

ISSN: 2667-422X



SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

JOURNAL OF SOCIAL, HUMAN AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt	Volume	9
Sayı	Issue	3
Yıl	Year	2026

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2026, Cilt.9, Sayı.3

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

Prof. 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

Psikoloji: Doç. Dr. Kemale SALMANOVA, Simqait State University, Simgait, Azerbaycan. salamovak11@gmail.com

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. Hande AKYURT KURNAZ, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
Prof. Dr. Özcan ZORLU, Afyon Kocatepe Üniversitesi.
Doç. Dr. Asiye ATA, Atatürk Üniversitesi.
Doç. Dr. Aylin ÇİÇEKLİ, Akdeniz Üniversitesi.
Doç. Dr. Aynur KARABACAK ÇELİK, Atatürk Üniversitesi.
Doç. Dr. Nezir EKİNCİ, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.

Doç. Dr. Şadiye KOTANLI KIZILOĞLU, Gümüşhane Üniversitesi.

Doç. Dr. Yaşar BARUT, Ondokuz Mayıs Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi A. Can AKTAŞ, Mardin Artuklu Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül ÇİLİNGİR, Erciyes Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi Onur AKGÜL, Mardin Artuklu Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi Selin İLSAY, Balıkesir Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf SARIKAYA, Tokat Gaziosmanpaşa 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, Eğitim Bilimleri, 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

SOBIAD Atıf Dizini

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

2026, Cilt.9, Sayı.3

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Araştırma Makalesi

Kısa Video Platformları Tiktok, Reels ve Shorts Üzerine Yapısal Bir İnceleme

(A Structural Analysis of Short Video Platforms: Tiktok, Reels, and Shorts)

Zehra DURSUN

ss.109-125.

Araştırma Makalesi

Balıkesir'in Fotoğraf Dili: Kimlik, Hafıza ve İmaj

(The Photographic Language of Balıkesir: Identity, Memory, and Image)

Nur Neşe ŞAHİN, Pelin KOÇ

ss.110-142.

Araştırma Makalesi

Psikolojik Danışman Adaylarının Bireysel Psikolojik Danışma Yaparken Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri

(A Qualitative Study on the Problems Encountered by Counselor Trainees in Individual Counseling and Their Solution Suggestions)

Nuray AŞANTUĞRUL

ss.143-156.

Araştırma Makalesi

Antik Dönemden Erken Dönem Osmanlı'ya İki Şehrin Hikayesi: Yenişehir İznik Tur Rotası Önerisi

(From Antiquity to the Early Ottoman Period: A Proposed Tourism Route Linking Yenişehir and İznik)

Ayşen ACUN KÖKSALANLAR

ss.157-174.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Kısa Video Platformları Tiktok, Reels ve Shorts Üzerine Yapısal Bir İnceleme

Dr. Öğr. Üyesi Zehra DURSUN, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi,
Erzincan, e-posta: zehrarts@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0659-1150>

Öz

TikTok, Instagram Reels ve YouTube Shorts gibi kısa video odaklı platformlar, dijital medya ekosisteminde kullanıcıların içerik tüketim ve üretim pratiklerini dönüştüren önemli mecralar arasında yer almaktadır. Bu çalışma, söz konusu platformların yapısal özelliklerini, içerik biçimlerini ve işleyiş mantığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu bağlamda, çalışmada nitel veri analiz türlerinden biri olan betimsel analiz yöntemine başvurulmaktadır. Veriler, platformların kullanıcı arayüzleri ve içeriklerin gözlemlenmesi yoluyla elde edilmiş; elde edilen veriler önceden belirlenen kategoriler doğrultusunda analiz edilmiştir. Çalışmada, üç platformun da kısa video formatını merkeze almasına rağmen algoritmik işleyiş, içerik üretim olanakları ve kullanıcı etkileşim biçimleri açısından belirgin farklılıklar sergilediği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulguların, dijital platformlar, algoritmik kültür ve kullanıcı etkileşimi konularında ileride yapılacak karşılaştırmalı, nicel ya da disiplinlerarası çalışmalara kuramsal ve yöntemsel bir zemin oluşturması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Platform, Tiktok, Reels, Shorts, Algoritmik Kişiselleştirme

Makale Gönderme Tarihi: 16.01.2026

Makale Kabul Tarihi: 07.03.2026

Önerilen Atıf:

Dursun, Z. (2026). Kısa Video Platformları Tiktok, Reels ve Shorts Üzerine Yapısal Bir İnceleme, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(3): 109-125.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(3): 109-125. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1624>

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



RESEARCH PAPER

A Structural Analysis of Short Video Platforms: Tiktok, Reels, and Shorts

Assistant Prof. Dr. Zehra DURSUN, Erzincan Binali Yıldırım University, Faculty of Fine Arts, Erzincan, e-mail: zehrarts@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0659-1150>

Abstract

Short video-oriented platforms such as TikTok, Instagram Reels, and YouTube Shorts have become significant media environments that transform users' content consumption and production practices within the digital media ecosystem. This study aims to reveal the structural characteristics, content formats, and operational logic of these platforms. In this context, the study employs descriptive analysis, one of the qualitative data analysis methods. The data were collected through observation of the platforms' user interfaces and content, and the obtained data were analyzed in line with predefined categories. The findings indicate that although all three platforms center on the short video format, they exhibit significant differences in terms of algorithmic operations, content production opportunities, and forms of user interaction. It is expected that the findings of this study will provide a theoretical and methodological foundation for future comparative, quantitative, or interdisciplinary research on digital platforms, algorithmic culture, and user interaction.

Keywords: Digital platform TikTok, Reels, Shorts.

Received: 16.01.2026

Accepted: 07.03.2026

Suggested Citation:

Dursun, Z. (2026). A Structural Analysis of Short Video Platforms: Tiktok, Reels, and Shorts, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(3): 109-125.

GİRİŞ

Dijital medya ortamları, teknolojik gelişmeler ve platform temelli iletişim yapılarının yaygınlaşmasıyla birlikte kullanıcıların içerik üretim ve tüketim biçimlerinde köklü dönüşümlere yol açmıştır. Özellikle mobil teknolojilerin gelişimi ve görsel-işitsel içeriğin hızla dolaşıma girmesi, kısa video formatını dijital kültürün merkezî unsurlarından biri hâline getirmiştir (Akbaş, 2025: 133). Bu bağlamda TikTok, Instagram Reels ve YouTube Shorts gibi kısa video odaklı platformlar, yalnızca eğlence temelli mecralar olmanın ötesinde, kullanıcı etkileşimini yeniden tanımlayan, algoritmik yönlendirme mekanizmalarıyla içerik görünürlüğünü belirleyen ve yeni içerik üretim pratiklerini teşvik eden dijital ortamlar olarak öne çıkmaktadır.

Kısa video platformları, kullanıcıların pasif izleyiciler olmaktan çıkarak aktif içerik üreticilerine dönüşmesini kolaylaştıran teknik ve tasarımsal özelliklere sahiptir (Sarı ve Türker, 2024: 63). Filtreler, müzik arşivleri, montaj araçları ve etkileşim odaklı arayüzler, kullanıcıların platform içinde daha uzun süre kalmasını sağlarken, algoritmik öneri sistemleri içeriklerin dolaşımını ve popülerlik kazanma süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Ancak her ne kadar bu platformlar benzer biçimde kısa video formatını merkeze alsalar da, sahip oldukları yapısal özellikler, içerik üretim olanakları ve kullanıcı etkileşim biçimleri bakımından birbirinden ayrılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, TikTok, Instagram Reels ve YouTube Shorts platformlarını yapısal bir perspektifle ele alarak, söz konusu platformların işleyiş mantığını, içerik biçimlerini ve kullanıcıyla kurdukları etkileşim biçimlerini karşılaştırmalı olarak incelemektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel analiz benimsenmiş; veriler platformların kullanıcı arayüzlerinin ve içeriklerinin sistematik gözlemlenmesi yoluyla elde edilmiştir. Elde edilen veriler, önceden belirlenen kategoriler çerçevesinde analiz edilerek platformlar arasındaki benzerlik ve farklılıklar ortaya konulmuştur.

Bu yönüyle çalışma, kısa video platformlarını yalnızca teknolojik araçlar olarak değil, aynı zamanda algoritmik kültürün, dijital etkileşimin ve platform temelli medya yapılarının somut örnekleri olarak ele almakta; dijital medya çalışmaları literatürüne katkı sunmayı hedeflemektedir.

KISA VIDEO PLATFORMLARIN YAPISAL ÖZELLİKLERİ

TikTok, Reels ve Shorts gibi kısa video platformlarının yapısal özellikleri, içerik akışını ve kullanıcı deneyimini şekillendiren temel unsurlardır. Bu platformlar, kullanıcıların hızlı ve sürekli içerik tüketimini teşvik edecek şekilde tasarlanmıştır (Şerbetçioğlu ve Ünlü, 2025: 81). İçerik akış mimarisi, genellikle sonsuz kaydırma özelliğiyle öne çıkar; böylece kullanıcılar kesintisiz ve spontane içeriklerle karşılaşır. Bu yapısal özellik, kullanıcıların platformda daha uzun süre kalmasını teşvik ederek, dikkat üzerinde yoğun etki bırakmaktadır. Ayrıca, her platformun içerik önerim algoritması, kişiselleştirilmiş deneyimin oluşmasını sağlar. Bu algoritmalar, kullanıcıların geçmiş etkileşimleri, izleme süreleri ve tercihleri doğrultusunda içerik sunar; bu da kullanıcı alışkanlıklarının pekişmesine yol açar.

Platformların zaman yönetimi ve içerik süresi açısından bakıldığında, kısa video formatları kullanıcıların hızlı tüketim alışkanlıklarını destekler. Belirli zaman dilimlerinde yoğunlaşan içerik akışları, kullanıcıların platformlarda daha kısa sürelerde birçok farklı içerik deneyimlemesine olanak tanır. Bu durum, zamanın verimli kullanılması ve içerik çeşitliliği açısından avantaj sağlar. Aynı zamanda, platformların içerik önerim sistemleri, kullanıcıların ilgisini sürekli canlı tutacak ve etkileşim oranlarını arttıracak şekilde optimize edilmiştir.

Tik Tok Uygulaması

Günümüzde TikTok, kullanıcıların kısa videolar oluşturup keşfetmesini sağlayan, algoritma odaklı içerik keşfiyle öne çıkan dünyanın en popüler sosyal medya Platformların karakteristikleri, içerik akış hızını ve kullanıcı etkileşimini uygulamalarından biri olarak devam etmektedir. Tik Tok Uygulaması, 2017 yılında uluslararası pazarda TikTok adıyla tanıtılmış ve kısa video paylaşım platformu olarak hızlı bir kullanıcı kitlesi kazanmıştır (Tam, 2022:182). 2018 yılında ByteDance, popüler lip-sync uygulaması Musical.ly'yi satın alarak TikTok çatısı altında birleştirmiştir. Bu birleşme sonrası küresel erişim genişlemiş ve kullanıcılar için tek bir platformda kısa videolar üretme ve paylaşma deneyimi sunulmuştur (Savic, 2021: 3186).

TikTok'ta içerik üretebilmek için kullanıcıların öncelikle bir hesap oluşturması gerekmektedir. Kullanıcı adını almadan TikTok kullanmak, kişiye mevcut imkanları kısıtlar. TikTok'un mobil uygulaması hem Google Play Store hem de App Store üzerinden indirilmektedir. Kullanıcılar yalnızca telefonla sınırlı kalmayıp bilgisayar ve tablet üzerinden de TikTok'a erişim sağlayabilir.

Tablo 1: Tik Tok Yapısal Analiz

Kategori	Yapısal Özellikler	Açıklama / İşleyiş
Teknik Yapı	Kısa ve orta uzunlukta video desteği	TikTok, dikey (9:16) video formatını temel almakta; kısa videoları merkeze alırken daha uzun videolara da izin vermektedir. Yüksek çözünürlük desteği ve mobil odaklı teknik altyapı sunmaktadır.
İçerik Formatı	Trend ve eğlence odaklı kısa videolar	Platformda dans, mizah, eğitim, günlük yaşam ve bilgi içerikleri yaygındır. Hızlı kurgu, kısa anlatım ve dikkat çekici açılışlar ön plandadır.
Algoritmik Akış	"For You" (Sana Özel) sayfası	İçerikler, kullanıcı etkileşimleri (izleme süresi, beğeni, yorum, paylaşım) temelinde kişiselleştirilmiş bir algoritma ile sunulmaktadır. Takip ilişkilerinden bağımsız keşif imkânı yüksektir.
Kullanıcı Etkileşimi	Etkileşim artırıcı araçlar	Beğeni, yorum ve paylaşımın yanı sıra düet, stitch ve canlı yayın gibi özellikler kullanıcılar arası etkileşimi güçlendirmektedir.
İçerik Üretim Araçları	Gelişmiş düzenleme ve efektler	Uygulama içi video düzenleme, filtreler, efektler, metin ekleme ve geniş müzik arşivi, içerik üretimini kolaylaştırmaktadır.
Ses ve Müzik Kullanımı	Trend sesler ve müzikler	Ses ve müzikler içerik üretiminde merkezi bir rol oynamakta; trend sesler içeriklerin görünürlüğünü artırmaktadır.
Hashtag ve Trend Mekanizması	Keşif odaklı etiketleme	Hashtag'ler, içeriklerin belirli temalar altında dolaşıma girmesini sağlamakta; trend etiketler algoritmik görünürlüğü artırmaktadır.
Platform Entegrasyonu	Sınırlı dış entegrasyon	TikTok, içeriklerin platform içinde tüketilmesini teşvik ederken, diğer sosyal medya platformlarına paylaşım imkânı sınırlı düzeyde sunulmaktadır.

Reel Videolar

Reel videoları, 2019 yılında Instagram tarafından kısa video formatı olarak tanıtıldı ve özellikle kısa sürede hızlı tüketilen içerik akımını karşılamak amacıyla tasarlandı. Başlangıçta TikTok'a benzeyen bu format, kullanıcıların 15 ile 60 saniye arasındaki videolarını müzik, efektler ve hızlandırma/ yavaşlatma gibi yaratıcı araçlarla kolayca düzenlemesine olanak tanıdı. Zamanla Reel, sadece Instagram'da değil, Facebook ve diğer platformlarda da popülerleşti ve kısa videoların dijital pazarlama, mizah, eğitim ve topluluk etkileşimi açısından merkezi bir araç haline geldi. Algoritma odaklı keşif sayesinde kullanıcılar, kendi ilgi alanlarına uygun içeriklerle daha çok karşılaşırken, içerik üreticileri de kısa sürede etkili iletişim kurmanın yollarını keşfetmektedirler (www.igmedya.com.tr).

Tablo 2: Reel Video Yapısal Analiz Tablosu

Kategori	Yapısal Özellikler	Açıklama / İşleyiş
Teknik Yapı	Maksimum 90 saniye video; dikey format	Reels, kısa videolar için optimize edilmiştir; dikey (9:16) format zorunlu olup Instagram altyapısına entegre yükleme ve çözünürlük sınırları uygulanmaktadır.
İçerik Formatı	Estetik ve marka odaklı içerikler	Lifestyle, influencer, tanıtım ve yaratıcı estetik içerikler yaygındır; anlatı yapısı TikTok'a göre daha kontrollü ve planlıdır.
Algoritmik Akış	Keşfet ve takip dengesi	İçerikler, kullanıcı etkileşimleri ve takip ilişkilerine dayalı olarak önerilir; algoritma hem popüler içerikleri hem de takip edilen hesapları dengeleyerek sunar.
Kullanıcı Etkileşimi	Beğeni, yorum, paylaşım, kaydetme	Reels üzerinde etkileşim, klasik Instagram mekanizmalarıyla sağlanır; içerikler hikaye veya profil üzerinden paylaşılabilir.
İçerik Üretim Araçları	Filtreler, müzik, düzenleme	Reels, Instagram filtrelerini ve müzik kütüphanesini sunar; temel düzenleme araçları ile hızlı içerik üretimi mümkündür.
Ses ve Müzik Kullanımı	Instagram müzik arşivi	Kullanıcılar şarkılar ve sesler ekleyerek içeriklerini zenginleştirebilir; trend seslerin görünürlük üzerindeki etkisi sınırlı TikTok'a göre daha kontrollüdür.
Hashtag ve Trend Mekanizması	Keşif odaklı etiketleme	Hashtag'ler içeriklerin keşfet sayfasında görünmesini sağlar; popüler trendler, algoritma tarafından kısmen öne çıkarılır.
Platform Entegrasyonu	Instagram ekosistemi ile güçlü bağlantı	Reels, hikâye, profil ve IGTV ile entegre çalışır; çapraz paylaşım ve platform içi dolaşım önceliklidir.

Shorts Videolar

Günümüzde kısa video anlatımının evrimi olarak, kullanıcıların dakikalar içinde etkili mesajlar iletmesini sağlayan dinamik bir format olarak kabul edilen Shorts videoları, 2020 yılında YouTube tarafından kısa formatlı video içeriklerini desteklemek amacıyla tanıtıldı. Hızla yükselen kısa videolar trendine yanıt veren bu format, kullanıcıların 15 ila 60 saniye arasındaki içerikleri müzik, efektler ve hızlı kurgu ile kolayca üretip paylaşmasına olanak sağladı. TikTok'un hızlı yükselişiyle rekabetin merkezinde yer alan Shorts, içerik üreticilerine kısa, öz ve dikkat çekici mesajlar ile geniş kitlelere erişim sağlamayı amaçladı. Platformlar arası çapraz paylaşım olanakları sayesinde YouTube, Instagram Reels ve TikTok gibi ekosistemlerde kısa videolar hızla benimsenerek içerik üretiminde yeni bir dil oluşturdu (Violot vd., 2024). Algoritmik keşif ve trend odaklı içeriklerle, yaratıcılık ve hızlı iletişimin birleştiği bu format, dijital pazarlama, eğitim, mizah ve topluluk etkileşimi açısından önemli bir araç haline geldi.

Tablo 3: Shorts Videolar Yapısal Analiz Tablosu

Kategori	Yapısal Özellikler	Açıklama / İşleyiş
Teknik Yapı	Maksimum 60 saniye video; dikey format	Shorts, kısa videolar için optimize edilmiştir; dikey (9:16) format zorunlu olup YouTube altyapısına bağlı teknik sınırlar uygulanır.
İçerik Formatı	Bilgilendirici ve eğitici içerikler	Eğitim, rehber, açıklayıcı ve yeniden kullanım (repurpose) içerikler yaygındır; anlatım TikTok ve Reels'e göre daha direkt ve konu odaklıdır.
Algoritmik Akış	İzleme geçmişi ve abonelik temelli öneri	Shorts videoları, kullanıcıların izleme geçmişi ve kanal aboneliklerine göre önerilir; "Shorts" akışı algoritmik keşif sağlar, fakat TikTok kadar yoğun kişiselleştirme yoktur.
Kullanıcı Etkileşimi	Beğeni, yorum, paylaşım, abonelik	Shorts içeriklerinde etkileşim, YouTube klasik mekanizmalarıyla sağlanır; kullanıcılar içerikleri kanala abone olarak veya paylaşarak destekler.
İçerik Üretim Araçları	Temel düzenleme ve efektler	Shorts, metin, müzik ve basit efekt eklemeye izin verir; TikTok'a kıyasla içerik üretim araçları daha sınırlıdır.
Ses ve Müzik Kullanımı	YouTube müzik kütüphanesi	Ses ve müzikler içeriklerin görünürlüğünü artırmak için kullanılabilir; trend ses kullanımı sınırlıdır.
Hashtag ve Trend Mekanizması	Keşif ve kategori etiketleri	Hashtag ve etiketler içeriklerin Shorts akışında görünürlüğünü artırır; trendlerin etkisi TikTok ve Reels'e kıyasla daha düşük ve algoritmaya bağlıdır.

Kategori	Yapısal Özellikler	Açıklama / İşleyiş
Platform Entegrasyonu	YouTube ana platformuyla bağlantı	Shorts içerikleri YouTube kanalındaki uzun videolarla ve ana platformla doğrudan entegre çalışır; diğer sosyal medya platformlarına paylaşım opsiyonları mevcuttur.

İçerik Akışı

TikTok, Reels ve Shorts gibi kısa video platformlarının temel yapıtaşlarından biri içerik akışıdır ve kullanıcıların tüketim deneyimini doğrudan şekillendirmektedir (Aşçı, 2023: 92). Bu akış, platformların içerik sunumu ve erişim süreçlerini optimize etmek amacıyla çeşitli teknolojik ve yapısal unsurları içermektedir. İlk olarak, içerik akışlarının düzenlenmesi ve yönetimi, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun, hızlı ve dinamik bir içerik akışı sağlama üzerine kurulmaktadır. Bu bağlamda, platformlar büyük veri analitiği ve gerçek zamanlı verilerin kullanımıyla, kullanıcıların önceki etkileşimleri, zaman dilimleri ve içerik tercihlerine dayanarak içerik sıralaması yapar (Parsa ve Akçora, 2021: 2394). İçerik akışı, genellikle sürekli güncellenen ve kişiye özel önerim algoritmalarıyla entegre şekilde çalışmaktadır (Karaman, 2021: 1345). Bu sayede, düzenli ve planlı içerik akışları, içerik üreticilerine de belirli bir strateji çerçevesinde hazırlık yapma imkânı sunmaktadır. Ayrıca içeriklerin türüne göre farklı hız ve yoğunluklarda akışlar oluşturmaktadır ve böylece platformların çeşitli kullanıcı segmentlerine uygun deneyimler sunmasına olanak tanımaktadır (Diker, 2019: 1)

Akışkan ve Değişken İçerik

Sosyal medya platformlarının kısa videolar, kullanıcıların ilgisini sürekli olarak değiştiren, hızlı ve çeşitli biçimlerde sunan içerik üretmektedir. Bu tür içerikler, genellikle görsel ve işitsel unsurların dinamik ve kısa süreli biçimde birleşimiyle ortaya çıkmakta ve kullanıcıların dikkatini çekmek için sürekli olarak yenilenmektedir. Bu dinamik yapıyla, içerik tüketimi hızla akıp giderken, izleyicinin ilgisini sürdürürebilmek adına içerik üreticileri ve platformlar tarafından farklı stratejiler geliştirilmektedir.

