan Menderes, Bülent Ecevit, Süleyman Demirel, Turgut Özal, Alparslan Türkeş ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan gibi pek çok devlet adamı ve siyasetçinin çikolatadan yapılmış portreleri yer almaktadır (www.mychocolate.com.tr).

25. Bursa Çikolata Müzesi – Bursa

Bursa Çikolata Müzesinde çikolatadan yapılan tarihi ve doğal değerlerin yanı sıra bazı ünlü sanatçı, siyasetçi, sporcuların portreleri bulunmaktadır. Bursa Çikolata Müzesini kuran Mesut Kırmılı aynı zamanda Muğla'da My Chocolate Bodrum Çikolata Müzesi ve Karabük'te Safranbolu Çikolata Müzesini kurmuş olup, Türkiye'nin ilk ve tek el yapımı çikolata fabrikasını kuran kişidir (www.mychocolate.com.tr).

26. My Chocolate Bodrum Çikolata Müzesi – Muğla

Mesut Kırmılı ve Onurcan Köksal tarafından kurulan My Chocolate Bodrum Çikolata Müzesi 2021'de hizmete açılmıştır. Müzede çikolatadan yapılmış heykeller, maketler ve ünlülerin portreleri yer almakta ve el yapımı çikolatalar satışa sunulmaktadır (www.mychocolate.com.tr).

27. Safranbolu Kahve Müzesi – Karabük

Karabük'te 2019'da kurulan Safranbolu Kahve Müzesinde Türk kahvesi ekipmanları, cezveler ve asırlık değirmenler, Mustafa Kemal Atatürk'ün kahve içtiği fincanı gibi eserler sergilenmektedir (www.safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr).



Şekil 11. Safranbolu Kahve Müzesi (www.aa.com.tr).

28. Ekmek Müzesi – Ankara

Ankara Halk Ekmek tarafından 2007 yılında kurulan Ekmek Müzesi Türkiye’deki ilk ekmek müzesidir (tr.wikipedia.org).

29. Egea Zeytin ve Zeytincilik Müzesi – Manisa

2013 yılında kurulan Egea Zeytin ve Zeytincilik Müzesinde 300 yıl öncesinden günümüze kadar kullanılan zeytin ve zeytinyağı işleme aletleri sergilenmektedir (www.beyazgazete.com).

30. Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi – Hatay

Hatay’daki 300 yıllık zeytinyağı sıkma atölyesi restorasyon çalışmalarının ardından 2017 yılında müzeye dönüştürülmüş ve hizmete açılmıştır. Müzede zeytin ve zeytinyağı üretimine dair tarihi bilgiler yazılı ve görsel olarak anlatılmaktadır (www.altinozu.gov.tr).

31. Polonezköy Arıcılık Müzesi – İstanbul

2004 yılında kurulan Polonezköy Arıcılık Müzesi’nde bal üretimine ilişkin bilgiler verilmekte, satış bölümünde Polonezköy’ün kestane balı satılmakta ve fotoğraflar sergilenmektedir (www.polonezkoy.biz).



Şekil 12. Polonezköy Arıcılık Müzesi (www.polonezkoy.biz).

32. Hayrabolu Şalgamlı Tarım Müzesi – Tekirdağ

2019’da kurulan Hayrabolu Şalgamlı Tarım Müzesinin açılışında Tekirdağ Büyükşehir Belediyesi Tarımsal Hizmetler Dairesi Başkanı Hacı Aslan “Toplumlar o kadar hızlı bir şekilde değişiyor ki, bu değişime karşı koymak imkânsız hale geliyor. İşte bu müze bizi biz yapan, nereden nereye ulaştığımızı gösteren, kültürel birikimimizin muhafaza edilerek koruma altına alındığı ve gelecek nesillere de tarihi bir bilinç oluşturacak bir yatırımdır” sözleri ile müzenin kuruluş amacını açıklamıştır (www.tekirdag.bel.tr).

33. Çay Müzesi (Çay Çarşısı içinde) – Rize

Rize’de bulunan Çay Müzesi hizmete kapanmış (Savaşkan, 2021), yerine Çay Çarşısı Projesi kapsamında ince belli çay bardağı şeklinde tasarlanan 29 metre yüksekliğinde ve 7 katlı bina

kurulmuştur. İnşası 14 Mayıs 2022’de tamamlanan Çay Çarşısı’nın içerisinde çay müzesi, restoran ve nikah salonu gibi hizmetler de sunulmaktadır (www.iha.com.tr).