Günümüzde TikTok, Reels ve Shorts gibi platformlar, akışkan içerik yapısı ve bu içeriklerin hızla değişen doğasıyla kullanıcıların dikkatini çekmek amacıyla tasarlanmıştır. Bunlar, algoritmik önerim, içerik hızlandırıcı efektler ve sürekli yenilenen etkileşim biçimleriyle, kullanıcıların dikkati üzerinde yoğun etkiler yaratabilmektedir. Bu ortamlar, kullanıcıların sınırlı dikkat kapasitesini aşırı tüketim ve sürekli dikkat dağılıtı ile zorlar; bu da hem kısa süreli dikkat bozukluklarına hem de uzun vadeli dikkatte azalmalara neden olabilmektedir (İmren ve Tekman, 2019: 1089).

Akışkan içerikler, teknolojik gelişmeler ve platformların algoritmik önerim sistemleri sayesinde hızla yaygınlaşmış, kullanıcılara yeni ve taze içerik sunma ihtiyacını artırabilmektedir (Kırık, 2024: 588). Bu içerikler, özellikle TikTok, Reels ve Shorts gibi kısa video platformlarında belirgin şekilde görülmektedir. Bu platformlar, kullanıcıların dikkatini hızla çekebilecek, hızlı ve akışkan içeriklerin üretimini teşvik edecek niteliktedir. Kullanıcılar, dikkatinin kısa süreli olması gerektiğinin farkında olarak, sürekli yeni ve çeşitli içeriklerle karşılaşır. Bu durum, içeriklerin dikkat çekici, akıcı ve sürükleyici olmasıyla ilgilidir. Aynı zamanda, platformların algoritmaları, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun içerikleri kısa süreli gösterimlerle sunarak, içerik akışını sürekli taze tutmaya çalışmaktadır (Bahçecioglu, 2023: 450).

Akışkan içerik, dinamik ve sürekli değişen doğasıyla, kullanıcıların ilgisini sürekli canlı tutmayı amaçlamaktadır. Değişken yapısı ise günümüz dijital platformlarında görülen akışkan içeriklerin kullanımıyla yakından ilişkilidir. Bu teori, bireylerin dikkatinin statik ve sürekli olmanın ötesinde, zaman içinde dalgalanan ve değişkenlik gösteren bir yapıya sahiptir. Dijital ortamda,

kullanıcılar sürekli olarak farklı içeriklere yönelirken, dikkatin odağı hızla kayabilir ve yeniden odaklanabilir. Bu dinamik süreçte, dikkate alınan içeriklerin yapısı ve sunum biçimi, kullanıcının dikkatinin yönlendirilmesinde belirleyici olmaktadır. Özellikle TikTok, Reels ve Shorts gibi platformlar, hızla değişen, akışkan ve dikkat çekici içerikler üretir. Platformların kullanıcı etkileşimi ve içerik iletimi biçimleriyle doğrudan bağlantılıdır. Bu içeriklerin sürekli yenilenmesi ve kısa süreli dikkat çekmesi, kullanıcının ilgisinin sürekli yeni ve farklı uyaranlara kaymasına neden olmaktadır. Kullanıcıların dikkatlerinin bu akışkan ve geçici yapısı, içerik üreticilerinin ve platformların stratejilerini şekillendirmesini zorunlu kılmaktadır (Manas, 2021: 327).

İçerik Önerim Algoritması ve Kişiselleştirme

İçerik önerim algoritması, kullanıcıların ilgi alanlarına ve davranışlarına göre belirli içeriklerin önceliklendirilmesini sağlayan karmaşık ve dinamik bir yapıya sahiptir. Kişiselleştirme teknikleri, kullanıcı deneyimini geliştiren ve platformların sürdürülebilirliğine katkıda bulunan temel unsurlardan biridir. Bu algoritmalar, kullanıcıların etkileşim geçmişini, izleme sürelerini ve tercihlerine dayalı olarak bireysel içerik önerilerinde bulunur. Bu sayede, kullanıcıların ilgi alanlarının sürekli olarak güncellenmesi ve derinlemesine analiz edilmesi mümkün olur. Ayrıca, algoritmaların kişiselleştirme yetenekleri, kullanıcıların platformla olan etkileşimlerinin daha sürükleyici ve tatmin edici hale gelmesini sağlar. Bu bağlamda, içerik önerim sistemleri, kullanıcının zamanını en verimli şekilde kullanmasına ve platformda daha uzun süre kalmasına katkıda bulunur (Özel ve Özay, 2021).

Yapay zeka ve makine öğrenimi tekniklerinin entegrasyonu, önerim algoritmasının etkinliğini artırmaktadır. Bu teknolojiler, kullanıcıların gerçek zamanlı davranışlarını analiz ederek, ilgilerini çekecek yeni içeriklere ulaşmasını kolaylaştırır. Kullanıcıların önceki izleme alışkanlıkları ve etkileşimleri doğrultusunda çeşitli içeriklerin otomatik olarak önerilmesi, içerik tüketiminde çeşitlilik sağlar ve platforma özgü kullanıcı alışkanlıklarının gelişimine olanak tanır. Ayrıca, bu kişiselleştirme mekanizmaları, içerik üreticilerinin de hedef kitlelerine daha uygun ve etkili içerikler sunmalarına imkan tanımaktadır. Bununla birlikte, algoritmanın karar verme süreçleri, bazen içerik çeşitliliğinin kısıtlanmasına veya tek tip içerik akışına yol açabilir. Bu durumu dengelemek adına, platformlar genellikle önerim algoritmalarında çeşitlilik ve keşif özelliklerine de yer vermektedir.

YÖNTEM

Çalışma popüler videoların yeni oluşum sürecini anlamaya, irdelemeye yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, çalışmada nitel veri analiz türlerinden biri olan betimsel analiz yöntemine başvurulmaktadır. Nitel betimsel analiz, olguları olduğu gibi ortaya koymayı, anlamlandırmayı ve sistematik biçimde tanımlamayı amaçlayan bir nitel araştırma yaklaşımıdır. Bu yöntemde amaç incelenen yapının nasıl işlediğini, hangi bileşenlerden oluştuğunu ve nasıl sunulduğunu açık biçimde betimlemektir. Veriler, ilgili platformların kullanıcı arayüzlerinin incelenmesi ve belirlenen örnek içeriklerin gözlemlenmesi yoluyla elde edilmiştir. Teknik özellikler, içerik süresi ve formatı, algoritmik akış yapısı, kullanıcı etkileşim biçimleri ve içerik üretim araçları kategorileri altında karşılaştırmalı analizler yapılmıştır.

Çalışmanın araştırma soruları şunlardır?

- ✓ Yapısal ve teknik özellikler açısından farklılıklar nelerdir?
- ✓ İçerik formatları ve üretim araçları açısından benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?
- ✓ Algoritmik öneri ve keşif sistemleri kullanıcı etkileşimini nasıl şekillendiriyor?

- ✓ Kullanıcı etkileşimi mekanizmaları açısından platformlar arasındaki farklılıklar nelerdir?

BULGULAR

Tik Tok, Reels ve Short Videolarinin Karşılaştırmalı Analizi

TikTok, Reels ve Shorts gibi kısa video platformları, içerik sunumu ve kullanıcı etkileşimi açısından farklı özellikler taşımaktadır. TikTok, algoritmik önerim sistemi sayesinde kullanıcının önceki etkileşimlerine dayalı olarak sürekli yenilenen içerikler sunar. Bu platformda içerik hızı oldukça yüksektir ve kullanıcıların dikkatini kısa sürede toplamak amacıyla dinamik ve hızlı akışlar tercih edilir. Bu durum, kullanıcıların yeni içeriklere hızla geçiş yapmasına olanak tanır; dolayısıyla dikkat süreleri, geleneksel platformlara göre daha kısa olma eğilimindedir (Aşçi, 2023).

TikTok'ta video akışı iki ana bölümde sunulur: sol taraf takip eden hesapların içeriklerini gösterirken, sağ taraf yerel popülerlikteki videoları ve canlı yayınları öne çıkarır. Uygulama ücretsiz olsa da bazı canlı yayınlara erişim ya da yayıncıya özel emojiler için kullanıcının hesabında belli bir miktar TikTok jetonu bulunması gerekir. Jetonlar, kredi/banka kartı, mobil fatura, Google Play hediye kartı veya promosyon kodu ile yüklenebilir. İçerik üreticileri ise canlı yayınlarda maddi kazanç sağlamak amacıyla bu jetonları izleyiciden talep edebildiğini gözlemlenmiştir (Tam, 2022: 187).

Reels ise, Instagram altyapısında entegre edilerek farklılaşan bir yapıya sahiptir ve platformlar arası kapsama sahasıyla öne çıkar. Kullanıcılar, hem ana akışlarının içinde hem de keşfet sekmesinde içeriklerle karşılaşır. Bu çok yönlü erişim, içeriklerin geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır; ancak aynı zamanda tüketicilerin dikkati üzerinde yoğun bir odaklanma gerektirmektedir. Reels'de içeriklerin genellikle daha estetik ve marka odaklı olması, kullanıcıların ilgisini sürdürmek için çeşitli tasarım stratejileri ile yapılandırılmaktadır (Parsa ve Akçora As, 2021).

Shorts ise, YouTube'un keşif ve erişim odaklı yapısıyla, geniş bir kullanıcı kitlesine hitap eder. İçeriğin uzun süreli dayanıklılığı yerine, popüler ve hızla tüketilebilen kısa videolara odaklanılmıştır. Keşif algoritmaları ve kullanıcıların platformda geçirilen zamanın optimal kullanımıyla, içerikler sürekli olarak kullanıcıların ilgisini çekecek şekilde adapte edilmektedir (Akbaş, 2025). Bu dinamik ortamda, kullanıcılar, kısa ve etkili içeriklere kolayca ulaşabildiği gibi, içerik üreticileri de hızlı tepki ve uyum göstermek zorunda kalmaktadır.

Her üç platform, akışkan içerik akışlarıyla kullanıcıların dikkatini sürekli değiştiren ve yönlendiren bir yapıya sahiptir. Bu ortamlar, kullanıcıların dikkat sürelerini sınırlandırmak ve içerik tüketimini hızlandırmak üzerine kurgulanmıştır. Bu nedenle, kullanıcılar, kısa ve hızlı içeriklere alışkın hale gelirken, dikkatin uzun vadeli odaklanması giderek zorlaşmaktadır.

Tik Tok: Algoritmik Önerim ve İçerik Hızı

TikTok platformunda algoritmik önerim ve içerik hızının kullanıcı dikkatini şekillendirmedeki rolü, günümüz dijital ortamında önemli bir araştırma konusu olmaktadır. Platform, benzersiz algoritmasıyla kullanıcıların ilgisini sürekli canlı tutmayı hedeflerken, özellikle içerik hızını yüksek tutarak kullanıcıların zamanını etkin biçimde kullanmasını sağlamaktadır. TikTok'un öneri sistemi, kullanıcı davranışları, etkileşimler ve içerik tercihlerine dayalı olarak sürekli

güncellenmektedir ve kişiselleştirilmiş içerik akışını oluşturmaktadır. Bu sayede, kullanıcılar ilgilerini çeken kısa videolara hızla erişerek platformda daha uzun süre kalmaya teşvik edilmektedir.

İçerik hızının yüksek olması, kullanıcıların sürekli yeni ve çeşitli içeriklerle karşılaşmasına olanak tanır. Bu durum, kullanıcıların dikkat süresinin azalması ve içeriğin hızlı tüketilmesi üzerine odaklanır. TikTok'un öneri algoritması, kullanıcının tıklama, beğeni ve paylaşım alışkanlıklarını analiz ederek, bu hızda ve yoğunlukta içerik akışını optimize eder. Bu da kullanıcıların dikkatinin çekilmesine ve platforma bağlılıklarının artmasına neden olurken, aynı zamanda yoğun bir dikkat dağılımı ve tüketim alışkanlığı oluşturma risklerini de barındırır (Söğüt ve Öngel, 2022). Bu durum, özellikle genç kullanıcılar arasında kısa süreli dikkat ve hızlı tüketiminde bir göstergesidir (Bahçecioğlu, 2023: 436).

Dolayısıyla, TikTok'un algoritmik öneri sistemi ve içerik hızındaki dinamikler, kullanıcıların dikkatini hem kolayca çekmek hem de uzun vadeli dikkatlerini korumak adına kritik unsurlar olarak öne çıkar. Bu bağlamda, platformlar arasındaki farklar ve geliştirilmesi gereken stratejiler, içerik üreticileri ve kullanıcılar açısından önemli bir tartışma alanı oluşturmaktadır.

Reels: Entegrasyon ve Kapsama

Reels platformu, içeriklerin hızlı ve entegre biçimde tüketilmesine olanak tanıyan yapısıyla dikkat çekmektedir. Bu platform, Instagram'ın ana uygulamasıyla sıkı bir entegrasyon sağlayarak, kullanıcıların anlık içeriklere ulaşmasını kolaylaştırır ve farklı platformlar arasında uyumlu bir içerik akışı sunar. Entegre yapı, kullanıcıların içeriklere erişimini hızlandırırken, içerik üreticilerinin de daha geniş bir kapsama ulaşmasını mümkün kılar. Ayrıca, Reels'in keşfetme algoritmaları ve öneri sistemleri, kullanıcıların ilgisini çekmeye odaklı olmakla birlikte, içeriklerin platform genelinde daha yüksek görünürlük kazanmasını sağlar. Bu sayede, içeriklerin erişim sayısı artarken, kullanıcı dikkatinin yönlendirilmesi ve içerik akışının yoğunlaşması gibi dinamikler ortaya çıkar. Reels'in kapsama alanı, kısa süreli ve hızlı içeriklerin yanı sıra, çeşitli temalar ve içerik türleriyle geniş bir yelpazeye hitap eder, bu da platformun kullanıcılar üzerindeki etki alanını genişletir. Bu entegrasyon ve kapsama yapısı, kullanıcıların dikkat dağınıklığını tetikleyebilecek, dikkat sürelerini kısaltan ve içerik tüketim alışkanlıklarını dönüştüren önemli bir faktördür. Sonuç olarak, Reels'in entegre yapısı ve geniş kapsama alanı, platformun içerik akışını sürekli canlı tutarken, kullanıcıların akışkan ve değişken dikkat dönemlerine uyum sağlamasını kolaylaştırır. Bu durum, içeriklerin etkileyciliği ve kullanıcıların platformla etkileşiminin sürdürülebilir olması açısından kritik bir rol oynar (Manas, 2021; Parsa ve Akçora, 2021).

Shorts: Erişim ve Keşif Dinamikleri

Shorts platformu, erişim ve keşif dinamikleri açısından diğer platformlara kıyasla hız ve erişim kolaylığına büyük önem verir. Kullanıcılar, kısa ve hızlı tüketilebilen içeriklere yönelerek platformda daha fazla zaman geçirme eğilimindedir. Bu dinamik, platformların algoritmalarını, kullanıcıların ilgi alanlarına uygun ve dikkat çekici içerikleri ön plana çıkarmak üzere optimize etmelerine neden olur. Örneğin, kullanıcıların keşfet sekmesinde karşılaştıkları içerikler, izlenme sürelerini arttırmayı hedefleyen karmaşık ve öğrenmeye açık algoritmalar tarafından belirlenir. Bu algoritmalar, kullanıcıların önceki etkileşimleri, ilgileri ve zaman tercihlerine göre içerikleri hızla filtreler ve sunar. Ayrıca, Shorts'ta göze çarpan "virality" etkisi, kullanıcıların içerikleri paylaşma ve yeniden keşfetme isteğini artırır; böylece içeriklerin erişim oranları hızla yükselir. Keşif süreçleri, genellikle dikkati düşük seviyede tutmaya odaklıdır, zira kullanıcılar anlık ve

kolay ulaşılabilir içeriklere yönelmek ister. Bunun sonucunda, içeriklerin sürekli yenilenmesi ve çeşitlenmesiyle platforma bağlılık artarken, kullanıcıların dikkatlerini uzun süreli tutma zorluğu ortaya çıkar. Dolayısıyla, Shorts'un erişim ve keşif mekanizmaları, kullanıcıların akışkan ve kısa süreli içerik tüketme alışkanlıklarını besleyen, hızlı ve çoğunlukla yüzeysel dikkat çekici içeriklere dayanan karmaşık bir ekosistem oluşturur (Violot vd., 2024). Bu yapılar, kullanıcıların platformda kalma sürelerini uzatmak, içeriklerin viral olmasını sağlamak ve platformların erişim oranlarını artırmak amacıyla sürekli olarak evrilmektedir.

Platformlararası Benzerlikler ve Farklar

TikTok, Reels ve Shorts platformları, temel yapı ve algoritma açılarıyla birbirlerine benzerlikler gösterirken, kullanıcı deneyimi ve içerik akışında önemli farklar da ortaya koymaktadır. Her üç platform da kısa videoların hızla tüketilmesine olanak tanıyan yapısal özellikler taşımaktadır. Algoritmik yapıları, kullanıcıların özgün tercihlerine uygun içerikleri öne çıkarmada neuro-dil ve makine öğrenmesi tekniklerini kullanır; (Yin, 2025: 89) böylece kişiselleştirme ve öneri sistemleri açısından benzerlik gösterirler. Ancak, bu algoritmaların detaylarındaki farklılıklar, kullanıcıların platformlar arasında yönelimlerini ve içerik tüketim alışkanlıklarını etkilemektedir.

İçerik akışı açısından, TikTok genellikle geniş ve çeşitli içerik havuzlarıyla daha hızlı ve dinamik bir akış sunarken, Reels, Instagram ekosistemi içerisindeki entegrasyonu sayesinde daha görsel odaklı ve estetik tercihlere uygun içeriklere öncelik vermektedir. Shorts ise Google'ın arama ve öneri algoritmalarına entegre olarak, daha geniş bir içerik çeşitliliğine erişim imkanı sağlar.

Etkileşim biçimleri açısından, her üç platformda da kullanıcılar like, yorum ve paylaşım gibi temel etkileşim aracıyla aktif katılım gösterir. Ancak, TikTok'un "duet" ve "stitch" gibi özellikleri, içerik yapımında ortak çalışmalar ve üretkenlik açısından farklılık yaratır. Reels ve Shorts ise daha çok tek taraflı içerik tüketimi ve izleyici ile içerik üreticileri arasında sınırlı etkileşim şekilleri sunar. Ayrıca, zaman yönetimi ve içerik uzunluğu bağlamında, Shorts ve Reels genellikle daha kısa ve öz içeriklere odaklanırken, TikTok daha çeşitli ve zaman zaman daha uzun videolara imkan tanır.

İçerik üretimi konusunda, her platformun kullanıcı ve içerik üreticileri için belirlediği sınırlar ve teşvik mekanizmaları farklılık göstermektedir. TikTok'un yaratıcı içerik üretme biçimlerini destekleyen çeşitli araçları ve trendleri bulunurken, Reels ve Shorts daha çok mevcut platformların doğal akışına ve estetik standartlarına uyumludur. Her üç platformun temel amacı kısa içeriğin hızla ve etkili biçimde tüketilmesine imkan sağlarken, yapısal özellikleri ve kullanıcı deneyimi bağlamında ortaya çıkan farkların tüketim davranışlarını şekillendirmede belirleyici olduğu görülmektedir.

Algoritmik Yapılar Arasındaki Benzerlikler

Üç platformun algoritmik yapıları, kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıklarına yön veren temel mekanizmalar açısından önemli benzerlikler taşımaktadır. Her üç platform da kullanıcı ilgisini çekmek ve etkileşimi artırmak amacıyla içerik önerim algoritmaları kullanmaktadır. Bu algoritmalar, kullanıcıların önceki izleme, beğeni ve paylaşım verilerini analiz ederek kişiselleştirilmiş içerikler sunar. Bu süreçte kullanıcı davranışları sürekli izlenir ve sistem, ilgisini en çok çeken içerikleri tekrar öne çıkarmak üzere öğrenme algoritmalarıyla optimize edilir. Ayrıca, bu platformlarda içerik önerme mekanizmaları, kullanıcıların zaman ve dikkat yönetimini de göz önünde bulundurur. İçeriklerin süresi, kullanıcıların platformda geçirdiği zaman ve etkileşim yoğunluğunun artırılması için önemli bir kriter haline gelir. Bu algoritmalar,

kullanıcıların aktif ve pasif dönemlerini tespit ederek, içerik akışını buna göre ayarlar ve böylece kullanıcıların platform üzerinde daha uzun süre kalmasını sağlar. Özellikle, ilgi alanlarına uygun ve zamanın verimli kullanılmasını destekleyen öneri sistemleri, tüketici deneyimini derinleştirir (Karakoç, 2024: 332).

Bu platformlar, içerik önerim algoritmalarında derin öğrenme ve kullanıcı verisinin analiz edilmesi gibi ortak teknolojik yaklaşımları benimser. Bu yaklaşımlar, kullanıcıların tercihlerine göre içerik akışını sürekli yenileyerek, platforma özgü ve kullanıcının bireysel davranışlarına uyum sağlayan dinamik yapılar ortaya koyar. Ayrıca, her üç platformda da içerik önerimi algoritması, kullanıcıların geçmiş davranışlarını ve etkileşimlerini analiz ederek, yeni ve çeşitli içeriklerin platformda görünürlüğünü artırmakta ve bu sayede içerik üreticilerinin ve tüketicilerin etkileşim oranlarını yükseltmektedir (Dijk, 2018: 251).

Sonuç olarak, algoritmik yapıların temel ilkeleri, kullanıcı deneyimini kişiselleştirmek, zaman yönetimini optimize etmek ve içerik etkileşimini artırmak temel hedefleriyle uyum içerisinde gelişmektedir. Bu ortak özellikler, platformların kullanıcı bağlılığını güçlendiren ve tüketim davranışlarını şekillendiren kritik unsurlar olarak öne çıkar.

Deneyimsel Farklılıklar: Ara Yüz ve Etkileşim Biçimleri

TikTok, Reels ve Shorts platformlarının kullanıcı arayüzleri ve etkileşim biçimleri, deneyimsel farklılıkların belirgin hale gelmesine neden olmaktadır. Bu platformlar, kullanıcıların hızlı ve kolay erişim sağlayabilmesi amacıyla basitleştirilmiş ve çekici ara yüzler sunar. Kullanıcılar, genellikle dikey kaydırma hareketleri ve sezgisel dokunmatik etkileşimler aracılığıyla içeriklere ulaşır. Bu etkileşim biçimleri, kullanıcının dikkatini uzun süreli odaklanmadan uzaklaştırır ve ani, anlık tatmin sağlayan içeriklerin tüketimini teşvik eder. Platformların ara yüzleri çoğunlukla minimalist ve dinamik olacak şekilde tasarlanmış olup, kullanıcıların içeriklerin akışında kaybolmasını sağlar (Tam, 2022: 187).

Ayrıca, etkileşim biçimleri de belirgin farklılıklar gösterir. TikTok ve Reels, kullanıcıların içeriklerle doğrudan ve anlık etkileşim kurmasını sağlayan çeşitli eylem seçenekleri sunar; beğeni, yorum, paylaşım ve tepkiler bu kapsamda öne çıkar. Bu platformlar, kullanıcıların içerik üreticileriyle ve diğer izleyicilerle etkileşim kurmasını kolaylaştırırken, etkileşimlerin anlık ve görsel odaklı olması, kullanıcıların duygusal ve bilişsel tepkilerini hızla şekillendirir. Shorts ise kullanım kolaylığı ve hızlı erişim avantajıyla, daha çok zaman kısıtlaması ve içerik yoğunluğu üzerine kurulu bir yapıya sahiptir. Bu yapı, kullanıcıların içeriklere kısa sürelerde müdahale etmesine ve yeni içeriklere hızla geçmesine imkan tanır.

Etkileşim biçimlerindeki bu farklılıklar, kullanıcıların platformlara özgü deneyim alışkanlıklarını belirler. TikTok ve Reels, daha kişisel ve sosyal yönleri ön plana çıkarıp, içerik üretimi ve paylaşımına teşvik eden dinamiklerle öne çıkarken, Shorts, zaman yönetimi ve içeriğin hızlı tüketimine odaklanan daha mekanik bir etkileşim sunar. Bu farklı yapı ve etkileşim biçimleri, kullanıcıların platformlararası tercihlerini ve tüketim davranışlarını şekillendirmede önemli rol oynar.

Tablo 4: Bulgular Kısa Video Platformlarının Karşılaştırmalı Analiz Özet Tablosu

Benzer ve Farklılıklar	Platformlar	Genel Özellikler
Genel Benzerlik	TikTok, Reels, Shorts	Kısa videoların hızla tüketilmesi, Algoritmik yapılar, Kişiselleştirme ve öneri sistemleri, İçerik akışında genel olarak kullanıcı etkileşimini (like, yorum, paylaşım) teşvik eden mekanizmaların olması, İçerik üretimi konusunda, içerik üreticilerini harekete geçiren sınırlar ve teşvik mekanizmalarının varlığı.
Genel Farklar	TikTok, Reels, Shorts	Kullanıcı deneyimi ve tüketim alışkanlıkları
İçerik Akışı	TikTok	Geniş ve çeşitli içerik havuzuyla hızlı, dinamik akış, İçerik çeşitliliği yüksek
İçerik Akışı	Reels	Instagram ekosistemiyle görsel odaklı, estetik odaklı içerikler öncelikli, Entegrasyon avantajı
Benzer ve Farklılıklar	Shorts	Google ekosistemiyle arama/öneri entegrasyonu, geniş içerik çeşitliliği
İçerik Üretimi & Teşvik	TikTok	Yaratıcı araçlar ve trendler; üretimi destekleyen ekosistem
İçerik Üretimi & Teşvik	Reels	Mevcut platformun akışına ve Estetik standartlarına uyum
İçerik Üretimi & Teşvik	Shorts	Daha çok mevcut akışa uyum, Estetik standartlar; mevcut ekosisteme entegrasyon
İçerik Üretiminde Sınırlar & Teşvikler		Üç platformda da üretici/izleyici odaklı sınırlar ve teşvikler
Algoritmik Yapılar Arasındaki Benzerlikler	Ortak Amaç	İçerik önerim algoritmalarıyla kişiselleştirme ve etkileşimi artırma, Geçmiş davranışlarına dayanarak içerik önerimi yapma
Zaman Yönetimi & İçerik Süresi		Aktif/pasif dönem tespitiyle akış ayarlaması; daha uzun/çeşitli içeriklere olanak tanır (TikTok) vs daha kısa odaklı rekabet (Reels/Shorts)
Teknoloji & Yöntemler	Derin öğrenme ve kullanıcı verisi analizi	Kişiselleştirme, Dinamik içerik yenileme, Etkileşim oranlarını yükseltme amacı
Sonuç (Algoritmik Yapılar)	Tik Tok, Reels, Shorts	İçerik tüketimini kişiselleştirmek, Zaman yönetimini optimize etmek, etkileşimi artırmak; kullanıcı bağlılığı ve tüketim davranışlarını şekillendirmek
Deneyimsel Farklılıklar: Arayüz & Etkileşim	Tik Tok, Reels, Shorts	Basitleştirilmiş, dikey kaydırma dokunmatik etkileşim; içerik akışında kaybolmayı kolaylaştırıcı minimalist/dinamik tasarım
Etkileşim Biçimleri	TikTok & Reels	Beğeni, yorum, paylaşım ve tepkiler; anlık görsel etkileşimler; içerik üretimi ve paylaşımını teşvik eder
Etkileşim Biçimleri	Shorts	Kolay kullanım, hızlı erişim; zaman kısıtlaması ve içerik yoğunluğu odaklı mekanik etkileşim
İçerik Üretiminde Kullanıcı Davranışı	Tik Tok, TikTok	İçerik üretimini teşvik eden araçlar, Dinamik trendler
İçerik Üretiminde Kullanıcı Davranışı	Reels	Estetik odaklı içerik üretimi ıslak (entegrasyon) akışıyla uyum
İçerik Üretiminde Kullanıcı Davranışı	Shorts	Hızlı tüketim odaklı üretim ve uyum sağlama

İçerik Stratejileri

İçerik stratejileri, platformların kullanıcıların ilgi ve ihtiyaçlarına uygun içerikleri sunma biçimlerini belirlemede temel unsurlardan biridir. Bu stratejiler, içerik üreticilerinin ve platformların içerik planlamasında seçimlerini etkileyerek tüketim eğilimlerini şekillendirir. Bu platformlarda genellikle trendler, mizah, dans, meydan okumalar ve bilgi vermeye odaklanan içerikler öne çıkar. Dolayısıyla, içerik üreticileri, algoritmik öne çıkma şansını artırmak amacıyla güncel akımlara uygun, görsel açıdan çekici ve paylaşım oranı yüksek içeriklere yönelir.

Bu platformların algoritmaları, kullanıcının geçmiş davranışlarına dayalı kişiselleştirilmiş öneriler sunarak sürekli içerik tüketimini teşvik etmeye çalışmaktadır. Ayrıca, yeni, en popüler ve trend videolarda beğeni oranları artmaktadır. Bu da, içeriklerin hızla değişmesine ve sürekli yenilenmesine yol açabilmektedir. Platformların sunduğu etkileşim biçimleri, kullanıcıların aktif katılımını artırırken, tıklama, beğeni, paylaşım ve yorum gibi çeşitli etkileşimler, içerik tercihlerini ve tüketim yönelimlerini şekillendirir.

Kısa videolar, hızlı tüketim ve yüksek erişim için ideal olsa da, etkili mesaj iletimi ve kullanıcı bağlılığını sağlama amacıyla içeriklerin dikkat çekici ve öz olacak şekilde tasarlanması gerekir.

Ayrıca, düzenli ve sürdürülebilir içerik üretimi, platformda kalıcılık ve kullanıcı sadakati açısından kritik öneme sahiptir. Kültürel ve sosyal dinamiklerin de dikkate alınmasıyla, içeriklerin bölgesel ve evrensel ölçekte ilgi çekici kılınması sağlanır (Aşçı, 2023: 97).

Marka ve Yaratıcı İçerik Entegrasyonu

Platform, kullanıcılarca üretilen içerikten elde edilen reklam gelirlerini artırma yöneliminde rol almakta; aynı zamanda içerik üreticilerine yeni gelir olanakları sunmaktadır. Bu durum, dijital kapitalizmin temel göstergelerinden biri olarak kullanıcı katılımının ekonomik değere dönüştürülmesini vurgulamaktadır. Ayrıca TikTok'un içerik öneri algoritmaları, kullanıcı bağlılığını güçlendirerek platformun sürekli büyümesini ve kullanıcı etkileşimlerinin yoğunlaşmasını desteklemektedir (Şerbetçioğlu ve Ünlü, 2025: 84).

Marka ve yaratıcı içerik entegrasyonu, platformların tüketim alışkanlıklarını derinlemesine etkileyen önemli bir unsur olarak öne çıkar. Entegrasyon sürecinde, markaların içerik üretiminde özgünlük ve tutarlılığı gözetmesi zorunludur. Yaratıcı içeriklerin platformlara uygun biçimde tasarlanması, kullanıcıların dikkatini çekmenin yanı sıra marka mesajının etkili şekilde iletilmesine olanak tanımaktadır. Özellikle kısa süreli ve dikkat çekici içeriklerin, kullanıcıların günlük tüketim alışkanlıklarına uyum sağlayacak şekilde planlanması, markanın hedef kitleyle bağlantı kurmasını sağlar. Ayrıca, markalar ve yaratıcılar, platformların algoritmalarını dikkate alarak, içeriklerin görünürlüğünü artırmaya yönelik stratejiler geliştirmektedir. Bu noktada, özgün ve paylaşılabılır içeriklerin üretilmesiyle, kullanıcıların katılımı ve etkileşimi teşvik edilir. Entegre bir içerik stratejisi, markanın dijital varlığını güçlendirirken, kullanıcıların beklenti ve alışkanlıklarına uygun içeriklerle sürdürülebilirliği sağlanmaktadır (Köse ve Yeygel, 2019: 212). Bu bağlamda, markalar ve yaratıcılar arasındaki işbirliği, tutarlı ve etkili içerik üretimi için temel unsurlardan biri olup, tüketim davranışlarını şekillendiren önemli bir etken olarak değerlendirilebilir. Sonuç olarak, marka ve yaratıcı içerik entegrasyonu, platformların yapısal özellikleri ve algoritmik dinamiklerle uyum sağlayarak, tüketici ile marka arasındaki etkileşimi artırdığını ve sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin temel taşı oluşturduğunu söylemek mümkündür.

İçerik Tasarımı ve Akışkanlık

İçerik tasarımında akışkanlık, kullanıcıların dikkatini sürdürülebilir kılmak ve platformların dinamik yapısına uyum sağlamak açısından kritik bir unsurdur. Akışkan içerik, izleyicinin ilgisini sürekli olarak canlı tutmak ve çeşitli ritimlerle gündemi hızlıca değiştirmek amacıyla tasarlanır.

Dijital platformlar, etkileşimli ortamlarıyla toplumsal yapıları ve kültürel değerleri değiştirme gücüne sahiptir. Bireylerin sesini duyurma, kimliklerini oluşturma ve toplumla doğrudan etkileşime girme imkanları sunar; bu süreçte kültürel değerler ve toplumsal ilişkiler de içerik, yorum ve paylaşımlar etrafında şekillenmektedir. Dijital mecralar üzerinden gerçekleşen toplumsal hareketler, politik söylemler ve kültürel akımlar, toplumsal değerleri sorgulayan ve yeniden inşa eden önemli dinamikler haline gelmiştir (Castells, 2008: 23). Bu bağlamda, TikTok, Reels ve Shorts gibi platformlar, kısa ve hızla tüketilen videolar aracılığıyla kullanıcıların dikkatini çekmek ve uzun süreli odak bağına zayıflatmak için optimize edilmiştir. İçeriğin akışkanlığı, genellikle değişen tempo, görsel ve işitsel unsurların sürekli entegrasyonu ile sağlanmaktadır. Bu dinamik yapı, kullanıcının dikkatini bölmeden konsantrasyonu sürekli olarak yeni uyarıcılara yönlendirmeye imkan tanıyabilmektedir. Dolayısıyla, içerik üreticileri, hikâye anlatımını ve görsel akışını dikkatlice planlayarak, izleyicinin ilgisini kaybetmeden içerik akışını sürdürebilir. Ayrıca, farklı içerik bölümlerinin hızlı geçişleri ve kısa videoların tekrar ve

çeşitlendirilmiş kullanımı, platformların kullanıcıların sıkılmadan sürekli içerik tüketmesine olanak tanır. Bu strateji, kullanıcıların platformda geçirdiği zamanın artırılmasına ve dikkatlerinin daha az dağılmasına yardımcı olur. Aynı zamanda, akışkan içerik, kullanıcıların içerik tercihlerine göre otomatik öneri algoritmalarıyla uyum sağlayarak, dikkatin sürekli olarak yönlendirilmesini sağlar ve böylece içerik üreticileri açısından da etkileşimi artırıcı bir ortam oluşturur.

Etkileşim ve Geri Bildirim Döngüleri

Etkileşim ve geri bildirim döngüleri, içerik tüketiminin sürekli olarak şekillendiği ve kullanıcı davranışlarının içerik üreticileri ve platformlar arasında karşılıklı etkileşimlerle evrildiği dinamik yapılar olarak öne çıkar. Bu süreçlerde kullanıcıların yaptığı geri bildirimler, hem doğrudan (yorumlar, beğeniler) hem de dolaylı (izlenme süresi, paylaşım alışkanlıkları) yollarla toplanır ve analiz edilir. Bu veriler, içerik üreticilerinin içerik stratejilerini ayarlamasında ve platformların öneri algoritmalarının optimize edilmesinde temel bir rol oynar. Örneğin, bir videoya gelen yüksek beğeni ve yorumlar, içerik üreticisinin aynı türe devam etmesini teşvik ederken, olumsuz geri bildirimler veya düşük etkileşimler yeni içerik yaklaşımlarını gündeme getirebilir.

Bu döngüsel süreç, kullanıcıların dikkatini sürekli olarak canlı tutmaya ve platformların içerik akışını hızlandırmaya yöneliktir. Akışkan içerik modeli, kullanıcının sürekli değişen ilgisini yakalayabilmek adına, içeriklerin kısa ve dinamik biçimlerde sunulmasını teşvik eder. Öztürk, çalışmasında Instagram platformunun kullanıcıların etkileşimleri sadece içerik tüketiminin bir sonucu değil, aynı zamanda içerik üreticilerinin ve platformların davranışlarını şekillendiren bir etki alanı oluşturduğuna dikkat çekmiştir (Öztürk, 2024: 87.).

Geri bildirim döngüleri, kullanıcıların içerikle ilgili deneyimlerini platformlara ilettiği ve bu deneyimlerin yeniden içerik akışına entegre edildiği sürekli bir mekanizmadır. Bu süreçte, içeriklerin hızlı ve etkili bir şekilde yeniden şekillendirilmesi, kullanıcıların memnuniyetini artırma ve dikkatlerini koruma amacını güder. Dolayısıyla, etkileşim ve geri bildirimler, kullanıcıların dikkatini uzun vadede kaybetmeden, platformlar ve içerik üreticileri arasında karşılıklı olarak sürdürülebilir bir diyalog oluşturur. Bu nedenle, platformların ve içeriklerin doğası gereği, etkileşimlerin her yönü dikkat ve ilgiyi canlı tutmada kritik bir unsur olarak yer alır (Sarı ve Türker, 2021: 76).

SONUÇ

Bu çalışma, TikTok, Instagram Reels ve YouTube Shorts gibi kısa video odaklı dijital platformların yapısal özelliklerini, algoritmik işleyişlerini ve kullanıcı etkileşim biçimlerini karşılaştırmalı bir perspektifle incelemeyi amaçlamıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz kullanılarak gerçekleştirilen çalışma kapsamında, söz konusu platformların teknik altyapıları, içerik formatları, öneri algoritmaları ve kullanıcı deneyimleri sistematik biçimde analiz edilmiştir.

Araştırma bulguları, her üç platformun da kısa video formatını merkeze almasına rağmen, algoritmik önerim sistemleri, içerik üretim araçları ve kullanıcı etkileşim pratikleri bakımından belirgin farklılıklar sergilediğini ortaya koymaktadır. TikTok'un güçlü kişiselleştirme temelli algoritması ve yüksek içerik hızı, kullanıcıların dikkatini sürekli olarak canlı tutmayı hedefleyen dinamik bir yapı sunarken; Reels, Instagram ekosistemiyle olan entegrasyonu sayesinde daha estetik, marka ve yaşam tarzı odaklı içeriklere öncelik vermektedir. YouTube Shorts ise Google

ve YouTube altyapısına dayalı olarak daha bilgilendirici ve yeniden kullanılabilir içeriklerin dolaşıma girmesine olanak tanımaktadır.

Çalışmada ayrıca, algoritmik önerim sistemlerinin kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıklarını şekillendirebileceği ve içerik tüketimini hızlandırdırabileceği ön görülmüştür. Akışkan ve değişken içerik yapıları, kullanıcıların platformlarda daha uzun süre kalmasını sağlarken, aynı zamanda yüzeysel ve hızlı tüketim pratiklerini de pekiştirmektedir. Bu durum, dijital platformların yalnızca teknik araçlar değil, aynı zamanda kültürel ve toplumsal dönüşümün aktif aktörleri olduğunu göstermektedir.

TikTok, Reels ve Shorts platformları, algoritmik kültürün ve dijital tüketim pratiklerinin somut örnekleri olarak kullanıcı davranışlarını, dikkat ekonomisini ve içerik üretim biçimlerini yeniden yapılandırmaktadır. Bu çalışma, kısa video platformlarının yapısal ve işlevsel dinamiklerini görünür kılarak, dijital medya çalışmaları literatürüne katkı sunmayı hedeflemektedir.

ÖNERİLER

İleride yapılacak çalışmalarda, kısa video platformlarının kullanıcılar üzerindeki etkileri nicel yöntemlerle (anket, deneysel tasarım, büyük veri analizi) desteklenerek daha geniş örneklemeler üzerinden incelenebilir. Ayrıca yaş, cinsiyet ve sosyo-kültürel farklılıkların içerik tüketim davranışlarına etkisi karşılaştırmalı olarak ele alınabilir.

Platformların önerim algoritmalarının kullanıcı davranışları üzerindeki yönlendirici etkileri göz önünde bulundurularak, algoritmik şeffaflık ve etik sorumluluk konuları daha fazla tartışılmalıdır. Özellikle filtre balonu, dikkat ekonomisi ve bağımlılık riski gibi konular disiplinlerarası çalışmalarla ele alınabilir.

Kısa video platformlarının kültürel, psikolojik ve toplumsal etkilerinin daha kapsamlı biçimde anlaşılabilmesi için iletişim çalışmaları, sosyoloji, psikoloji ve bilişim alanlarını bir araya getiren disiplinlerarası araştırmalar teşvik edilmelidir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

Akbaş, A. (2025). Yeni "Hız Kültürü" ve "Anlam Yitimi" Teorisi: Eğlence Endüstrisinin Gençlik Kimlikleri Üzerindeki Etkisi, Youtube Shorts ve Reels Analizi. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 7(2), 133-156.

Aşçı, S. (2023). Tiktok'un Sosyal Göstergebilimsel Yönleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, 13, 91-107.

Bahçecioğlu, E. H. (2023). Popüler Kültür Odağında Sosyal Medyada Akım Trafiki: 'TikTok' Örneği. *Etkileşim*, 6(12), 426-454.

- Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M. (2008). *Ag Toplumunun Yükselisi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Dijk, J. van. (2018). *Ag Toplumu* (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Kafka Kitap.
- Diker. (2019). Az Daha Fazladır: Dijital Seyir Platformlarının Tüketim Kültürü Açısından İzleyicilerin Seyir Alışkanlıklarına Olan Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1), 1-20.
- <https://igmedya.com.tr/instagram-reelsin-yukselisi-kisa-video-formatinin-populerligi/> [Erişim Tarihi: 11. 01.2026].
- İmren, M. and Tekman, H. G. (2019). The Relationship Between Media Multitasking, Working Memory and Sustained Attention. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(37), 1075-1100.
- Karakoç ve Keskin, E. (2024). Dijital Medya Ortamında Rızanın Algoritmik İnşası: Eleştirel Algoritma Çalışmaları Perspektifinde Bir Tartışma. *Yeni Medya Dergisi*, 16, 329-353.
- Karaman, Ö. (2021). Yapay Zekâ Destekli Kişiselleştirme Algoritmalarının Tüketici Zihninde Filtre Balonu Yaratma Etkisinin İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(32), 1339-1351.
- Kaye, D. B. V., Chen, X. and Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253.
- Kırık, A. M. (2024). Türkiye’de Dijital Yayıncılığın Gelişim Süreci ve Fırsatları. *TRT Akademi*, 9(21), 578-591.
- Köse, G. ve Yeygel Çakır, S. (2019). Markaların Dijital Pazarlama Çağında Tüketicileri Etkileşime İkna Etme Yolları: Influencer Pazarlama ve İçerik Pazarlamasına İlişkin Kavramsal Bir Çalışma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(38), 205-222.
- Manas, Ş. (2021). Sosyal Ağlarda Ekran Kalma Sürelerinin Arttırılması Üzerine Bir Araştırma. *Ctc 2021 Proceedings Book*, 327-341.
- Özel, S. ve Özay, D. (2021). Yeni Medya Ortamlarında İzleyici Seçimi ve Öneri Algoritmaları: Netflix Örneği. *İlef Dergisi*. 8(2), 297-324.
- Öztürk, B. (2024). Yeni Medya Platformlarındaki Etkileşimler: Geçmiş Dönem Milli Eğitim Bakanı Instagram Hesabı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 13(4), 78-97.
- Parsa, A. ve Akçora As, E. (2021). Yeni Medyanın Postmodern Anlatımı Dijitografi: Reels Videolar. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(4), 2386-2401.
- Sarı, Ü. ve Türker, H. (2021). Dijital platform kullanıcılarının izleme alışkanlıklarına yönelik bir araştırma: Netflix örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59-80.
- Savic, M. (2021). Musical.ly'den TikTok'a: 2020'nin En Çok İndirilen Kısa Video Uygulamasının Sosyal İnşası. *International Journal of Communication*, 15, 3173–3194.
- Söğüt, Y. ve Öngel, A. (2022). Examination of TikTok Application in the Axis of Uses and Gratifications Approach, User Experience and Entertainment Culture. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(2), 667-690.
- Şerbetçioğlu, N. ve Ünlü, B. H. (2025). Küresel Pazarın Yeni Oyuncuları: TikTok Fenomenleri ve Toplumsal Değişim. *Tirebolu İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 2(1), 81-112.