Şekil 13. Rize Çay Çarşısı (www.lazca.org).

34. Marmaris Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi – Muğla

Mehmet Baysal tarafından 2015 yılında kurulan Marmaris Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evinde emaye kaseler, bakır kazanlar, tel dolaplar, duvardaki tabaklıkta yer alan bakır sahanlar ve cezveler sergilenmektedir. Bununla birlikte “Kaybolan Tatlar” bölümünde her gün taze olarak pişirilen Marmaris kurabiyesi, susamlı-balı kıyam, parmak tatlısı gibi Marmaris’e özgü tatlar sunulmaktadır (www.bgnneyesem.com).



Şekil 14. Marmaris Kapurcuk Kültür ve Gastronomi Evi (www.bgnneyesem.com).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Gastronomi müzelerinin, yemek kültürünün tanıtımı ve sürdürülebilirliğinde büyük rolü bulunmaktadır. Gastronomik ürünlerin ve mutfak kültürünün ulusal ve uluslararası tanıtımı açısından da önemli bir misyon üstlenen gastronomi müzeleri, gastronomi turizminin dinamik yapısının korunmasında oldukça önemlidir. Bu konuda gastronomi rehberlerine de önemli görevler düşmektedir. Gastronomi rehberleri yöreyi tanıtırken aynı zamanda gastronomi müzelerine de turlar düzenlemeli ve bu konuda gastronomi alanında eğitim almış rehberlerin görevlendirilmesi gerekmektedir.

Gastronomik ürünler açısından oldukça zengin olan Türkiye'nin gastronomi müzesi sayısının artırılması gerekmektedir. Mevcut müzelerin sayıları ürün çeşitliliği ile kıyaslandığında oldukça yetersiz olduğu görülmektedir. Türkiye'de 34 adet gastronomi müzesi bulunmaktadır. Bunlardan 6 tanesi yöresel mutfak kültürü temalı olup yörenin mutfak kültürünü tanıtmaktadır. Bu müzelerin bulunduğu iller; Gaziantep, Şanlı Urfa, Erzurum, Muğla, İstanbul, Kahramanmaraş'tır.

Yöresel mutfağımızı tanıtan bu gibi müzelerin tüm illerimizde bulunması gerekmektedir. Yörede üretilen ürünleri tanıtan müzelerin sayısı da oldukça yetersizdir. Örneğin zeytin Türkiye'de en fazla Marmara ve Ege bölgesinde üretilmektedir ancak zeytin ve zeytinyağı müzelerine bakıldığında Antakya, Çanakkale, Balıkesir, İzmir, Aydın gibi illerde bulunurken sofralık zeytin üretiminin yoğun olarak yapıldığı Gemlik İlçesi ya da Bursa da zeytin müzesi bulunmamaktadır. Benzer şekilde Türkiye'de çeşitli peynirler üretilmesine rağmen yalnızca Kars'ta peynir müzesi bulunmaktadır.

Türkiye gerek tarımsal gerekse hayvansal ürünler bakımından oldukça çeşitliliğe sahiptir. Türk mutfak kültüründe dört temel besin grubunda bulunan besinlerden üretilen binlerce yemek çeşidi bulunmaktadır. Bu denli zengin bir mutfağın ürünlerinin hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tanıtımının yapılması, sergilenmesi ve nesiller arası aktarılmasına gastronomi müzeleri önemli ölçüde destek sağlayacaktır.