Tam, M. S. (2022). Türk TikTokerların İçerik Paylaşım Pratikleri Üzerine Nicel Bir Araştırma. *TRT Akademi*, 7(14), 182-211.

Violot, C., Elmas, T., Bilogrevic, I. and Humbert, M. (2024). Shorts vs. Regular Videos on YouTube: A Comparative Analysis of User Engagement and Content Creation Trends. *ACM Web Science Conference*, 213-223.

Yin, S. (2025). Personalized Recommendation Algorithms on Short Video Platforms: User Experience, Ethical Concerns, and Social Impact. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 98(1), 19-23.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Balıkesir'in Fotoğraf Dili: Kimlik, Hafıza ve İmaj

Dr. Öğr. Üyesi Nur Neşe ŞAHİN, Yalova Üniversitesi, Armutlu Meslek Yüksekokulu, Yalova, e-posta: nur.sahin@yalova.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0360-9631>

Dr. Öğr. Üyesi Pelin KOÇ, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Van, e-posta: pelinyagci@yyu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1125-8045>

Öz

Kent kimliği, bir şehrin kendine özgü karakteristik özelliklerini; kent hafızası geçmişini ve kültürel mirasını, kent imajı ise dışarıdan nasıl algılandığını temsil etmektedir. Hazırlanan bu çalışma, Balıkesir ilinin kent kimliğini, kent hafızası ve kent imajına dair görsel veriler sunan, temsil kabiliyeti yüksek, turistik potansiyeli geliştirici ve pekiştirici bir unsur olması nedeniyle fotoğraflar üzerinden incelemektedir. Yarışmalar, şehirlerin tanıtımını yapmak, turizm potansiyelini artırmak, kent hafızasını korumak ve toplumsal katılımı teşvik etmek için önemli araçlar olarak değerlendirilmektedir. Fotoğraf yarışmaları da benzer biçimde şehrin özgün taraflarını ön plana çıkartırken aynı zamanda turistik açıdan da önemli bir tanıtım unsuru olarak görülmektedir. Bu çerçevede geniş kapsamlı bir seçkiye sahip olan Balıkesir Fotoğrafçılar Maratonu yarışmasında 2023 yılı derece almış ve sergilenmiş fotoğraflar çalışmaya dahil edilmiş ve analiz edilmiştir. Çalışmanın amacı objektifin ardından Balıkesir'e bakmak; kent kimliği, hafızası ve imajının görsel anlatısına ışık tutmaktır. Yapılan analiz ve yorumlamaların sonucunda Balıkesir ilinin kimliği, hafızası ve imajına bütünlüklük bir bakış sunulmakta olup kent imajının geliştirilmesi noktasında öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kent Kimliği, Kent Hafızası, Kent İmajı, Turizm Sosyolojisi, Fotoğraf Yarışması.

Makale Gönderme Tarihi: 07.12.2025

Makale Kabul Tarihi: 02.03.2026

Önerilen Atıf:

Şahin, N. N. ve Koç, P. (2026). Balıkesir'in Fotoğraf Dili: Kimlik, Hafıza ve İmaj, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(3): 126-142.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(3): 126-142. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1625>

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



RESEARCH PAPER

The Photographic Language of Balıkesir: Identity, Memory, and Image

Assistant Prof. Dr. Nur Neşe ŞAHİN, Yalova University, Armutlu Vocational School, Yalova, e-mail: nur.sahin@yalova.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0360-9631>

Assistant Prof. Dr. Pelin KOÇ, Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Tourism, Van, e-mail: pelinyagci@yyu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1125-8045>

Abstract

Urban identity represents a city's unique characteristics; urban memory represents its past and cultural heritage; and urban image represents how it is perceived from the outside. This study examines the urban identity, urban memory, and urban image of Balıkesir province through photographs, which provide visual data on these aspects, possess high representational capacity, and serve as a factor in developing and reinforcing its tourism potential. Competitions are considered important tools for promoting cities, increasing tourism potential, preserving urban memory, and encouraging social participation. Similarly, photography competitions are seen as an important promotional element from a tourism perspective, highlighting the unique aspects of a city. In this context, photographs that won awards and were exhibited in the 2023 Balıkesir Photographers Marathon competition, which has a wide selection, have been included in the study and analyzed. The aim of the study is to look at Balıkesir through the lens; to shed light on the visual narrative of its urban identity, memory, and image. As a result of the analysis and interpretations, an integrated perspective on the identity, memory, and image of Balıkesir province is presented, and suggestions are offered for improving the city's image.

Keywords: Urban Identity, Urban Memory, Urban Image, Tourism Sociology, Photography Competition.

Received: 07.12.2025

Accepted: 02.03.2026

Suggested Citation:

Şahin, N. N. and Koç, P. (2026). The Photographic Language of Balıkesir: Identity, Memory, and Image, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(3): 126-142.

GİRİŞ

“Kentler, anıların, arzuların, bir dilin işaretlerinin bir araya geldiği takas yerleridir. Bir kentte hayran kaldığın ve hep hatırlayacağın şey onun yedi ya da yetmiş harikası değil, senin ona sorduğun bir soruya verdiği yanıtıdır.”
(Calvino, 1972)

Bireyin içinde var olduğu ve kendini zamanla yeniden yapılandığı kentler; salt sokaklar, yollar, yapılar ve parklardan ibaret değildir. Fiziki birikimin ardına gizlenmiş derinlik; kolektif deneyimlerden, mekânsal hafıza alanlarından, toplumsal anlam üretiminden ve hatırlama biçimlerinden oluşur. Kent, fiziksel yapıların arka fonunda kapsayıcı ve birikimsel biçimde büyüyen, gelişen bir temsil yahut bir kimlik ve hafıza alanı olarak düşünülebilir. Bireyler açısından içinde yaşanan kentler; gündelik pratiklerin, karşılaşmaların, hatırlamaların ve duygusal bağların süregelen toplumsal inşasının sahnesi olarak tanımlanabilir. Bu noktada ‘o kentin’ ne olduğu ve ne anlama geldiği aslında birey için nasıl hatırlandığı ve anlatıldığıyla ilişkilidir. Bu anımsamaların içerisinde mimari yapılar, halka açık alanlar, turistik, kültürel pratikler ya da tarihsel olaylar olduğu kadar homojenliğin tamamen dışında, oldukça öznel, dönemsel, çatışmalı ve gerilimli bir denge bulunmaktadır. Kent, herkes için bir başka şey ifade eder. Dolayısıyla kentin imajı kenti dışarıya nasıl sunmakla ilgili ise, burada sabit bir imaj kurmak açısından ortaklaşa bir zorluktan da söz edilebilmektedir. Medyanın, turizm söylemlerinin, kültürel ve görsel ürünlerin kent imajını yeniden üretme becerisi, kentin temsil mücadelesini ve sürekli yenileşen, hitap ettiği topluma göre de farklılaşan yapısını da belirginleştirmektedir. İmaj, dışarıdakinin o kente nasıl baktığına odaklanırken aslında bir yandan da orada yaşayanların kenti nasıl gördüğünü de dönüştürebilen bir güce sahiptir. Elbette bu dönüşüm, karşılıklı bir alışverişe dayanmaktadır. Kente ait, onu niteleyen imgelerin nasıl oluştuğu ve nasıl paylaşıldığı da orada yaşayan toplumun birbiriyle kurduğu ilişkinin doğasında yatmaktadır. Bu durum, görünür olanın meşru kabul edilmesiyle ilintilidir. Fotoğraf yarışmaları da bu açıdan kentin görsel hafızasını kurumsallaştıran ve toplumsal dolaşıma sokan özgül bir pratik olarak değerlendirilmektedir. Bu gibi organizasyonlarda seçilen ve yayımlanan fotoğraflar, o kentin nasıl görüldüğünü, ne yönden görülmeye değer olduğunu ve nasıl algılandığını açıklamaya yardımcı olmaktadır. Bu süreç hem seçimleri ve yönü ön plana çıkartırken hem de estetik bir arşiv olanağı olmaktadır. Fotoğraf; kentin hafızasını, kimliğini, imajını ve tüm bunların toplumla ilişkisini okumaya izin veren bir model ortaya koymaktadır. Buradan yola çıkarak hazırlanan çalışma, kenti anlama çerçevesini bir fotoğraf yarışması çıktılarını temel alarak biçimlenmektedir. Çalışmada örneklem alınan Balıkesir Fotoğrafçılar Maratonu 2023 fotoğraf yarışması seçkileri üzerinden yapılan kent okuması, bu yönüyle çok boyutlu bir toplumsal inşanın deşifresini sunmayı hedeflemektedir.

İLGİLİ LİTERATÜR

İlk çağlardan bugüne uygarlığın üretiminin birikim ve dağıtım işlevini üstlenen kurulu sistemler olarak ele alınabilen kentler, daima değişen ve dönüşen organizmalar gibi değerlendirilmektedir. Bu değişken yapı, ilkçağlardan bugüne dek dünü bugüne ve bugünü de yarına bağlayarak devamlılık sağlayıcı, bağlayıcı bir özellik göstermektedir. Aynı zamanda kentler fiziksel olduğu kadar teknolojik, ekonomik ve sosyokültürel değişim ve dönüşümleri de içinde barındırmaktadır (Yaymoğlu ve Susar, 2008).

Kent; her eylemin düşünsel ve zihinsel arka fonunu oluşturan, ticaret, sanayi ve hizmet gibi ekonomik faaliyetlerin, her bireyi içinde barındırırken ona dönüşen ve her bireyin onda kendini bulduğu, modern toplumların örgütlendikleri, farklılıklarıyla müstesna mekânlardır (Balcioğlu,

2007; Şentürk, 2016; Aytaç, 2017). Teknoloji, ekoloji, sosyal örgütlenme biçimleri gibi faktörler kentlerin gelişimi üzerinde etkili olmaktadır. Tarihsel bağlamda ele alındığında ilk kentler tarımsal üretime uygun biçimde kurulmuşlardır. Bu alanlar, o dönemin beklentilerine uygun biçimde coğrafik koşullara sahiptir ve böylece ekolojik olarak uygun alanlarda farklı kültürler de bir araya gelebilmiştir. Öte yandan siyasi, ekonomik toplumsal düzeylerde kentleşmenin oluşabilmesi ve kent kültürünün meydana gelebilmesi, sosyal örgütlenme biçimlerine bağlı olmaktadır. Böylece ilkel dönemlerdeki tarımsal düzlem, modern toplumların nezdinde ona özgü ihtiyaçlara göre yeniden biçimlenerek kent formunun belirginleşmesine, kent yapısının büyümesine ve ihtisaslaşma gibi çağın getirilerinin ön plana çıkmasına neden olmuştur. Teknoloji de bu anlamda kentleri dönüştüren bir diğer faktör olarak düşünülebilmektedir. Kapitalist sistem; üretim, teknik, finans ve sosyal örgütlenmeler açısından etkilenecek kentin tamamına yansıyan değişimler meydana getirmiştir. Örneğin sanayi devrimi ile başlayan süreç yeni bir örgütlenme biçimini, yeni bir toplumsal yaşamı, sanayi ve ticarete odaklanan kent yapısı ve yaşantısını başlatmıştır (Aslanoglu, 2000; Ekşioğlu ve Çetintahra, 2011).

Çağın getirileri ve toplumsal kırılmalar ile gelen değişim sonucunda rekabet; küreselleşmenin en belirgin sonuçlarından biri haline gelmektedir. Üstelik bu kavram sadece ürün ya da firmaları değil, ülkeleri ve kentleri de kendi içindeki hızlı koşturmacaya sürüklemektedir. Kentler, diğer kentlerle sürekli rekabet halinde oldukları gibi, onlara karşı avantajlar elde edebilmek, dünyayı takip edebilmek ve bu kalabalıktan sıyrılabilmek için daimi bir öğrenme ve keşif süreci mecbur olmaktadır. Kentler, organik yapıya sahip canlı organizmalara benzetilebilmektedir. Öyleyse kentler; doğar, büyür hatta ölebilirler de. Bu döngünün var oluşu, kentleri de kendini tanımaya, anlamaya ve nesillerce anlatmaya ihtiyaç duyar hale getirmektedir. Binaların fonksiyon ve tasarımları, kamusal alanın durumu, altyapı kalitesi, ulaşım yeterliliği, demografik yapı, ekonomik faaliyetler gibi etmenler kentlerin düşüş ve yükseliş dönemlerini etkileyen faktörler olarak ele alınabilmektedir. Kentler, bu yoğun rekabet içerisinde ekonomisini güçlendirmek, tarihini teşhis ederek taşıyabilmek, yeni turistik ürünler geliştirebilmek, gastronomik, sanatsal, kültürel mirasını muhafaza edebilmek ve bunu tanıtabilmek adına stratejiler geliştirmek zorunda kalmaktadır. Bu noktada kentler için en önemli etkenlerden biri -kent imajı- olmaktadır (European Commision, 2000; The Urban Land Institute, 2003; Tek, 2009; Emekli, 2013). İmaj; zihinde tasarlanan, bir şeyi yeniden tanıtmak üzere duyu organlarıyla algılanmış olanın somut ya da düşünsel kopyası şeklinde tanımlanabilmekle birlikte, algı ile birlikte kavranarak işlenen bir kavram olduğu ve dolayısıyla da ideolojik, politik ve düşünsel etkilerle ilişkili olduğu söylenebilmektedir (Ekşioğlu Çetintahra, 2011). Kentin imajı ise kentin görsel niteliğiyle ilişkili bir kavramdır ve kentin belirli bir ideoloji ya da politika çerçevesinde şekillendirilmesi olarak açıklanmaktadır. İmaj, çok boyutlu bir yapıyı işaret etmektedir. Her şey için, o şey ile temasta bulunan kişi açısından duygusal ya da bağlamsal bir anlam içermesi gerekmektedir. Kent özelinde incelendiğinde o kenti diğerlerinden ayıran, kimlik-yapı ve anlam üçgeninde yeni bir bağlam oluşturabilen bileşenlerin var olması, imajın temel işleyişini işaret etmektedir. Kent imajı çalışmaları, modern dönemle gelişmiş, 17.yüzyıl Avrupa'sından dünyaya yayılan örgütlenme ve toplumsal yaşam biçimlerinin, çevre kirliliğinin, yapılaşmadaki düzensizliklerin neticesinde eskiyen ve yorulan kentlerin artması sonucunda daha da önem kazanmıştır. Yaşanan gelişme ve değişimler, kentlerin düzenlenmesi, yenilenmesi ve sorunlarının çözümüne yönelik müdahaleleri zorunlu hâle getirmiştir. Bu süreçte kent imajı kavramı ön plana çıkmış ve kentlere istenen ideoloji doğrultusunda yeni bir görünüm kazandırılmaya çalışılmıştır (Giddens, 1994; Akkar, 2006; Lynch, 2010).

1980'ler öncesinde kırsal alanı da kucaklayarak büyüyen, eğlenme, çalışma ve yaşama fonksiyonlarının birlikte planlandığı, üretim ve tüketimin gerçekleştiği mekanlar olarak ele alınabilen kentler, 80'li yıllar sonrası dönemde imajların ve göstergelerin mekanına

dönüşmüştür. Bu dönüşüm postmodernizmin etkisiyle gerçekleşmiştir. Postmodernizmin farklılıklara, parçalara odaklanan, belirlenemez, geçici ve kaostaki düzene yönelik değişim dalgası ile kentsel tasarım da etkilenmiş ve böylece postmodern döneme çok da yakışan karmaşık ve kopuk kent tasarımları karşımıza çıkmaya başlamıştır (Aslanoğlu, 2000; Tekeli, 2009). Kent imajı, kentin iyi ve kullanışlı biçimde şekillendirildiği, insana en iyi şekilde hizmet eden bir silüete kavuşturulduğu bir sonucu hedeflerken bugünün dünyasında kent imajı insan hizmetlerinden ziyade sermaye gruplarının ihtiyaç ve ideolojilerine hizmet eder halde algılanmaktadır. Örneğin sanayi kentleri, turizm kentleri, kongre kentleri gibi tanımlamalar ve söylemler ile kent imar planları üzerinden kent içinde sermaye odaklarının çıkarlarına yönelik hedefler belirlenmekte, kent imajı yaratılmaya çalışılmaktadır. Hem kentsel tasarım hem de planlama açısından sermaye ve rekabetin kısılcığında kalan kentler, kimi zaman ilkelere ve bilimsel niteliklerden koparak kent imajları içinde sıkıştırılabilmektedir (Dal ve Cin, 2002; Lynch, 2010). Bu noktada kenti anlamak, kimliğini, hafızasını ve kent mekânın toplumsal anlamını doğru biçimde anlamak, kentlerin ömrünü uzatabilecek asıl şey olmaktadır.

Kentler; toplumsal kümelerin ürünüdür ve bu yönüyle kimlikli, kendine özgü bir kişilik ve yaşam biçimine ve özgün imajlara sahip yerler olarak görülmektedir (Laborit, 1990; Alver, 2017). Kentin kimliği, kenti diğerlerinden ayırmak noktasında oldukça farklılaştırıcı bir etmen olarak değerlendirilmektedir. Kentin biricikliğini beraberinde getiren kent kimliği bir yönüyle de kentin yaşadığını vurgulamaktadır. Çünkü kent kimliği bitmiş gerçeklikleri değil; deneyimlerin, anlamların, eylemlerin, toplumsal ve bireysel etkileşimin şekillendirdiği, şekillendirmeye devam ettiği bir yapıyı işaret etmektedir. Bu yapıya dönem farklılıkları, ekonomik, kültürel, siyasi, toplumsal ilişkilene tarzları ve değişimler temas etmekte ve onu daimî olarak dönüştürmektedir. Kentlerin tarihselliği de bu noktada yeniden anlaşılmaktadır. Örneğin Türkiye’de yer alan kentler, her birinin kimliğine yakından bakıldığında dönemlere, koşullara, bağlamlara, ekonomik, siyasal ve kültürel süreçlere göre yeniden üretilen bir eskiz sunmaktadır. Bu nefes alan ve değişen kimlik meselesi, tekilliğin, sürekliliğin, özgünlüğün ve farklılaşmanın temelini oluşturmaktadır. Kent kimliği birikimli biçimde oluşmaktadır. Zaman, insanlar ve koşullar bu anlamda oldukça etkilidir. Kent mekanları zamanla değişmekte ve bu değişim kentin kimlik dokusunu da dönüştürmektedir. Kentsel mekanlarda sosyal süreçler ile mekân oluşumlarının birbirine sıkı sıkıya bağlandığı, ortak yaşam kültürünün, kolektif deneyimin, gündelik yaşamın, imgesel düzlemin birbiri içine geçtiği bir yapı meydana gelmektedir. Farklı yaşayışları, farklı fikirleri bir arada tutarak bir kültür mozaiki oluşturan kentsel mekanla, tarihsellikleriyle diğerlerinden farklı kimlikler edinmektedir (Tatlıdil, 1992; Keleş, 2005; Tatlıdil, 2009; Oktay, 2011; Ertin vd., 2015; Lynch, 2018; Aytac, 2017; Aliagaoglu, 2018).

Kent kimliğinin oluşmasında kentte paylaşılan deneyimler ve bunların aktarılması, dönemler, medeniyet ya da ulus özellikleri, egemen dini inanç, coğrafi özellikler, stereotipler, kültürel özellikler, sembolik hatlar ve sınırlar önem taşımaktadır. Örneğin Dönemsel olarak Orta Çağ kentleri, ulusal olarak Arap ya da Yunan kentleri, dini açıdan İslam kentleri ya da coğrafik olarak Akdeniz kentleri örneklendirilebilmektedir. Öte yandan Paris’in aşk şehri olması, Şikago’nun mafya merkezi olarak stereotipleştirilmesi (kalıplaştırılması) ya da sınırlara baktığımızda İzmir denince deniz, Antalya denince turizmin akla gelmesi gibi örnekler çoğaltılabilmektedir (Özbey, 2022). Kent kimliği özetle herkesin bir anlamda uzlaştığı, insanlar arasında ya da medya üzerinden aktarılacak kesinleşen bir imaj algısına da dayanmaktadır. Bu noktada Harvey’e kulak vermek gerekmektedir. Kentlerin yaşadıkları değişim neticesinde inşa edilen kimlik ve imaj; mekan ile toplumun iç içe geçmesi ve birlikte dönüşmesiyle meydana gelmektedir. Bu inşa sürecinde salt sermayenin yeniden ürettiği ve meşruiyet sağladığı bir gelişim yoktur. Kentlerin kimlik ve imajları bütünsel değerlendirilmesi gereken kavramlar olarak görülmelidir. Dolayısıyla mekânsal biçim, kentin toplumsal süreci ve demografisiyle de daima bağdaşması gereken bir

yapı çizdiği söylenebilmektedir (Lefebvre, 1991; Tekeli, 1991; Bilgin ve Uğurlar, 2010; Harvey, 2013; Alver, 2017; Ünlü, 2017).

Kentsel kimlik unsurlarının temelinde yatan bileşenler, kentleri var oldukları ilkçağlardan bugüne taşıyan, geçmiş-bugünü ve yarını birbirine bağlayan devamlılık sağlayıcı bir görev üstlenmektedir. Bireylerin kent mekanlarını algılamalarında, sınırlar, dokular, bölgeler, yollar, anıtlar, açık alanlar, meydanlar vb. fiziksel bileşenleri oluşturmaktadır. Kentsel yapıların tümü kentin geçmişi hatırlamasını, hafızanın oluşmasını, kent belleği ve kolektif hafızanın şekillenmesini sağlamaktadır. Kent kimliği, tarih ve kültür birikimi üzerinde şekillenmekte ve mekânsal ya da toplumsal değişimin kentliler üstündeki izlenimleriyle meydana gelmektedir (Saylan, 2016; Yayınoglu ve Susar, 2008).