Dünyanın çeşitli ülkelerinde uzun zamandan beri gastronomi müzeleri varken Türkiye'de gastronomi müzeleri konusunda farkındalık yeni yeni oluşmaktadır. Bu müzelerin açılması yakın geçmişte gerçekleşmiştir. Bu konuda üreticiler, yerel yönetimler ve turizm sektörü üniversiteler ile çalışmalı ve gastronomi turizmine ve yöresel mutfak kültürünün korunmasına katkı sağlayacak gastronomi müzelerini el birliği ile bilimsel temellerle dayalı olarak inşa etmelidirler.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M., ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*, 5(2), 368-388.
- Buğday Müzesi. (2020). <https://malatyahaber.com/haber/maldi-ana-kadin-kooperatifi-acildi/>. Erişim tarihi: 26.09.2022.
- Ceyhun Sezgin, A., ve Akbiyuk, T. (2021). Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi. *Thematic Analysis of Gastronomy. Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1), 153-184.
- Çekal, N., ve Doğan, E. (2022). Sürdürülebilir gastronomide standart reçete ve coğrafi işaretlerin önemi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 49-60.
- Çetin, M., ve Küçükkömürler, S. (2018). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(1), 1-17.
- Demir, C. (2011). *Müzelerde Çağdaş Pazarlama*. İstanbul: Tunç Ofset.
- Duran, G., ve Meydan Uygur, S. (2022). UNESCO Gastronomi Şehirleri'nin Gastronomi Unsurları ve Gastronomi Kimlikleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (1), 627-648.

Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.

<http://turklezzetmuzesi.com/tr/> [Erişim tarihi: 25.09.2022].

<http://www.altinozu.gov.tr/turkiyenin-ilk-zeytin-muzesi-tokacli> [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<http://www.hatay.gov.tr/tibbi-ve-aromatik-bitkiler-muzesi> [Erişim tarihi: 24.09.2022].

<http://www.kutmansaraplari.com/SarapMuzesi> [Erişim tarihi: 24.09.2022].

<https://academiesciencesmoralesetpolitiques.fr/2005/07/04/peut-on-ecrire-lhistoire-de-la-gastronomie/> [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<https://aydin.ktb.gov.tr/TR-64421/cine-aricilik-muzesi.html> [Erişim tarihi: 25.09.2022].

<https://beyazgazete.com/haber/2013/5/16/egea-zeytincilik-muzesi-acildi-1802152.html> [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<https://bgnneyesem.com/kapurcuk-kultur-gastronomi-evi-marmaris/> [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<https://en.gastromasa.com/where-gastronomy-meets-history-museums-of-gastronomy/> [Erişim tarihi: 22.09.2022].

<https://erzurumportali.com/shf/95/Tarihi-Erzurum-Evleri> [Erişim tarihi: 24.09.2022].

<https://etkinlik.balikesir.bel.tr/turizm.php?page=40> [Erişim tarihi: 25.09.2022].

<https://kahramanmaras.ktb.gov.tr/TR-233507/tematik-mutfak-muzesi.html> [Erişim tarihi: 25.09.2022].

<https://kahramanmaras.ktb.gov.tr/TR-233513/dondurma-muzesi.html> [Erişim tarihi: 25.09.2022].

<https://lazca.org/gundem/haber/1586-47-milyon-tl-harcanan-rize-cay-carsisi-14-mayista-aciliyor.html> [Erişim tarihi: 20.09.2022].

<https://msa.com.tr/muze> [Erişim tarihi: 25.09.2022].

<https://mychocolate.com.tr/2021/06/26/bodrum-cikolata-muzesi-acildi/> [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<https://mychocolate.com.tr/bursa/> [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<https://mychocolate.com.tr/safranbolu/> [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<https://rehber326.com/turistik/33/hatay-tibbi-ve-aromatik-bitkiler-muzesi/> [Erişim tarihi: 25.09.2022].

<https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-237109/turk-kahve-muzesi.html> [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<https://seyyahdefteri.com/pelit-cikolata-muzesi-nerede-nasil-gidilir-giris-ucreti-istanbul/> [Erişim tarihi: 24.09.2022].

<https://sites.bu.edu/gastronomyblog/2011/06/06/what-is-gastronomy/> [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<https://teftis.ktb.gov.tr/TR-14442/muzeler-ic-hizmetler-yonetmeligi.html> [Erişim tarihi: 20.09.2022].

https://tr.wikipedia.org/wiki/Ekmek_M%C3%BCzesi [Erişim tarihi: 26.09.2022].

<https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/kahvenin-tarihine-muzede-yolculuk/1615523> [Erişim tarihi: 27.10.2022].