Her birey o kentin bir yeriyle ilintili biçimde var olmakta ve kent hafızasında aslında kendi hatıralarını muhafaza etmektedir. Bellek; bireyin kavrayışını, duyumu, algı, deneyim ve algıları ile canlı muhafaza edebilme yeteneği olarak açıklanmaktadır. Bellek, kolektiftir ve bu yönüyle de kent belleği kavramı araştırılması gereken bir kavram olmaktadır. Kolektif bellekte yer eden anı, olay, kişi vb. unsurlar mekanlarla entegre olmakta ve bu şekilde anlamlandırılmaktadır. Dolayısıyla mekanlar anlamlı birer 'yer' haline gelmektedir. Bu bellek, mekân ile kentli arasındaki ilişkinin en sağlam bağlarından birini oluşturmaktadır. Kent kimliği unsurları içerisinde işte bu hafızanın, kolektif belleğin önemi oldukça büyük olmaktadır. Yapılar, sosyal ilişkilere ev sahipliği yaparak kent belleğinin asli unsurları haline gelmektedir. Bu ilişki ağı zamanla mekânı yeniden üretmekte ve kurulan iletişimin okunuşunu da değiştirmektedir. Bir toplumun oluşmasında kentsel yaşantının geçtiği caddelerin, parkların, sokakların, kent mekanlarının önemi büyüktür. Kentin yaşam döngüsü, kolektif belleğin devamlılığıyla ilişkili olmaktadır. Kent bilincinin, kent kimliğinin ve belleğin yaratıldığı ve aktarıldığı kentsel mekanlar, yeni gelenler için de kentin portresini, ruhunu ve işleyiş mekanizmasını tanıtıcı roller üstlenmektedir (Halbwachs, 1992; Hall, 1998; Sayar, 2011; Çalak, 2012; Saylan, 2016; Topaloğlu ve Beşgen, 2017). Kolektif anlamda kentsel bellekte kimi yapıların, mekanların yok olmasıyla kent kültürü ve yaşam tarzı değişebilmekte, olumsuz etkiler oluşabilmektedir. Çağın etkileri, aşırı yapılaşma, siyasi ya da ideolojik hamleler gibi birçok farklı etken neticesinde kent silüetlerinde değişimler olmakta, kent yapıları, kimlikleri tahrip edilmekte ve kent kimliği ile kentin kolektif belleği arasındaki bağ zayıflamaktadır. Bu, kentlinin kentle bağını zedelemekte ve toplumsal bir dönüşüme zemin hazırlamaktadır (Elhan, 2009; Mehmetoğlu, 2017).

Bazen kent içinde öyle yapılar ve noktalar vardır ki buralardan bahsederken direkt olarak o kent akla gelmektedir. Bu özdeşleşmiş, ikonik, anlamlı ve sembolik yapılar, kente özgünlük, kimlik ve hafıza unsuru katmaktadır. Bir yerin turistik bir çekim alanı olması için de işte bu biçimde bir özgünlük ve anlam gerekmektedir. Bölgelerdeki tarihi, dini, sanatsal, mimari, yöresel, mutfağa ait değerler, müzeler, el sanatları, zanaatlar, fuarlar, yarışmalar vb., o bölgenin çekicilik unsurları olmakta ve oraları özgün hale getirmektedir (Marangoz vd., 2010; İpar, 2011). Dünya geneline bakıldığında örneğin olimpiyatların, müzelerin, spor müsabakalarının, etkinliklerin ve yarışmaların turistleri çekmek, yatırımları arttırmak, imaj oluşturmak ve kente özgünlük katmak noktasında oldukça etkili olduğu söylenebilmektedir (Kotler ve Gertner, 2002; Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010).

Destinasyonlar, temelde seyahat ihtiyacını karşılayan, tesis ve aktivite çekiciliklerine sahip, uyumlu, ulaşımı kolay alanlar olarak ortak paydada buluşsalar da farklı unsurları da bir araya getiren, ayırıştırıcı özelliklere sahip, kendine özgü farklı kimliklere ve imaja sahip bir yapı sergilemektedirler (Şahin ve Soylu, 2020). Destinasyon imajı, görüşlerin, düşüncelerin, imge ve görsellerin interaktif biçimde etkileşimde olduğu bir sistemi işaret etmektedir. Bir yer hakkında sahip olunan karmaşık fikir, inanç, tutumların sadeleştirilmiş hali destinasyon imajını tanımlamakta ve bu imaj da turistlerin seyahat planlarında etkin bir tercih faktörü haline

gelmektedir. Destinasyon imajı, bölgenin farklı özelliklerine, rakiplerinden ayrıışan taraflarına göre biçimlenmekte, turistlerin zihninde olumlu biçimde bir konumlandırmayı açıklamaktadır (Echtner ve Ritchie, 2003; Tasci vd., 2007; Stepchenkova ve Mills, 2010; Çakmak ve Isaac, 2012; Marine-Roig ve Clave, 2016; Pike ve Kotsi, 2016).

Tüm bu eylemler kentleri markalama noktasında etkin unsurlar olarak gösterilmektedir. Doğru bir markalama, kültürel, doğal, toplumsal ve tarihsel unsurları bir araya getirerek kentin kimliğine uygun, hafızasını canlı tutan ve yansıtan doğru bir imaj yaratmak ile mümkün olabilmektedir. Görsel imaj ve semboller de bu anlamda gerçekten etkili uyarıcılar olmaktadır. Markalaşma stratejileri değerlendirilirken, coğrafi yapıya, kimliğe ve çevresel elemanlara bütünsel biçimde dikkat edilmesi gerekmektedir. Bu noktada markalaşma sürecinin; marka konumlandırma çabaları, marka kimliği oluşturma ve marka imajı kurma süreçlerinden meydana geldiği söylenebilmektedir. Markanın kimliği kent kimliğine paralel biçimde bölgenin nasıl algılanmayı arzuladığını, marka imajı ise bunun karşılığı olarak o bölgenin nasıl algılandığını açıklamaktadır (Önem ve Kılınçaslan, 2005; Kavaratzis ve Ashworth, 2005; Marangoz vd., 2010; Kaypak, 2013). Bu anlamda destinasyonların iyi bir markalamaya ihtiyaç duyduğu söylenebilmektedir. İyi bir kent ve destinasyon markalaşması da kent turizminin gelişimine öncül olmaktadır. Kent turizmi, kentteki müze, tarihi eser ziyaretlerini aşarak, kentin sanat etkinlikleri, yerel etkinlikler ve düzenlenen yarışmaları ile beslenen bir yapı sergilemektedir (Emekli, 2014).

Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte tüketiciler bağlamında destinasyon pazarlaması da dijitalleşmeden etkilenmektedir. İnternet teknolojileri ve platformları, destinasyon imajı bağlamında da uygun bir platform olarak görülmektedir. Teknolojinin etkisiyle destinasyon imajı ve kaynakları hem daha kolay ulaşılabilir hem de daha karmaşık bir hale gelmekte böylece yeniden anlamlandırılmaktadır. Bugünün dünyasında destinasyona ait internette bulunan her şey, onun imajının bir parçası haline gelmektedir (Govers ve Go, 2002; Dwivedi, 2009; Zhou, 2014). Özellikle görsel öğelerin yayılmasındaki hız ve kolaylık, bireyler açısından dünyayı nasıl gördüğünü anlatmanın, onu deneyimlemenin ve onu nasıl hatırlayacak olmanın bir yolu haline gelmekte, destinasyon imajını ve dolayısıyla seyahat kararlarını etkileyerek turizm faaliyetini de dönüştürmektedir. Destinasyonlara ait internette yer alan fotoğraflar mevcut turist açısından bir çekicilik unsuru yaratarak destinasyonlar için vazgeçilmez bir unsur haline gelmektedir. Seyahatin en temel motivasyonlarından biri görsel çekicilikler olup, turistik ürünün soyut yapısını somutlaştıran çıktılar üretebilmektedir. Dolayısıyla destinasyonların markalamasında, destinasyon imajı oluşturulmasında, kent kimliğinde ve hafızasının incelenmesinde içerik analizleri içerisinde görsellerin de önemi giderek artmaktadır (Lothian, 1999; Urry, 2009; Çakmak ve Isaac, 2012; Hao vd., 2015; Lo ve McKercher, 2015).

Destinasyon imajı bağlamında kent kimliğini tanımak ve okumak üzerine fotoğrafları inceleyen araştırmalar günden güne artmaktadır. Broşür gibi görsel materyallerin incelenmesi (Jenkins, 2003; Hunter, 2008), seyahat edenlerin bir bölgede çektikleri fotoğrafların incelenmesi (Jutla, 2000; Garrod, 2008) ya da bir yerin çevrimiçi görsellerinin incelenmesi (Gali ve Donaire, 2015; Hao vd., 2017; Bayram vd., 2017) literatürde karşımıza çıkmaktadır. Destinasyona ait çevrimiçi ulaşılabilen fotoğraflar üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde genel çerçevede; bu fotoğrafların destinasyon imajının bilişsel boyutunu temsil ettiği (Mak, 2017), yerel kültürü yansıttığı, ipuçları içerdiği ve destinasyon imajının taşıyıcısı olduğu (Sparks ve Wang, 2014), fotoğraflarda yer alan imgeler, yerler ve unsurlar ile destinasyon imajının yeniden şekillendiği ve yenilenebildiği (Gali ve Donaire, 2015) gözlenmektedir.

Bu bağlamda yarışmaların destinasyon kimliğine, kolektif hafızaya, destinasyon markalaşması ve imajına bütünsel olarak olumlu etkisi olduğu söylenebilmektedir. Örneğin bu yarışmaların destinasyon pazarlaması açısından turistlerle etkileşimi arttırdığı, bilinirliği yükselttiği (Kurt vd.,

2017), iyi bir imaj güçlendiren unsur olduğu (Yazıcı Ayyıldız, 2019), önemli gelir kaynakları olduğu, ziyaret kararında etkili olduğu, yarışmaya katılmanın tüketiciler için motive edici bir faktör olduğu (Koç ve Yıldırım, 2021), turizm çekiciliği, imaj yaratma noktasında önemli bir unsur olarak görülebileceği (Marangoz vd., 2010; İpar, 2011), turizm sezonunu uzatma ve çeşitlendirmede, turistik talebi eşit dağıtmada, farkındalığı arttırmada, medyada merak uyandırmada etkisi olduğu (Getz, 1997; Karagöz, 2006; Yıldırım, 2018), nüfus bağlılığını teşvik ettiği, destinasyon pazarlamasına katkısı olduğu (Lorincz vd., 2021), stratejik pazarlama açısından önemli bir eylem olduğu (Gorlner ve Ritchie, 2009), popüleritesini kaybeden ya da çekiciliği azalan destinasyonun yeniden canlandırılmasında etkili olabildiği (WTO, 2017) söylenebilmektedir. Hazırlanan çalışma da buradan yola çıkarak kentin kolektif belleğini, kent imajını yansıta bilirliliği açısından Balıkesir Fotoğrafçılar Maratonu 2023 (son düzenlenen) fotoğraflarını inceleme altına almaktadır. Düzenlenen bu yarışma üzerinden derecelendirilen fotoğraflar analiz edilerek Balıkesir ilinin dijital destinasyon imajının nasıl algılandığına dair yorumlar geliştirilerek Balıkesir sosyolojik bir çerçevede bütünsel olarak analiz edilmektedir.

YÖNTEM

Çalışmanın örnekleminin çekildiği Balıkesir Fotoğrafçılar Maratonu 2023 fotoğraf yarışması; *“Kuva-yı Milliye Şehri Balıkesir’in fotoğraf sanatının görsel gücüyle şehrin kültürel, tarihi ve doğal zenginliğinin tanıtımını yapmak”* konusuyla düzenlenmektedir. Yarışma, kendi sitesinde verdiği bilgilere göre yarışma Balıkesir Kent Konseyi, Balıkesir Büyükşehir Belediyesi ve Balıkesir Fotoğraf Sanatı Derneği iş birliği ve Türkiye Fotoğraf Sanatı Federasyonu (TFSF) desteği ile düzenlenmektedir. Yarışmanın amacı; Tarihi Ören Yerleri, Yaban Hayatı, Doğal Güzellikler, Tarım, Turizm ve Balıkesir’de yaşamı göstermek olarak belirtilmektedir (Balıkesir Fotoğrafçılar Maratonu, 2023). Çalışmada, Balıkesir Fotoğrafçılar Maratonu yarışmasında 2023 yılı derece almış ve sergilenmiş fotoğraflar (100) çalışmaya dahil edilmiştir. Her bir fotoğrafa bir numara verilerek *dokümanlar* oluşturulmuş NVivo nitel veri analiz programında bir veri setine dahil edilmiştir. Böylece veriler *içerik analizine* hazır hale getirilmiştir. Kodlama sürecinde görselin içeriğinin birden fazla kodu barındırdığı durumda, tüm kodlar için ayrı ayrı kodlama yapılmıştır. Kodlar doğrudan verilerden üretilmiştir. Potter ve Levine-Donnerstein (1999)’a göre ön test olarak tema isim ve tema görsellerine dair kurallar geliştirilmiştir. İki kodlamacı kendine göre iki farklı zamanda farklı kodlar türetmiş sonrasında ise kodlama konusunda deneyimli fakat araştırmaya dahil olmayan üçüncü bir kodlamacı bağımsız olarak yeniden kodlama yapmıştır. Bu tekrarlar neticesinde tekrarlanabilir, kararlı ve kesin kodlara ulaşılmaya çalışılmış (Krippendorff, 2013), kodların %95 oranında benzediği görülmüş ve eşleşen kodlamalar kabul edilmiştir. Kodlarda ön planda olan, baskın imgeye sahip kodlar seçilmiş, karışıklığa yer vermemesi adına sadeleşmeye gidilmiştir. Kodlar, verilerden yola çıkılarak kavramlar üzerinden üretilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Kodlanan fotoğraflar üzerinden bu yaklaşım neticesinde üç ana tema altında 16 koda ulaşılmıştır. Çalışmanın ikinci kısmında ise tekrar kodlama yapılarak bu kez insan teması altında daha sosyolojik bir arayış gerçekleşmiştir. Buna göre de fotoğraflar içerisindeki insan temsilleri, yaşlılık, gençlik, çocuklar, yalnızlık gibi nemalandırılmıştır. Bulgular kısmında her iki kısma ait temalar ve içerdikleri kodlar tablo ve grafikler halinde paylaşılmakta ve yorumlanmaktadır. Hazırlanan çalışma yalnızca özet metin olarak IV. Ulusal Balıkesir Turizm Kongresinde sunulmuş, tam metin ise yalnızca bu yayının kapsamında paylaşılmaktadır.

BULGULAR

Çalışmanın analiz kısmında ilk olarak fotoğraf kodlarının dağılımına göre üç ana tema belirlenmiştir. Bu temalar yukarıdaki grafiğe göre Turistik çekicilikler, Gündelik Yaşam ve

Üretim temalarıdır. Temalardan en fazla % 35 ile Üretim temasında fotoğraf sıklığı görülmüştür. Üretim temasını birbirine çok yakın olmakla beraber Gündelik Yaşam %33 ve Turistik Çekicilikler %32 takip etmektedir. Temalar üzerinden öncelikle Balıkesir ilinin bir Üretim kenti olduğu algısı oluştuğu söylenebilmektedir. Gündelik yaşam teması içerisinde de köy hayatının baskınlığı, Balıkesir hakkındaki yaygın görüşlere de uygun biçimde gözlenmektedir (Balıkesir Valiliği, 2018).

Grafik 1: Temaların Yüzdelik Dağılımı



Tablo 1: Fotoğrafların Tematik Kod Frekans Tablosu

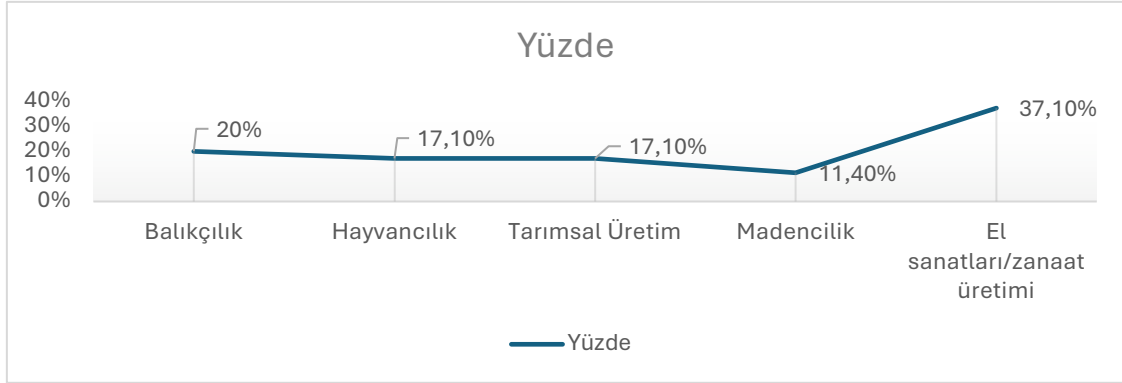
Tema	Kod	Frekans
Turistik Çekicilikler		32
	Çamlık Tepesi	4
	Deniz Manzarası	3
	Dini Doku ve Değerler	4
	Göl Manzarası	4
	Tarihi Hamam	1
	Saat Kulesi	1
	Tarihi Yapılar, Doku ve Mimari	8
	Termal	3
	Tren Garı	2
Gündelik Yaşam		33
	Kent Yaşamı	6
	Köy Yaşamı	27
Üretim		35
	Balıkçılık	7
	Hayvancılık	6
	Tarımsal Üretim	6
	Madencilik	4
	El Sanatları/Zanaat Üretimi	13

Yukarıdaki tabloda fotoğraflar üzerinden belirlenmiş 16 adet kodun tekrar aralıkları izlenmektedir. Kodlar arasında en yüksek tekrar sırasıyla Köy yaşamı ve El Sanatları/Zanaat üretiminde görülmektedir. En az temsil ise Tarihi hamam, Saat Kulesi ve Tren Garı kodu üzerinden gerçekleşmiştir. Kodların fotoğraflardaki sıklığına bakıldığında Turistik Çekicilikler temasının, altında kod sayısı oldukça fazla olmasına rağmen anca Gündelik Yaşam'a yetişerek üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Bu yönüyle kodlar üzerinden yorum yapılacak olursa Balıkesir'in imajını, kimliğini ve hafızasını yansıtan fotoğraflar içerisinde sahip olduğu turistik çekiciliklerinin yetersiz kaldığı söylenebilmektedir.

Balıkesir'in kent merkezinde yer alan kimi tarihi-turistik noktaların kent merkezinde oldukça göz önünde olmasına rağmen belirgin biçimde az fotoğraflanmış olması, kent hafızası alanlarının yeterince temsil kabiliyeti edinemediği şeklinde yorumlanabilmektedir. Tarihi yapılar, Doku ve Mimari kısmında daha çok ilçelerde yer alan tarihi noktaların ve köprüler gibi alanların olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Ayrıca Balıkesir'in kendini belirginleştirdiği termal de yalnızca 3 fotoğrafta yer bularak geri planda kalmıştır. En yüksek frekansa sahip olan El

sanatları/zanaat üretiminde en çok halıcılığın görüldüğü söylenebilmektedir. Balıkesir'in genel çerçevede köy yaşamının ezici biçimde ağır bastığı, balıkçılık, hayvancılık, tarımsal üretim ile öne çıkan; kent merkezi dışındaki ilçelerdeki tarihi yoğunluğu ve kent mimari unsurları ile (köprüler, çarşılar) ön plana çıkan bir profil çizdiği görülmektedir.

Grafik 2: Üretim Temasında Kodların Yüzdesel Dağılımı

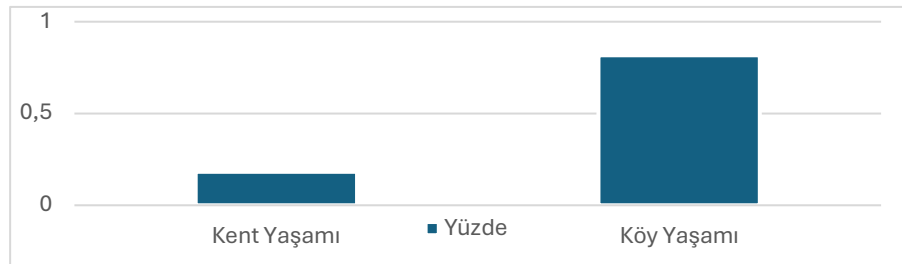


Temalar özel olarak kendi içinde incelendiğinde ise üretim temasında 35 fotoğraf yer aldığı, bunlar içinde; balıkçılık (7), hayvancılık (6), tarımsal üretim (6), madencilik (4) ve el sanatları/zanaat üretimi (13) kodlarının yer aldığı görülmektedir.

Üretim teması içerisinde en yüksek yüzde değere bakıldığında %37.1 ile El Sanatları/Zanaat üretiminin ve daha sonrasında da %20 ile balıkçılığın baskın olduğu görülmektedir. Hayvancılık ve Tarımsal üretim. %17.1, Madencilik ise %11.4 ile Üretim teması altında fotoğraflar içerisinde yer bulmuştur. El sanatları/Zanaat üretimi içerisinde süpürgecilik, tenekecilik ve halıcılık gözlenmiştir. Bunlar arasında en fazla tekrarlanan zanaat alanı ise halıcılık olmuştur.

Gündelik yaşam teması altında ise Kent yaşamı ve Köy yaşamı olarak iki kod belirlenmiştir. Gündelik yaşam temasında 33 fotoğraf yer almaktadır. Bunların içinde ise; kent yaşamı (6) ve köy yaşamı (27) kodları incelendiğinde baskın biçimde %81.8 oranıyla Köy yaşamının göze çarptığı ve %18.2 ile kent yaşamını gölgede bıraktığı söylenebilmektedir. Bu profil ile Balıkesir, köy yaşamıyla öne çıkan bir kent izlenimi vermektedir.

Grafik 3: Gündelik Yaşam Ana Temasının Alt Temalarının Yüzdesel Dağılımı

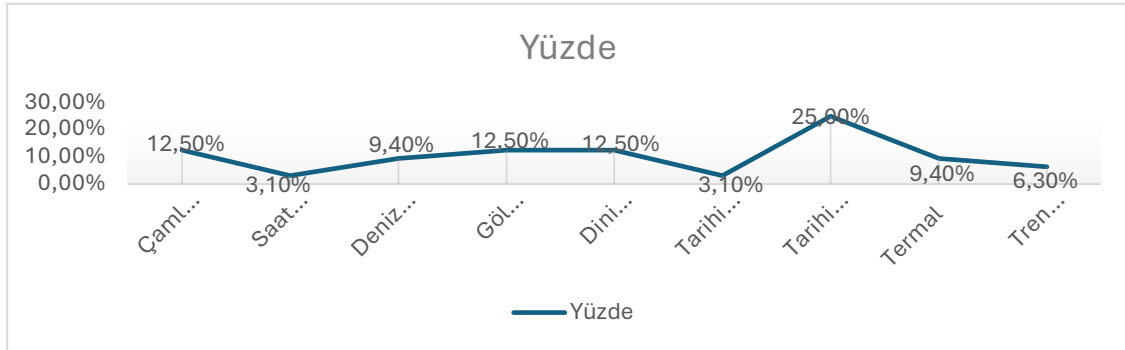


Gündelik yaşam teması altında ise Kent yaşamı ve Köy yaşamı olarak iki kod belirlenmiştir. Gündelik yaşam temasında 33 fotoğraf yer almaktadır. Bunların içinde ise; kent yaşamı (6) ve köy yaşamı (27) kodları incelendiğinde baskın biçimde %81.8 oranıyla Köy yaşamının göze çarptığı ve %18.2 ile kent yaşamını gölgede bıraktığı söylenebilmektedir. Bu profil ile Balıkesir, köy yaşamıyla öne çıkan bir kent izlenimi vermektedir.

Son olarak Turistik çekicilikler teması altında da 32 adet fotoğraf bulunmaktadır. Bunlar içerisinde; çamlık tepesi (4), deniz manzarası (3), dini doku ve değerler (4), göl manzarası (4), tarihi hamam (1), saat kulesi (1), tarihi yapılar, doku ve mimari (8), termal (3) ve tren garı (2)

kodlarıyla fotoğraflar yer almaktadır. Temanın kendi içindeki yüzdelik dağılımına bakıldığında ise %25 ile Tarihi Yapılar, Doku ve Mimari kodunun baskın olduğu söylenebilmektedir. Bu kod içerisinde tarihi çarşılar, köprüler ve ilçelerde yer alan tarihi alanlar yer almaktadır. Hemen arkasından ise %12.5 ile Göl manzarası, Dini Doku ve Değerler ve Çamlık Tepesinin temsillerinin yer aldığı görülmektedir. Buradan yola çıkarak turistik bağlamda kent merkezinin oldukça zayıf kaldığı, neredeyse hiç temsil edilemediği söylenebilmektedir. İlçeler, Balıkesir açısından daha fazla turistik potansiyele sahip görülmektedir. Kent merkezindeki logo, saat kulesi ve tarihi hamam; temsil aralığı ile şaşırtmaktadır. Öte yandan henüz yeni inşa edilmiş olan Çamlık tepesinin merkezin tarihi ve turistik bilinen noktalarından fazla fotoğraflanmış olması, kent imajının ve kimliğinin dönemsel olarak kentin politik konumlanışına, yönetim biçimine ve ideolojik biçimde değişimine atfedilebilmektedir. Çalışmanın bu kısmından sonra sosyolojik bağlamda detay veri elde edilmesi amacıyla katılımcıların katıldıkları yerler incelenmiş, ayrıca fotoğraflardaki insan figürüne göre fotoğraflar ikinci kez kodlanmıştır.

Grafik 4: Turistik Çekicilikler Teması Kodlarının Yüzdesel Dağılımı



Katılımcıların yerlerine göre dağılıma bakıldığında 96 katılımcının yalnızca 26'sının Balıkesir'den başvurduğu görülmüştür. Bu sonuçtan yola çıkarak düzenlenen yarışmanın Balıkesir'i dışarıdan bir göz ile görebilme kabiliyetinin olduğu söylenebilmektedir. Devamında ise yeniden kodlama sonucunda; 76 ögede ana figür ve yan figür olarak insan kullanıldığı görülmüştür. 58 fotoğrafta doğrudan olarak kadrajda ana unsur insan figürü kullanılmıştır. Bu 58 fotoğrafın 17 tanesi üretim, 4 tanesi Turistik Çekicilikler içerisinde yer almış olup; Gündelik Yaşam teması içerisinde de 37 (28 tanesi köy yaşamı, 9 tanesi kent yaşamı alt temasıyla) insan odaklı fotoğraf tespit edilmiştir. Üretim teması içerisinde 1 adet genç erkek, 6 adet yaşlı kadın, 10 adet yaşlı erkek fotoğrafın temel figürü olarak görülmektedir. Üretim temasında seçilen insan figürlerinde en belirgin şey ise yaşlılık olmaktadır. Ayrıca tüm figürler tek başlarına yalnız biçimde fotoğrafa konu edilmiştir. Turistik Çekicilikler teması içinde 2 çocuk, 1 genç kadın ve 1 genç erkek yer almaktadır. Bu tema altında direkt olarak kullanılan insan figürü oldukça az tespit edilmiş, genellikle mekân çekimlerine yer verilmiştir.

Gündelik yaşam teması ise 'insan' çekimlerinin en çok olduğu tema olarak tespit edilmiştir. Gündelik yaşam teması içinde yer alan kent yaşamı alt temasında, 3 yaşlı erkek, 2 genç erkek, 1 çocuk ve 3 kadın figürü fotoğraflanmıştır. Kent yapıları da genellikle insanı arka fonda tutarak ya da tek başına fotoğraflanmıştır. Bu tema içinde Köy yaşamı alt teması ise en baskın temsile sahip görülmüştür. Tema içinde 17 yaşlı kadın, 1 genç erkek, 1 çocuk ve 9 yaşlı erkek fotoğraflanmıştır. En fazla yaşlı figür köy yaşamı kodunda (26 adet fotoğrafta) tespit edilmiştir. Köy yaşamı aynı zamanda kadın figürünün de ön planda olduğu bir alt tema olarak karşımıza çıkmaktadır. Buradan yola çıkarak; toplamda 53 fotoğrafta yaşlı figürler işlendiği, bu figürlerin çoğunlukla yalnız biçimde tercih edildiği ve Balıkesir'in köy yaşamında üreten ve yaşlı emekçi figürün ağır bastığı söylenebilmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hazırlanan çalışma, Calvino (1972)'nin "Bir kentte hayran kaldığın ve hep hatırlayacağın şey onun yedi ya da yetmiş harikası değil; senin ona sorduğun bir soruya verdiği yanıtıdır" cümlesinden yola çıkarak Balıkesir'e 'nasıl bir kettir?' sorusunu sorarak başlamıştır. Çalışmada Balıkesir'in nasıl algılandığı, kimlik, imaj ve hafıza bağlamında nasıl görüldüğü tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma 2023 Balıkesir Fotoğrafçılar Maratonu 2023 ilk 100 seçkisini veri seti olarak seçmiştir. Yarışmanın genel hedefi birincil ağızdan '*Kuva-yı Milliye Şehri Balıkesir'in fotoğraf sanatının görsel gücüyle şehrin kültürel, tarihi ve doğal zenginliğinin tanıtımını yapmak*' olarak belirtilen bir yarışmadır. Bu nedenle Balıkesir'in kültürel bağlamda kimliğini anlamak, tarihsel hafızasını gözlemlemek ve zenginliğinin nasıl algılandığını anlamak noktasında fotoğraflar üzerinden derin bir okuma gerçekleştirilmiştir. Yarışmanın kendi söylemi dikkate alınarak seçilen fotoğrafların Balıkesir'in katılımcılar tarafından görünen ve gösterilen biçimde kentin kültürel, tarihi ve doğal zenginliğinin temsil gücüne sahip olduğu kabul edilerek yarışma kapsamında sergilenen 100 fotoğraf üzerinden analizler yapılmıştır. Çalışmada 96 başvuru üzerinden 100 fotoğraf seçkiye girmiştir. Bu başvurular içerisinde yalnızca 26 kişinin Balıkesir'den yarışmaya katıldığı geri kalanların ise diğer illerden başvuru yaptıkları görülmüştür. Buradan yola çıkarak seçkideki fotoğrafların çoğunluğunun Balıkesir'de yaşamayan kişiler tarafından çekilmiş olması ile, seçkinin Balıkesir iline dışarıdan bir göz olarak perspektif sağlayabildiği yorumu yapılabilmektedir.

Çalışma içerisinde fotoğraflar güvenilir biçimde kodlanarak 3 ana tema ve 16 temel kod belirlenmiştir. Üretim, Turistik Çekicilikler ve Gündelik Yaşam üç temel temayı oluştururken en fazla kod ise Turistik çekicilikler teması altında yer almıştır. Buna rağmen sonuçlara bakıldığında fotoğraflardaki dağılıma göre en fazla üretimde yoğunlaşma olduğu görülmüştür. Çok fazla koda sahip olmasına rağmen Turistik çekicilikler ancak üçüncü sırada yer alabilmektedir. Buradan yola çıkarak Balıkesir'in ilk etapta bir üretim şehri olarak görüldüğü söylenebilmektedir. Fotoğraf yoğunluğuna bakıldığında Balıkesir'in imajını, kimliğini ve hafızasını yansıtan fotoğraflar içerisinde sahip olduğu turistik çekiciliklerinin yetersiz kaldığından bahsedilebilmektedir. Balıkesir'in kent merkezinde yer alan kimi tarihi-turistik noktaların kent merkezinde oldukça göz önünde olmasına rağmen belirgin biçimde az fotoğraflanmış olması, kent hafızası alanlarının yeterince temsil kabiliyeti edinemediği şeklinde yorumlanabilmektedir.

Balıkesir'in genel çerçevede köy yaşamının ezici biçimde ağır bastığı, balıkçılık, hayvancılık, tarımsal üretim ile öne çıkan; kent merkezi dışındaki ilçelerdeki tarihi yoğunluğu ve kent mimari unsurları ile (köprüler, çarşılar) ön plana çıkan bir profil çizdiği de bir diğer öncelikli sonuç olarak söylenebilmektedir. Üretim teması içerisinde en baskın oran El sanatları/zanaat üretimi noktasında olmaktadır. Zeytin ve Zeytinyağı ile ünlü Balıkesir'in bu yönünün fotoğraflarda neredeyse hiç olmaması ise şaşırtıcı bulunmaktadır. Gündelik yaşam temasında ise baskın olan kod köy yaşamı olmaktadır. Kent yaşamıyla öne çıkamayan Balıkesir için kent merkezinin özellikle yeniden gözden geçirilerek kimlik ve imaj çalışmaları yapılması gerektiği düşünülmektedir. Son olarak Turistik çekicilikler teması altında yer alan fotoğraflar içerisinde yüzdelik dağılımına bakıldığında ise %25 ile Tarihi Yapılar, Doku ve Mimari kodunun baskın olduğu söylenebilmektedir. Bu kod içerisinde tarihi çarşılar, köprüler ve ilçelerde yer alan tarihi alanlar yer almaktadır. Hemen arkasından ise %12.5 ile Göl manzarası, Dini Doku ve Değerler ve Çamlık Tepesinin temsilleri görülmektedir. Buradan yola çıkarak turistik bağlamda kent merkezinin oldukça zayıf kaldığı, neredeyse hiç temsil edilemediği söylenebilmektedir. Kent merkezindeki logo, saat kulesi ve tarihi hamamın yok seviyesinde temsil edilmesinin yanı sıra henüz yeni inşa edilmiş olan Çamlık tepesinin Balıkesir'in çok bilinen noktalarından fazla fotoğraflanmış olması, kent imajının ve kimliğinin dönemsel politik ve ideolojik değişimine

yorulabilmektedir. Literatür içerisinde de benzer biçimde kentlerin imajlarının ya da kimliklerinin dönemin siyasi çıkarları ya da baskın ideolojilerince kent silüeti değiştirilerek, kentsel tasarım farklılaştırılarak yeniden yaratılabileceği söylenebilmektedir (Dal Cin, 2022; Özbey, 2022; Lynch, 2010).

Verilerin detaylandırılması adına 'insan' teması üstünden ikinci kodlamaya giren fotoğraflarda 76 ögede insan figürünün yer aldığı görülmüştür. İnsan figürünü doğrudan biçimde işleyen fotoğraf sayısı ise 58 olarak tespit edilmiştir. Bu fotoğraflar incelendiğinde fotoğraflarda yer alan insan figürlerinin çoğunluğunun yaşlı ve yalnız fotoğraflandığı söylenebilmektedir. Ayrıca en çok insan figürü köy yaşamı içerisinde yer almakla birlikte 'yaşlı kadın' teması da göze çarpmaktadır. Buradan yola çıkarak Balıkesir ilinin köy yaşamı ile öne çıktığı, figürlerin ise yaşlı, emekçi yaşlılardan oluştuğu söylenebilmektedir. Çalışma kapsamında ilgili kamu birimleri ya da kamu-özel sektör iştiraklerine karşı yapılabilecek öneriler ise aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

- Balıkesir imajının gençleştirilmesi ve buna yönelik tanıtımların, proje ya da yarışmaların yapılması ve imajın yeniden düzenlenmesi,
- Balıkesir Kent merkezinin turistik ve tarihi bilinirliğinin artırılması, gerekirse ilçeye gelen ziyaretçilerin merkezi ziyaret etmelerine yönelik program ve tanıtımların yapılması ve böylece bilinirliğin yükseltilmesi,
- Zayıf kalan kent merkezinde ikonik fotoğraf alanlarının ya da dikkat çekici noktaların yaratılması ve kent merkezinin canlandırılması,
- Kent merkezi ve ilçelerde yer alan hafıza alanlarının tespit edilmesi ve buraların tanıtımının artırılması,
- Kent kimliğine uygun, kent hafızasını canlı tutacak biçimde bir kentsel dönüşüm yapılması, hafıza mekanlarının yerlerine kent ruhunu yansıtmayan yapıların yerleştirilmemesi ve kent silüetinin bozulmaması önerilebilmektedir.

Çalışma; araştırmaya konu aldığı yarışma verileriyle sınırlıdır. Oluşturduğu altyapı göz önünde bulundurularak gelecekte aynı bölgedeki farklı yarışma verileriyle karşılaştırmalı verilere destek sağlayabilir. Benzer şekilde yapılacak çalışmalar için de hem yöntem hem de literatür desteği sunmayı hedeflemektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: 1. Yazar %70 oranında, 2. yazar %30 oran oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Akkar, M. Z. (2006). Kentsel dönüşüm üzerine Batı'daki kavramlar, tanımlar, süreçler ve Türkiye. *Planlama*, 36: 29-38.

- Aliağaoğlu, A. (2018). Türkülerde Erzurum: bir şehir kimliği çalışması, *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (44): 14-25.
- Alver, K. (2017). Kent imgesi. *Kent Sosyolojisi*. (Edt. Köksal Alver) Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Aslanoğlu, R.A. (2000). *Kent, Kimlik ve Küreselleşme*. (2. Baskı). Bursa: Ezgi Kitabevi. 14-105.
- Aytaç, Ö. (2017). Kent mekânlarının sosyo-kültürel coğrafyası, *Kent Sosyolojisi* (Ed. Köksal Alver) Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Balcioğlu, İ. (2007). *Sosyal ve Psikolojik Açından Göç*. İstanbul: Elit Kültür Yayınları.
- Balıkesir Valiliği (2018). Tarım ve Hayvancılık Balıkesir'in Vazgeçilmezi. Url: <http://www.balikesir.gov.tr/tarim-ve-hayvancilik-balikesirin-vazgecilmezi>. (Erişim Tarihi: 10.02.2024.)
- Balıkesir Fotoğrafçılar Maratonu (2023). Url: <https://tfsfonayliyarismalar.org/tr/yarisma/detay/balikesir-fotografcilar-maratonu-2023-tr>, (Erişim Tarihi: 05.01.2024)
- Bayram, M., Keleş, Y., ve Bayram, Ü. (2017). Çevrimiçi fotoğraflar üzerinden görsel destinasyon imajının incelenmesi: Erzincan doğa sporları örneği. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4: 15-26.
- Bilgin, N. ve Uğurlar, P. (2010). İzmir ve İzmirliyle ilişkin algı ve temsiller, *İzmirli Olmak Ekim 2010 Sempozyum Bildirileri içinde*. (ss: 22-24). İzmir.
- Calvino, I. (1972). *Görünmez Kentler*. (19. Baskı) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Çakmak, E. and Isaac, R. K. (2012). What destination marketers can learn from their visitors' blogs: an image analysis of Bethlehem, Palestine. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1), 124-133.
- Çalak, I. E. (2012). Kentsel ve kolektif belleğin sürekliliği bağlamında kamusal mekanlar: Ulap Platz örneği, *Tasarım ve Kuram*. 13: 34-47.
- Dal Cin, A. (2002). The role of urban design in creating the urban environment. 1. *Uluslararası Kentsel Tasarım Buluşması bildirileri içinde* (S. 53-70). İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi Yayınları.
- Dwivedi, M. (2009). Online destination image of India: a consumer-based perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(2): 226-232.
- Echtner, C. M., Ritchie, J. R. (2003). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1): 37-48.
- Ekşioğlu Çetintahra, G. (2011). Kent imajı yaratma sürecinde kentsel tasarım ve planlamanın sorgulanması. *İdealkent*, 3: 158-171.
- Elhan, S. (2009). Kentsel bellek bağlamında sanayi mirasının değerlendirilmesi: İstanbul Haliç örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Emekli, G. (2013). Öğrenen turizm bölgeleri yaklaşımı ve kent turizmi-öğrenen turizm bölgeleri, kentler ve kent turizmine kuramsal yaklaşım, 3. *Uluslararası Coğrafya Sempozyumu bildiriler içinde* (ss.381-392). Antalya.
- Emekli, G. (2014). Öğrenen turizm bölgeleri, kentler ve kent turizmine kuramsal yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 20/2 (2011), 27-39.

- Ertin, D. G., Zülfikar, H. C. ve Atik, D. (2015). Kent kimliğinin kentsel peyzaj bağlamında değerlendirilmesi: Edirne Örneği, 9. Uluslararası Sinan Sempozyumu bildirileri içinde, 21-22 Nisan, Edirne.
- European Commission. (2000). Towards quality urban tourism, integrated quality management (iqm) of urban tourist destinations, Brussels: European Communities Publications.
- Galí, N. and Donaire, J. A. (2015). Tourists taking photographs: the long tail in tourists' perceived image of Barcelona. *Current Issues In Tourism*, 18(9): 893-902.
- Garrod, B. (2008). Exploring place perception a photo-based analysis. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 381-401.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corp.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution and Research, *Tourism Management*, 29(3): 403-428.
- Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları*. (E. Kuşdil, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giritlioğlu, İ. ve Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin turistik bir ürün olarak pazarlanması, örnek şehirler ve Türkiye'deki şehirler üzerine öneriler (derlemeden oluşmuş bir uygulama), *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (4): 74-89.
- Goeldner, C. R. and Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons, Australia.
- Govers, R. and Go, F. M. (2002). Deconstructing destination image in the information age. *Information Technology & Tourism*, 6(1): 13-29.
- Halbwachs, M. (1992). *On Collective Memory*, Chicago: University of Chicago.
- Hao, X., Wu, B., Morrison, A. M. and Wang, F. (2015). Worth thousands of words? Visual content analysis and photo interpretation of an outdoor tourism spectacular performance in Yangshuo-guilin, China. *Anatolia*, 27(2): 201-213.
- Harvey, D. (2013). *Sosyal Adalet ve Şehir*. (Çev. Mehmet Morali). İstanbul: Metis Yayınları.
- Hunter, W. C. (2008). A typology of photographic representations for tourism: depictions of groomed spaces. *Tourism Management*, 29(2): 354-365.
- İpar, M. S. (2011). Turizmde destinasyon markalaşması ve İstanbul üzerine bir uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Jenkins, O. (2003). Photography and travel brochures: the circle of representation. *Tourism Geographies*, 5(3): 305- 328.
- Jutla, R. S. (2000). Visual image of the city: Tourists' versus residents' perception of Simla, a hill station in northern India. *Tourism Geographies*, 2(4): 404-420.
- Karagöz, D. (2006). *Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Kavaratzis, M. and Ashworth G.J. (2005). City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick, *tijdschrift voor economische en sociale. Geografic*, 96(5): 506-514.
- Kaypak, Ş. (2013). Küreselleşme sürecinde kentlerin markalaşması ve marka kentler, *C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1): 335-355.

- Keleş, R. (2005). Kent ve kültür üzerine. *Mülkiye Dergisi*, 29(246): 9-18.
- Kotler, P. and Gertner, D. (2002). Country as brand, product and beyond: a place marketing and brand management perspective. *Brand Management*, 9 (4-5): 249-261.
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology* (3rd Edition). Usa: Sage.
- Kurt, S., Aktuna, H.C. ve Hassan, A. (2017). Akdeniz Çanağındaki Ülkelerin Destinasyon Pazarlama Örgütlerinin Twitter Kullanım Etkinliğinin Değerlendirilmesi: Türkiye, Yunanistan, İtalya, İspanya ve Fransa. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4 (Special Issue 1), 156-168.
- Laborit, H. (1990). *İnsan ve Kent*. (Çev. Bertan Onaran). İstanbul: Payel Yayınları.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. United Kingdom: Blackwell Publishing.
- Lo, I. S. and Mckercher, B. (2015). Ideal image in process: online tourist photography and impression management. *Annals of Tourism Research*, 52: 104-116.
- Lőrincz, K., Kruppa-Jakab, É., Szabó, R., and Csapó, J. (2021). Green branding as a tool and future potential for destination marketing: implications from a case study in Veszprém, Hungary. *Society and Economy*, 43(3): 253-269.
- Lothian, A. (1999). Landscape and the philosophy of aesthetics: is landscape quality inherent in the landscape or in the eye of the beholder?. *Landscape And Urban Planning*, 44(4): 177-198.
- Lynch, K. (2010). *Kent İmgesi*. (Çev. İ. Başaran). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Mak, A. H. (2017). Online destination image: comparing national tourism organisation's and tourists' perspectives. *Tourism Management*, 60: 280-297.
- Marangoz, M., Önce G., ve Çelikhan, H. (2010). Şehirlerin markalaşması ve şehir markası oluşturmada sembol yapılar: çanakkale örneği. (Editörler: Muharrem Öztel ve Hüseyin Burgazoğlu). 2. *Uluslararası Trakya Bölgesi Kalkınma Girişimcilik Sempozyumu Bildiriler Kitabı* içinde (ss.679-698). Kırklareli.
- Mehmetoğlu, E. (2017). İzmir kent belleği. Yayınlanmamış doktora tezi. Ege Üniversitesi, İzmir, 228.
- Oktay, D. (2011). Kent kimliğine bütüncül bir bakış. *İdealkent Dergisi*, 2(3): 8-19.
- Önem, A. B. ve Kılınçaslan, İ. (2005). Haliç bölgesinde çevre algılama ve kentsel kimlik, *İtüdergisi/A Mimarlık, Planlama ve Tasarım*, 4(1): 115-125.
- Özbey, K. (2022). Kent, mekân, sınır ve kimlik: Türkiye’de kentsel kimliklerin inşasında kentsel sınırların rolü, *Kent Akademisi Dergisi*, 15(4):1959-1974.
- Pike, S. and Kotsi, F. (2016). Stopover destination image - using the repertory test to identify salient attributes. *Tourism Management Perspectives*, 18: 68-73.
- Potter, W. J. and Levine-Donnerstein, D. (1999). Rethinking validity and reliability in content analysis. *Journal of Applied Communication Research*. 27(3): 258-284.
- Sayar, S. (2011). Kolektif Bellek Bağlamında Tuzla Köyiçi Bölgesinin Mekânsal Değişiminin İrdelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Saylan, S. (2016). Kent belleğinin sürekliliğinde kentsel artifaktların önemi: İstanbul tarihi yarımada 19. yüzyıl ızgara plan uygulamaları. Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.

- Sparks, B. A. and Wang, Y. (2014). Natural and built photographic images: preference, complexity, and recall. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(7): 868-883.
- Stepchenkova, S. and Mills, J. E. (2010). Destination image: a meta-analysis of 2000–2007 Research. *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 19(6): 575-609.
- Şahin, B. and Soylu, B. C. (2020). The effect of destination attributes and perceived destination personality on behavioral intentions: the case of Şirince, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3): 2343-2360.
- Şentürk, Ü. (2016). Modern kent: mekânın yapay metamorfozu. Toplumsal analizler ekseninde kent fragmanları. (Editörler: Özgür Sarı ve Ali Esgin). Ankara: Phoenix Yayınları.
- Tasci, A. D., Gartner, W. C. and Cavusgil, S. T. (2007). Measurement of destination brand bias using a quasi- experimental design. *Tourism Management*, 28(6): 1529-1540.
- Tatlıdil, E. (1992). Göç ve kentleşmenin sosyal boyutu. *Sosyoloji Dergisi*, (3): 45-54.
- Tatlıdil, E. (2009). Kent ve kentli kimliği; İzmir örneği. *Ege Akademik Bakış*, 9(1): 319-336.
- Tek, M. (2009). Kamu yatırımlarında turizmin yeri, Türkiye turizm stratejisi 2023'te marka kentler projesi: eleştirel bir değerlendirme, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (2): 169-184.
- Tekeli, İ. (1991). *Kent planlaması konuşmaları*. Ankara: TMMOB Mimarlar Odası Yayınları.
- Tekeli, İ. (2009). *Modernizm, modernite ve Türkiye'nin kent planlama tarihi*. İstanbul: Tarih Vakfı, 18-20.
- The Urban Land Institute. (2003). *Professional real estate development* (Second Edition). Washington: The Urban Land Institute.
- Topaloğlu, G., ve Beşgen, A. (2017) Bir kolektif bellek hikâyesi: Trabzon tekel binası ve çevresinin anlattıkları. *İdealkent*, 8(22): 692-721.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı* (1.Baskı). Ankara: Bilgisu Yayıncılık.
- Ünlü, T. S. (2017). Kent kimliğinin oluşumunda kentsel bellek ve kentsel mekân ilişkisi: mersin örneği. *Planlama Dergisi*, 27(1): 75-93.
- World Tourism Organization. (2007). *A practical guide to tourism destination management*. World Tourism organization, Madrid.
- Yayınoğlu, P. E., Susar, F. (2008). *Kent, Görsel Kimlik ve İletişim*. İstanbul: Umuttepe Yayınları.
- Yazıcı Ayyıldız, A. (2019). Otel yöneticileri bakış açısıyla destinasyon marka imajı: Kuşadası örneği. *Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Yeni Ufuklar 1- İçinde* (Edt: Sönmez Sinan, Özçaban Ertan, Balkan Dursun, Karakuş Hüseyin). Gece Akademi: Ankara. 67- 80.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, H. M. (2018). Destinasyon seçim sürecinde etkinliklerin önemi: Gelibolu yarımadası örneği. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2): 34 – 65.
- Zhou, L. (2014). Online Rural Destination Images: Tourism and Rurality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(4): 227-240.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

**Psikolojik Danışman Adaylarının Bireysel Psikolojik Danışma Yaparken
Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri**

Dr. Öğr. Üyesi Nuray AŞANTUĞRUL, Amasya Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Amasya, e-posta:
nuray.asantugrul@amasya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6685-8734>

Öz

Bu araştırmada psikolojik danışman adaylarının bireysel psikolojik danışma yaparken karşılaştıkları sorunların ve çözüm önerilerinin Bütünleşik Gelişimsel Model çerçevesinde incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma nitel bir çalışma olup, çalışma grubu Bireyle Psikolojik Danışma Uygulaması dersi kapsamında aktif olarak bireysel psikolojik danışma sürecini yürüten 21 adaydan oluşmaktadır. Veriler, katılımcılardan yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla elde edilmiş ve içerik analizi tekniğiyle analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların 10'unun terapötik ilişki kurmada sorun yaşamadığı, ancak katılımcıların 8'inin terapötik ilişki kurma sürecinde danışan kaynaklı direnç ve güven eksikliği sorunları ile karşılaştıkları saptanmıştır. Beceri ve teknik uygulama boyutunda katılımcıların 9'unun yüzleştirme ve derinleştirme gibi ileri düzey müdahale tekniklerinde zorlandıkları görülmüştür. Etik konularda ise, katılımcıların 12'sinin herhangi bir sınır ihlali yaşamadığı, ancak karşılaşılan temel riskin oturum dışı iletişim talepleri olduğu belirlenmiştir. Yaşanan sorunlara yönelik çözüm stratejilerinin başında süpervizyon desteği, kuramsal kaynakların incelenmesi ve seans içindeki yapılandırma sürecinin güçlendirilmesi gelmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, psikolojik danışman eğitiminde süpervizyon süreçlerinin yapılandırılması ve adayların ileri düzey becerilerini geliştirmeye yönelik uygulamalı eğitim politikalarının önceliklendirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Psikolojik Danışma, Psikolojik Danışman Adayları, Süpervizyon.

Makale Gönderme Tarihi: 31.12.2025

Makale Kabul Tarihi: 05.03.2026

Önerilen Atıf:

Aşantugrul, N. (2026). Psikolojik Danışman Adaylarının Bireysel Psikolojik Danışma Yaparken Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(3): 143-156.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(3): 143-156. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1626>

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



RESEARCH PAPER

A Qualitative Study on the Problems Encountered by Counselor Trainees in Individual Counseling and Their Solution Suggestions

Assistant Prof. Dr. Nuray AŞANTUĞRUL, Amasya University, Faculty of Education, Amasya, e-mail: nuray.asantugrul@amasya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6685-8734>

Abstract

This research aims to examine the problems and proposed solutions encountered by prospective psychological counselors during individual psychological counseling sessions, within the framework of the Integrative Developmental Model. This research is a qualitative study, and the study group consists of 21 prospective who actively conduct individual psychological counseling processes within the scope of the Individual Psychological Counseling Practice course. Data were collected from participants through a semi-structured interview form and analyzed using content analysis techniques. According to the research results, 10 of the participants did not experience problems in establishing a therapeutic relationship, but 8 of the participants encountered client-related resistance and lack of trust issues in the process of establishing a therapeutic relationship. In terms of skills and technical application, 9 of the participants were found to have difficulty with advanced intervention techniques such as confrontation and deepening. Regarding ethical issues, 12 of the participants did not experience any boundary violations, but the main risk encountered was requests for communication outside of the session. The primary solutions to these problems include supervision support, reviewing theoretical resources, and strengthening the structuring process within the therapy sessions. Based on these findings, it is recommended that supervision processes in psychological counseling training be restructured and that applied training policies aimed at developing candidates' advanced skills be prioritized.

Keywords: Individual Counseling, Counselor Trainees, Supervision.

Received: 31.12.2025

Accepted: 05.03.2026

Suggested Citation:

Aşantugrul, N. (2026). A Qualitative Study on the Problems Encountered by Counselor Trainees in Individual Counseling and Their Solution Suggestions, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(3): 143-156.

GİRİŞ

Psikolojik danışma, bireylerin kişisel, sosyal ve mesleki gelişimlerini amaçlayan, teorik bilgi ve uygulama becerilerinin birlikte yer aldığı profesyonel bir yardım sürecidir (Hackney ve Cormier, 2008). Bu sürecin etkililiği, büyük ölçüde psikolojik danışmanın sahip olduğu yetkinliklere bağlıdır. Rehberlik ve psikolojik danışmanlık lisans eğitimi oldukça yoğun bir program olup, programda hem teorik hem uygulamalı dersler birlikte bulunmaktadır. Dolayısıyla, psikolojik danışman lisans eğitimi adayların teorik bilgiyi gerçek danışanlarla yürüttükleri psikolojik danışma sürecinde pratiğe dönüştürebilmeleri, mesleki kimlik gelişimi açısından en kritik aşamalardan biri olarak kabul edilmektedir (Ronnestad ve Skovholt, 2003).

Psikolojik danışman adayları, lisans programı boyunca edindikleri teorik bilgileri Bireyle Psikolojik Danışma Uygulaması dersi kapsamında gerçek bir danışanla uygulamaya dönüştürebilmektedir. Bu ders, psikolojik danışman adaylarının öğrenci rolünden profesyonel uygulamacı rolüne geçiş yaptıkları ilk deneyim sürecidir. Psikolojik danışman adaylarının özellikle danışma sürecini yapılandırma, direnç ve sessizlikle baş etme, uygun tepkiyi verme, etik ikilemleri yönetme gibi birçok konuda sorunlarla karşılaştıkları belirtilmektedir (Voltan Acar, 2004). Bu zorlukların yanı sıra danışman adayları için bu süreç heyecan verici olduğu kadar, yoğun kaygı ve belirsizliği de beraberinde getirmektedir. Literatür incelendiğinde, danışman adaylarının ilk uygulama deneyimlerinde yetersizlik duygusu, hata yapma korkusu ve performans kaygısı gibi duyguları hissettikleri görülmektedir (Bernard ve Goodyear, 2014; Meydan, 2013).

Henüz başlangıç düzeyinde olan danışman adayları Stoltenberg ve McNeill (2010) tarafından geliştirilen Bütünleşik Gelişimsel Model'e göre, genellikle "kendine odaklılık" evresindedirler. Bu evredeki adaylar, zihinlerinde "Sıradaki sorum ne olmalı?", "Hangi tekniği doğru kullanırım?" veya "Hata yapıyor muyum?" gibi içsel sorularla meşgul olurlar. Bu durum, terapötik ilişkinin kurulmasını zorlaştırabilir ve empatik anlayışın olumsuz etkilenmesine yol açabilir. Uygulama sürecinde adayların karşılaştığı zorluklar sadece bireysel kaygılarla sınırlı değildir. Türk kültürü gibi toplulukçu yapıların baskın olduğu bağlamlarda, danışanların psikolojik danışmanı bir otorite figürü veya yol gösterici uzman olarak algılaması sık karşılaşılan bir durumdur. Bu durum, Hofstede'nin (2001) Güç Aralığı Kuramı çerçevesinde, hiyerarşik yapılara duyulan saygı ve uzmandan doğrudan müdahale beklentisiyle açıklanabilir. Rogers (1951) tarafından savunulan ve özellikle bireyci kültürlerde psikolojik danışmanın temelini oluşturan danışan merkezli yaklaşım, terapötik ilişkinin tamamen eşitlikçi ve danışanın özerkliğini temel alan bir zemine kurulmasını öngörür. Çok kültürlü psikolojik danışma literatüründe ise (Dwairy, 2006; Sue ve Sue, 2008), toplulukçu toplumlarda danışanların bu eşitlikçi tutumu bazen danışmanın yetersizliği veya rehberlik eksikliği olarak yorumlayabildiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla danışanların psikolojik danışmanı bir *otorite figürü* olarak görmesi ve doğrudan tavsiye/öğüt beklemesi, adayların profesyonel sınırları ve etik ilkeler gereği özerklik ilkesini korumasını güçleştiren özgün bir zorluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gibi durumların, danışman adaylarının profesyonel sınırları koruma konusunda zorlanmalarına neden olduğu da yurtiçi literatürde tartışılan bir konudur (Aladağ, 2014). Bu zorlukları anlamak, aday danışmanlara yönelik daha iyi eğitim ve destek mekanizmaları geliştirmek açısından önemlidir. Ayrıca, bu bireysel ve bağlamsal zorluklar, danışman adaylarının uygulama sürecinde yapılandırılmış bir destek sistemine duyduğu ihtiyacı açıkça ortaya koymaktadır.

Psikolojik danışman adayların lisans eğitimlerinde gerçekleştirdikleri psikolojik danışma uygulaması, gelecekteki mesleki gelişimlerinin temelini oluşturması bakımından önemlidir. Süpervizyon süreci, bu uygulamanın merkezinde yer almaktadır. Süpervizyon alan danışman adayları yürüttükleri psikolojik danışma oturumlarına ilişkin rapor oluşturma, ses veya video

kaydı alma, vaka sunumu hazırlama gibi görevleri üstlenirken süpervizör kendinden daha az tecrübeye sahip meslek elemanın mesleki bilgi, beceri ve farkındalığını arttırmaya yönelik bu ses veya video kayıtlarını takip etme, geri bildirim verme, bilgilendirme, süreci ve vakayı değerlendirme gibi görevleri üstlenirler (Meydan ve Özyiğit-Koçyiğit, 2016). Tüm bu görevler süpervizyonun şu üç temel amacına hizmet etmektedir. Bunlar; psikolojik danışmanların/danışman adaylarının kişisel ve mesleki gelişimlerini desteklemek, danışma becerilerini geliştirmek, oturumlarda danışana sunulan yardımın etkililiğini ve psikolojik danışmanın yetkinliğini değerlendirmektir (Bradley ve Ladany, 2001). Araştırmalar nitelikli bir süpervizyon alan deneyimsiz psikolojik danışmanların mesleğe ilişkin kişisel tarzlarının geliştirilmesine katkı sağladığını (Bernard ve Goodyear, 2013; Korkut-Owen vd., 2014), belirsizlik duygularını ve sürece yönelik kaygılarını azalttığını (Bakalım vd., 2018) ortaya koymaktadır.

Danışman adaylarının bireysel danışma yürütme sürecinde karşılaştığı sorunları çözme ve mesleki yetkinliğin kazanılmasında süpervizyon süreci kilit bir role sahiptir. Nitelikli bir süpervizyon desteği, adayların yaşadıkları kaygıyı azaltmalarına, farkındalık kazanmalarına ve beceri eksikliklerini gidermelerine olanak tanır (Borders ve Brown, 2005). Ancak, adayların karşılaştıkları sorunların spesifik olarak tanımlanması ve bunlara yönelik somut çözüm önerilerinin geliştirilmesi, eğitim programlarının niteliğini artırmak adına hala güncel bir ihtiyaçtır. Literatürde psikolojik danışman adaylarının yaşadığı kaygıları ve süpervizyonun önemini ele alan pek çok çalışma bulunmakla birlikte (Bernard ve Goodyear, 2013; Eryılmaz ve Mutlu, 2018; Koçyiğit, 2020; Meydan, 2013), adayların uygulama sürecinde karşılaştıkları teknik ve etik sorunların spesifik olarak sınıflandırıldığı ve bu sorunlara yönelik doğrudan uygulanabilir çözüm stratejilerinin bütüncül bir yaklaşımla sunulduğu çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu araştırma, sadece yaşanan sorunları ele almakla kalmayıp, adayların bu sorunlarla baş etme stratejilerini ve süpervizyon desteğinin somut yansımalarını ortaya koyarak literatürdeki bu boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Bu yönüyle çalışma, eğitim programlarının müfredat geliştirme süreçlerine ve süpervizyon uygulamalarının niteliğinin artırılmasına doğrudan katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla bu çalışma, literatürdeki mevcut boşluğu

Bu çalışmanın sonuçları, psikolojik danışman eğitimi programlarına iki temel düzeyde özgün katkı sunmayı hedeflemektedir. İlk olarak, psikolojik danışman adaylarının özellikle yüzleştirme, derinleştirme gibi ileri düzey müdahale tekniklerinde yaşadıkları zorluklar, bu becerilerin öğretiminde kullanılan pedagojik yöntemlerin yeniden yapılandırılması için somut veriler sağlamaktadır. İkinci olarak, dijitalleşen dünyada etik sınırların korunmasına yönelik oturum dışı iletişim talepleri gibi güncel riskler, eğitim programlarındaki etik derslerinin vaka temelli ve teknoloji odaklı içeriklerle zenginleştirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Mevcut çalışma, sadece bir durum tespiti değil, uygulama derslerinin müfredat geliştirme süreçleri için kanıta dayalı bir rehber işlevi görmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı; psikolojik danışman adaylarının bireysel psikolojik danışma uygulamaları sırasında sık karşılaştıkları duygusal, bilişsel ve teknik boyutlardaki sorunları belirlemek ve bu sorunlara yönelik literatür destekli, uygulanabilir çözüm önerileri sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda bu çalışmada psikolojik danışman adaylarına sorulan aşağıdaki soruların cevapları aranmıştır:

1. Danışanla terapötik ilişki kurma sürecinde karşılaştığınız sorunlar nelerdir? Bu sorunlara yönelik çözüm stratejileriniz nelerdir?
2. Oturumlar sırasında temel psikolojik danışma becerileri veya teknikleri uygulama konusunda karşılaştığınız sorunlar nelerdir? Bu sorunlara yönelik çözüm stratejileriniz nelerdir?
3. Etik ikilem veya sınır ihlali ile ilgili karşılaştığınız sorunlar nelerdir? Bu sorunlara yönelik çözüm stratejileriniz nelerdir?

YÖNTEM

Araştırma Deseni

Bu araştırmada, bireyle psikolojik danışma uygulaması dersini alan psikolojik danışmanlık adaylarının bireysel psikolojik danışma yürütürken karşılaştığı sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerini incelemek amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar, bireylerin yaşantılarını, algılarını ve bu algılara yükledikleri anlamları doğal ortamında ortaya koymayı amaçlar (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu araştırmada, psikolojik danışman adaylarının deneyimlerini doğrudan kendi ifadeleriyle yansıtmak ve bu deneyimlerin özündeki ortak anlamları ortaya koymak hedeflendiği için betimsel olgu bilim (fenomoloji) deseni benimsenmiştir. Olgu bilim deseni, bireylerin belirli bir olguya ilişkin deneyimlerini, algılarını ve yorumlarını anlamaya yöneliktir (Creswell, 2021).

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, Orta Karadeniz’de bir devlet üniversitesinde Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Anabilim dalında, bireyle psikolojik danışma uygulaması dersinde aktif danışma yürütmüş olan 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Bu öğrenciler amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırma konusu ile ilgili farklı deneyimlere sahip bireylerin görüşlerini ortaya koymak amacıyla farklı süpervizör gruplarından katılımcılar araştırmaya dahil edilmiştir. Katılımcılar, Bireyle Psikolojik Danışma Uygulaması dersi gereği 8 oturumluk bireysel psikolojik danışma sürecini yürütmüştür. Katılımcılar 3 saatlik bu ders kapsamında her hafta düzenli biçimde grup süpervizyonu almıştır. Bu çalışmada 17-18. görüşmeden itibaren verilerin birbirini tekrar ettiği saptanmış, ancak veri setinin zenginliğini artırmak amacıyla 3 farklı süpervizyon grubundan 7’şer psikolojik danışman adayı olmak üzere toplam 21 katılımcıya tamamlanmıştır. Katılımcıların 2’si erkek (%9.5) ve 19’u kadın (%90.5)’dir. Katılımcıların yaş ortalaması 20.8’dir. Katılımcılar araştırmanın etik kuralları çerçevesinde “K1”, “K2” gibi anonim olarak kodlanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplamak amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Formda “Danışmanınızla terapötik ilişki kurma sürecinde yaşadığınız bir sorun oldu mu? Lütfen açıklayınız.” “Oturumlar sırasında eksik hissettiğiniz mesleki bilgi ve beceriler nelerdir? Lütfen açıklayınız.” gibi sorular yer almaktadır. Form, uzman görüşü alınarak kapsam geçerliği sağlanmıştır. Görüşme formunda bireysel psikolojik danışma yaparken terapötik ilişki kurma sürecinde, temel psikolojik danışma becerileri veya teknikleri uygulamada, etik ikilem konusunda yaşadıkları sorunlar ve bu sorunların çözümüne yönelik önerilerine dair toplam 6 açık uçlu soruya yer verilmiştir. Görüşmeler, katılımcıların onayı ile ses kayıt cihazı kullanılarak yüz yüze biçimde, yaklaşık 20-30 dakikada gerçekleştirilmiştir. Ses kayıtları görüşmeler tamamlanınca araştırmacı tarafından bilgisayar ortamında yazıya dökülerek analiz sürecine hazır hale getirilmiştir.

Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak için çeşitli stratejiler uygulanmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak uzman görüşü alınarak görüşme formunun kapsam geçerliği sağlanmıştır. Araştırmacı, veri toplama sürecinde yansızlık ve etik ilkeler çerçevesinde hareket ederek

katılımcıların kendilerini rahat hissedebilecekleri ve kendilerini içtenlikle ifade edebilecekleri bir ortam yaratmaya özen göstermiştir. Verilerin detaylı bir şekilde raporlanması, katılımcılardan alıntı yapılması ve buna bağlı olarak sonuçlara varılması yolu izlenmiştir. Veri çeşitlenmesi farklı süpervizyon grubundaki psikolojik danışmanlar ile bulguların geçerliği artırılmıştır.

Veri Analizi

Veri toplama sürecinden önce araştırma, [Amasya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu] tarafından onaylanmıştır (Karar No: 2025/303147). Tüm katılımcılara gizlilik ve gönüllülük ilkeleri açıklanmış, isimleri gizli tutulmuştur. Veriler, psikolojik danışman adaylarından görüşme formu aracılığıyla yüz yüze yapılan görüşmelerle toplanmıştır. Toplanan veriler içerik analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. İçerik analizi tekniği, araştırmanın özüne dair temaları, anlamları, kalıpları ve önyargıları belirlemek amacıyla verilerin sistematik ve detaylı olarak incelenmesi ve yorumlanmasıdır (Baltacı, 2017). Veri analizi sürecinde ilk olarak görüşme kayıtları yazıya dökülmüş, katılımcıların benzer ifadeleri bir araya getirilmiştir. Kodlamalar, iki alan uzmanı tarafından birbirinden bağımsız olarak gerçekleştirilmiştir. Bağımsız kodlamalar tamamlandıktan sonra bir araya gelmiş ve kodlar arasındaki tutarlılık incelenmiştir. Katılımcı ifadelerinden elde edilen benzer kodlar bir araya getirilerek alt temalar ve temaları oluşturmuştur. Bu süreçte literatürdeki teorik çerçeve ve araştırma soruları rehber olarak kullanılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde, psikolojik danışman adaylarının deneyimlerine ilişkin elde edilen veriler, araştırmanın temel soruları doğrultusunda tablolaştırılarak sunulmuştur. Bu kapsamda; terapötik sürece ilişkin sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözümler (Araştırma sorusu 1) tablo 1 ve 2’de, psikolojik danışma becerileri veya tekniklerini uygulamadaki zorluklar ve bunlara yönelik çözüm önerileri (araştırma sorusu 2) Tablo 3 ve 4’te, etik ikilem veya sınır ihlali ile ilgili karşılaşılan sorunlar ile bu sorunlara yönelik çözüm önerileri (Araştırma Sorusu 3) tablo 5 ve 6’da sistematize edilmiştir.

Analiz sürecinde veriler önce kodlanmış, ardından bu kodlar ortak özelliklerine göre sınıflandırılarak temalara dönüştürülmüştür. Benzer olan kodların (danışanın kendini açmada güçlük yaşaması, sorulara kısa yanıtlar vermesi, çekingen davranması gibi) bir araya getirilerek *danışan kaynaklı sorunlar* teması oluşturulmuştur. Temalar birleşerek ana temaları oluşturmuştur. Temaların oluşturulması ve isimlendirilmesinde hem katılımcıların deneyimini en iyi yansıtan ifadeler (in vivo kodlama) hem de alan yazındaki kuramsal kavramlar (Bütünleşik Gelişimsel Model terminolojisi) göz önünde bulundurulmuştur.

Katılımcıların bireysel psikolojik danışma yaparken danışanla terapötik ilişki kurma sürecinde yaşadıkları sorunlar Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Terapötik İlişki Kurma Sürecinde Yaşanan Sorunlara İlişkin Temalar ve Frekanslar

Tema	Kodlar	f
1.Danışandan Kaynaklı Sorunlar	Kendini açmada güçlük, güven eksikliği, gizlilik kaygısı, duygusal yoğunluk, danışan direnci	8
2.Danışmandan Kaynaklı Faktörler	Yapılandırmada eksiklik, teknik ve beceri odaklılık, kaygı	3
3.Olumlu Süreç	Güvene dayalı uygun ilerleme	10

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların büyük kısmı (f=10) terapötik ilişki kurma sürecinde herhangi bir sorun yaşamadığını, danışanlarıyla güvene dayalı bir ilişki kurabildiklerini belirtmiştir. Bunun yanı sıra bazı katılımcılar, özellikle sürecin başında danışanların güven kurma, kendini açma ve kaygı yaşama durumlarının terapötik ilişkiyi zorlaştırdığını belirtmiştir. Bazı katılımcılar danışanla terapötik ilişki kurma sürecinde yaşadıkları sorunları şu şekilde ifade ettiler: K(9) *“Evet. Özellikle kendini açma ve güvenme konusunda zorluk yaşadım”*, K(12) *“Danışanımın kendini açma konusunda zorlandığını hatta kendi ile ilgili önemli bir bilgi vereceği zaman ağladığını gözlemledim.”* Bunların yanı sıra danışmandan kaynaklı faktörler arasında K(19) *“Evet sorun yaşadım. Birçok danışanın getirdiği problemi yetkinliğim olmadığından çalışmadım.”*, K(2) ise *“Becerilere çok odaklandığımı farkettim. Kendimi sürekli yansıtmaya yaparken buldum.”* olarak ifade etmiştir.

Terapötik ilişki sürecinde sorun yaşadığını ifade eden katılımcıların karşılaştıkları bu sorunlarına yönelik çözüm yolları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Terapötik İlişki Sürecinde Yaşanan Sorunlara Yönelik Çözüm Önerilerine İlişkin Temalar ve Frekanslar

Tema	Kodlar	f
1.Profesyonel Destek ve Gelişim	Süpervizör dönütlerini uygulama, akran desteği, oturumlara hazırlanma	6
2.Terapötik Müdahaleler	Etik ilkeleri ve gizliliği tekrar açıklama, güvenli alan vurgusu, danışanı rahatlatma ve duygusuna izin verme	5
3.Süreçsel Faktörler	Oturumların ilerlemesiyle bağın kendiliğinden oluşması	1
4.Çözümeyen Durumlar	Başarısız müdahale	1

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların terapötik ilişkide karşılaştıkları sorunlara yönelik en önemli gördüğü çözümlerin başında süpervizörden aldıkları dönütleri uygulama, otumlara hazırlanma, akran desteği, etik ilkeleri ve gizliliğin önemini açıklamak, danışanı rahatlatmak ve duygusuna izin vermek öne çıkmıştır. Bu durum psikolojik danışman adaylarının terapötik ilişkinin bireysel psikolojik danışma süreci için önemine yönelik farkındalığa sahip olduğuna işaret etmektedir. Bazı katılımcılar danışanla terapötik ilişki kurma sürecinde yaşadıkları sorunların çözümlerini şu şekilde ifade ettiler: (K9) *“Süpervizörden aldığım dönütlerle süreci yönetme konusunda kendimi geliştirerek danışmaya daha dikkatli hazırlandım.”*, (K21) *“Danışma ortamının danışanımın güvenli alanı olduğunu, yargılanmadan dinleneceğini ve gizlilik esaslı bir süreç olduğunu anlatarak bu ilişkiyi kurmaya çalıştım.”*. Katılımcılarda 1’i terapötik ilişki konusunda karşılaştığı sorunun süreçte çözüldüğünü şu şekilde ifade etmiştir: K(20) *“İlerleyen otumlarda güven bağı oluştu ve terapötik ilişki gelişti.”* Son olarak, 1 katılımcı ise terapötik ilişkide karşılaştıkları sorunu çözemediğini şu şekilde ifade etmiştir: K(5) *“Çözemedim, danışanım bana yüzde yüz güvenmedi.”*

Katılımcıların otumlarda psikolojik danışma becerileri veya teknikleri uygulama konusunda yaşadıkları sorunlar Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Oturumlarda Beceri ve Teknikleri Uygulamada Yaşanan Sorunlara İlişkin Temalar ve Frekanslar

Tema	Kodlar	f
1.İleri Düzey Müdahale Teknikleri	Yüzleştirmede çekingenlik, derinleştirmede yetersizlik, problemi belirleyememe, ileri düzey empati becerisinde yetersizlik	9
2.Temel Danışma Becerileri	Açık uçlu soru sorma, konuşmaya açık davet, etkin dinleme, yansıtılarda yetersizlik	5
3.Süreç ve Kaygı Yönetimi	Ne diyeceğini düşünmekten ana odaklanamama, kaygı yönetiminde eksiklik, sessizliği yönetememe, yapılandırmada sorun	4
4.Özyeterlik	Mesleki yetkinlik ve özyeterlik algısının düşük olması	1
5.Sorunsuz Süreç	Beceri ve teknikleri uygulamada yeterlilik	2

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların önemli kısmının (f=9) oturumlarda ileri düzey teknikleri uygulamada sorun yaşadığını ifade ettikleri görülmüştür. Bunlardan derinleştirme, yüzleştirme, ileri düzey empati becerisini uygun yerde ve uygun biçimde kullanmada sorun yaşadıklarını belirttiler. Bunun yanı sıra bazı katılımcıların temel danışma becerileri ile süreç ve kaygı yönetiminde sorunlarını ifade ettiler. Bazı katılımcılar psikolojik danışma oturum sürecinde beceri ve teknikler konusunda yaşadıkları sorunları şu şekilde ifade ettiler: K(16) *“Danışanı dinlerken bir sonraki adımı planlamaya odaklandığım zamanlar oldu. Bu durum teknikleri uygulamamı olumsuz etkiledi.”*, K(21) *“Danışanın söylediği cevaba uygun tepki veremezsem diye odağımı söylenene değil de ne cevap vereceğime veriyordum. Bu nedenle uygun müdahaleleri yapamadığım yerler oldu.”* Katılımcılardan sadece 1’i ise oturumlarda beceri ve teknikleri uygulama konusunda yetkinlikle ilgili sorun yaşadığını belirtmiştir. K(13) *“Mesleki yetkinlik ve yeterlilik konusunda*

Oturumlarda psikolojik danışma beceri ve tekniklerini uygulamada sorun yaşayan katılımcıların çözüm önerileri Tablo 4’te verilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğu (f=11) süpervizörden alınan destek ve dönütler, akran grup süpervizyonu süreci ve değerlendirmeler psikolojik danışma beceri ve tekniklerini uygulamada yaşanan sorunlara yönelik çözüm önerilerini ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra katılımcılar teknikleri sadece uygulamaya çalışmak yerine, bu tekniklerin kuramsal temellerini de incelemesi, adayların mesleki gelişim stratejilerini izlediklerini kanıtlamaktadır. Bazı katılımcılar psikolojik danışma oturum sürecinde beceri ve teknikler konusunda yaşadıkları sorunlara yönelik çözüm önerilerini şu şekilde ifade ettiler: K(4) *“Öncelikle danışma oturumlarında kullanılan yansıtma, özetleme gibi teknikler üzerine kuramsal kaynaklar incelendim ve bu tekniklerin örnek uygulamalarını analiz ettim.”*, K(12) *“Süpervizörüm ve akran değerlendirmeleri sonucunda oturumlarda hangi teknikleri uygulayabileceğimi daha iyi belirleyebildim.”* ve K(21) *“Daha etkin dinlemeye ve danışanıma odağımı vermeye çalıştım bu nedenle de süreç daha akıcı ve verimli geçti.”*

Tablo 4. Oturumlarda Beceri ve Teknikleri Uygulamada Yaşanan Sorunlara Yönelik Çözümlere İlişkin Temalar ve Frekanslar

Tema	Kodlar	f
1.Destek Kaynakları	Süpervizörden destek ve dönüt alma, akran grup süpervizyonu süreci ve değerlendirmeleri	11
2.Mesleki Gelişim	Kaynaklardan yararlanma, beceri üzerine pratik yapma, alan bilgisini artırma	9
3.Süreç İçi Müdahaleler	Şimdi ve burada kalma, aktif dinlemeyi sağlama, sessizliği kabul etme, temel becerileri ve teknikleri uygulama	5

Katılımcıların psikolojik danışma sürecinde karşılaştıkları etik ikilemler veya sınır ihlalleri konusunda yaşadıkları sorunlar Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Etik İkilemler Konusunda Yaşanan Sorunlara İlişkin Temalar ve Frekanslar

Tema	Kodlar	f
1.İletişim Sınırlarının İhlali	Oturum dışı görüşme talebi, telefonla aranma, mesajlaşma isteği	6
2.Rol ve Süreç İkilemleri	Tavsiye ve yönlendirme bekleme, karar sorumluluğunu devretme	3
3.Sorunsuz Süreç	Etik çerçeve uyumu	12

Tablo 5 incelendiğinde, katılımcıların önemli kısmının (f=12) oturumlarda herhangi bir etik ikilem veya sınır ihlali sorunu yaşamadığını ifade ettikleri görülmüştür. Bu bulgu, adayların psikolojik danışma sürecinin başındaki "yapılandırma" aşamasında etik sınırları danışanlara etkili bir şekilde aktarabildiklerini ve profesyonel duruş sergileyebildiklerini göstermesi açısından önemlidir. Sorun yaşayan katılımcılar arasında en çok öne çıkan tema "oturum dışı iletişim" (f=6) olmuştur. Bazı katılımcılar psikolojik danışma oturum sürecinde etik ikilemler konusunda yaşadıkları sorunları şu şekilde ifade ettiler: K(15) "*Danışan oturuma gelemeyeceğini ama bana da bir şeyler anlatmak istediğini ve bunu telefon üzerinden yapmak istediğini söyledi.*", K(17) "*Danışanı yönlendirmemi bekledi.*".

Psikolojik danışma sürecinde etik ikilemler veya sınır ihlalleri konusunda sorun yaşayan katılımcıların çözüm önerileri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Etik İkilemler Konusunda Yaşanan Sorunlara Yönelik Çözüm Önerilerine İlişkin Temalar ve Frekanslar

Tema	Kodlar	f
1.Müdahale Stratejileri	İletişim kurallarını hatırlatma, profesyonel çerçeveyi açıklama, sorunu oturum gündemine alma, danışan ve danışman rollerini vurgulama	5
2.Önlemsel Stratejiler	İyi bir yapılandırma yapma, başlangıçta sınırları net çizme, ilişkiyi profesyonel zemine oturtma	4

Tablo 6 incelendiğinde etik sorun yaşayan psikolojik danışman adaylarının bu konuda daha çok iletişim kurallarını hatırlatma, profesyonel çerçeveyi açıklama, sorunu oturum gündemine alma, danışan ve danışman rollerini vurgulama gibi müdahale stratejilerini önerdikleri (f=5) görülmektedir. Adayların sürecin başında yaptıkları bilgilendirilmiş onam ve yapılandırma başarısı etik sorun yaşamalarına engel olduğu söylenebilir. Bu durum, iyi yapılandırmanın etik kazaları önlediği hipotezini destekler niteliktedir. K(9) *“Yaşadığı durumu telefonda anlatmasının sürecimiz için doğru olmadığını, bugün gelebileceğini söylediği için en yakın uygun tarihe oturumu erteleyebileceğimizi ve oturum içerisinde bu konuyu da ele alabileceğimizi söyledim. Ve bu süreci de oturumda ele alarak ilk zamanda kararlaştırdığımız iletişim şekillerini kullanması konusunda tekrardan yapılandırma yaptım.”*, K(13) *“Danışanımla psikolojik danışman ve danışan ilişkisini iyi bir şekilde ortaya koydum ve yapılandırma kısmını güzel bir şekilde yaptım.”* şeklinde çözümlerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların verdiği bu yanıt, etik bir krizin nasıl profesyonel bir müdahaleye dönüştürüleceğine dair uygun bir örnektir.

TARTIŞMA

Bu çalışmada psikolojik danışman adaylarının bireysel psikolojik danışma yaparken karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri incelenmiştir. Araştırma sonucunda, adayların 8’inin danışanların kendini açma güçlüğü, güven eksikliği ve gizlilik kaygısı gibi nedenlerle terapötik ilişki kurmada zorlandığını göstermektedir. Bu bulgu, Stoltenberg ve McNeill’in (2010) Gelişimsel Süpervizyon Modeli ile paralellik göstermektedir. Bu modele göre başlangıç düzeyindeki psikolojik danışmanların tekniklere aşırı odaklanması, danışanın duygusal ihtiyaçlarını kaçırmalarına ve dolayısıyla güven duygusunun gecikmesine neden olabilmektedir. Deneyimsiz psikolojik danışmanlar performans kaygısı ile birlikte yardım ilişkisinin sınırlarını belirlemede, danışanların anlattıklarını ilişkilendirmede ve sorunun kavramsallaştırılmasında zorluk yaşamaktadırlar (Erkan Atik vd., 2014). İlk psikolojik danışma oturumlarının psikolojik ve duygusal baskısından dolayı danışman adayları uygulama sürecinin başında yoğun kaygı duymaktadırlar (Kalkan ve Güven (2024). Meydan (2013) tarafından yapılan çalışmada, psikolojik danışman adaylarının uygulama sürecinin başında en çok danışanla bağ kurma ve danışanın direncini kırma noktalarında kaygı yaşadıkları saptanmıştır. Ancak katılımcıların büyük bir kısmının bu süreci sorunsuz yönetmesi, adayların eğitim sürecinde edindikleri teorik bilgileri pratikle bütünleştirmeye başladıklarının bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Direncin danışma sürecinde temel sorun olarak görülmesi literatürle uyumlu olsa da, adayların bu direnci kişisel bir yetersizlik olarak algılama eğilimi dikkat çekicidir. Bu durum, adayların henüz profesyonel kimlik inşası sürecinde olmaları ve seansın başarısını tamamen kendi performanslarına bağlamalarından kaynaklanıyor olabilir. Mercan ve Dursun (2023), adayların danışan direncini genellikle kendi beceri eksikliklerine bağladıklarını saptamıştır. Bu durumun mekanizması şu şekilde açıklanabilir: Bütünleşik Gelişimsel Model’e göre başlangıç düzeyindeki adaylar, yoğun bir öz-odaklılık yaşarlar. Bu nedenle danışanın gösterdiği doğal direnci, profesyonel bir süreç olarak değil, kişisel bir başarısızlık olarak algılama eğilimindedirler. Bu da adayda yetersizlik hissi tetikleyerek seansın akışını bozmaktadır.

Araştırmanın ikinci bulgusu olarak danışman adaylarının terapötik ilişkide karşılaştıkları sorunlara yönelik başvurdukları çözümlerin başında süpervizörden aldıkları dönütler ve bu dönütleri uygulama gelmektedir. Aladağ (2014) süpervizyon sürecinin danışman adayının gelişiminde önemli bir role sahip olduğunu ortaya koymuştur. Borders ve Brown’ın (2005) belirttiği gibi, nitelikli bir süpervizyon süreci adayların kaygılarını yönetmelerine ve mesleki farkındalık kazanmalarına olanak tanımaktadır. İlhan vd. (2015) tarafından yapılan çalışmada psikolojik danışman adaylarının süpervizyon sürecinde yaşadıkları kaygının azalmasında

süpervizyon ve arkadaş desteği etkili olduğu belirlenmiştir. Danışman adaylarının başvurdukları diğer çözüm yöntemi olarak; danışana gizliliğin önemini açıklama, danışanı rahatlatma ve duygusuna izin verme öne çıkmıştır. Bu durum psikolojik danışman adaylarının terapötik ilişkinin bireysel psikolojik danışma süreci için önemine yönelik farkındalıklara sahip olduğuna işaret etmektedir.

Çalışmada en dikkat çekici bulgulardan biri, adayların özellikle yüzleştirme, derinleştirme ve ileri düzey empati gibi ileri düzey müdahale tekniklerinde yoğun sorun yaşamalarıdır. Bu bulgu Emül ve Öz Soysal (2021)'ın araştırma sonucu ile paralellik göstermektedir. Bu durumun nedeni, Bütünleşik Gelişimsel Model'e göre birinci düzeydeki adayların daha çok nasıl göründüklerine odaklanmaları ve danışanı ile ilişkiyi bozma korkusuyla yüzleştirme gibi riskli tekniklerden kaçınmaları olarak açıklanabilir. İleri düzey teknikler, danışanın söylediklerinin ötesine geçmeyi gerektirir. Danışma yürütmeye yeni başlayan danışman adayları genellikle kendine odaklı bir tutum sergilerler (Ronnestad ve Skovholt, 2003). Psikolojik danışman adaylarının, danışma becerilerindeki mesleki yetersizlikleri ve psikolojik danışma becerilerini nasıl kullanacağını bilememeleri kaygı yaratır (Korban, 2018). Bundan dolayı danışma adayları daha ileri düzeydeki teknikleri kullanırken yoğun performans kaygısı hissedebilirler. İleri düzey müdahalelerden biri olan yüzleştirmeyi Ivey vd. (2014), bir tür destekleyici meydan okuma olarak tanımlar. Adaylar, danışanla kurdukları terapötik ittifakın henüz bu meydan okumayı kaldıracak kadar güçlü olmadığını düşündükleri için geri çekilirler.

Araştırmanın diğer bulgusu, adayların teknik ve terapötik sorunlara karşı en sık başvurduğu çözüm yolu süpervizör desteği ve akran geri bildirimleridir. Bulgular, süpervizyonun adaylar için sadece bir denetim mekanizması değil, aynı zamanda güvenli bir liman olduğunu göstermektedir. Bu bulgu literatürdeki benzer araştırma sonuçları ile paralellik göstermektedir. Erbaş vd., (2020) tarafından yapılan araştırma sonucunda danışman adayları süpervizyonun kişisel ve mesleki gelişimlerine katkıda bulunduğunu belirttiler. Ayrıca, süpervizörlerin cesaretlendirici geri bildirimleri sayesinde psikolojik danışma becerilerini kullanabilme, teknik ve müdahaleleri uygulayabilme ve psikolojik danışma sürecini etkili biçimde yürütebilmelerinde çok önemli rolünün olduğunu ifade ettiler. Mercan ve Dursun (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışmada danışmanlar süpervizörlerinin kendilerine rehberlik ettiğini ve süpervizyon süreci ile içgörü kazandıklarını belirttiler.

Araştırmada son olarak adayların büyük çoğunluğunun etik ihlal riski yaşamamış olduğu belirlenmiştir. Bu durumun sürecin başında yapılan yapılandırma ve bilgilendirilmiş onam aşamasının koruyucu etkisini ortaya koymaktadır. En sık karşılaşılan etik riskin oturum dışı iletişim talebinin olması, dijitalleşen dünyada profesyonel sınırların korunmasının zorlaştığını göstermektedir. Ancak adayların bu talepleri seans gündemine taşıyarak profesyonel bir müdahaleye dönüştürmeleri, etik karar