- <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/tarihi-erzurum-evleri-ziyaretcilerini-asirlik-kultur-ve-lezzet-yolculuguna-cikariyor/2495300> [Erişim tarihi: 24.09.2022].
- <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/gaziantep-doktor-baklava-muzesi-kurdu-/1098799> [Erişim tarihi: 26.09.2022].
- <https://www.adatepe.com/StaticPages/adatepe-zeytinyagi-muzesi/145> [Erişim tarihi: 24.09.2022].
- <https://www.aoc.gov.tr/Portal/Geziyerlerimiz/ataturk-orman-ciftligi-muze-ve-sergi-salonu/37> [Erişim tarihi: 25.09.2022].
- <https://www.dergibursa.com.tr/bursa-bicak-muzesi/> [Erişim tarihi: 25.09.2022].
- <https://www.dunya.com/yasam-keyfi/karsta-tescilli-lezzet-senligi-haberi-374143> [Erişim tarihi: 20.09.2022].
- <https://www.hotelrestaurantmagazine.com/gastronomi-dunyasinin-bir-turk-lezzet-muzesi-var-artik/> [Erişim tarihi: 25.09.2022].
- <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/gila-benmayor/dunyada-esi-olmayan-zeytinyagi-muzesi-ur-lada-41203648> [Erişim tarihi: 25.09.2022].
- <https://www.ihha.com.tr/rize-haberleri/cay-carsisi-acilis-icin-gun-sayiyor-3678085/> [Erişim tarihi: 20.09.2022].
- <https://www.marmarisbalevi.com.tr/tr/marmaris-bal-evi-hakkinda> [Erişim tarihi: 26.09.2022].
- <https://www.maybir.org.tr/aricilik-muzesi-tarihce> [Erişim tarihi: 25.09.2022].
- <https://www.museumoffoodandculture.org/post/food-museum-beginning> [Erişim tarihi: 22.09.2022].
- <https://www.nytmco.com/yemegin-sanati/> [Erişim tarihi: 26.09.2022].
- <https://www.oleatrium.com/tr/hakkinda> [Erişim tarihi: 26.09.2022].
- <https://www.peliticikolatamuse.com/salonlar> [Erişim tarihi: 24.09.2022].
- <https://www.polonezkoy.biz/polonezkoy-aricilik-muzesi.html> [Erişim tarihi: 26.09.2022].
- <https://www.sanliurfavakfi.org.tr/index.php/sanliurfa/kultur-sanat-tarih/15-sanliurfa-kultur-sanat-tarih/42-sanliurfa-muzeler.html> [Erişim tarihi: 24.09.2022].
- https://www.tekirdag.bel.tr/birim_haber_detay/26064 [Erişim tarihi: 26.09.2022].
- <https://www.turizmgunlugu.com/2020/01/25/mutlaka-ziyaret-edilmesi-gereken-gastronomi-muzeleri/> [Erişim tarihi: 20.09.2022].
- <https://www.unwto.org/gastronomy> [Erişim tarihi: 26.09.2022].
- ICOM. (2004). *Running a Museum: A Practical Handbook*. (International Council of Museums). France: Franly S.A.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. 4. Baskı, s. 88. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Larousse Gastronomique. (2007). *Le Grand Larousse Gastronomique* (Joël Robuchon Ed). ISBN 978-2-03-582360-1, s. 412.
- Lin, Y. C., Pearson, E. T., and Liping, A. (2011). Food As a Form of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 11 (1): 30-48.

- Mankan, E. (2017). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Turkish Studies*, 14 (2), 641-654.
- Morgan, D. L. (1996). *Focus groups as qualitative research* (Vol. 16). New York: Sage Publications.
- Özdemir, G., ve Dülger Altınır, D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *ESBDER*, 12(1), 1-14.
- Sandıkçı, M., Mutlu, A. S., ve Mutlu, H. (2019). Türkiye'deki Gastronomi Müzelerinin Turistik Sunum Farklılıkları Açısından Araştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68), 1210-1231.
- Sarı Gök, H. (2020). *Gastronomi Turizmi*. (Turizm Türlerine Profesyonel Yaklaşım içinde). Ankara: Sage Yayınları.
- Sarıışık, M., ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Savaşkan, Y. (2021). Türkiye'deki Gastronomi Müzelerine Genel Bakış. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3 (2), 61-78.
- Sezen, T. S. (2018). *Gastronomi müzeleri*. (İçinde: Akbaba, A. ve Çetinkaya, N. (Ed.). *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sormaz, Ü., ve Güneş, E. (2016). Traditional Culinary Museums: Samples from Turkey. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 5(6), 27-31.
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*. Ankara: 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı.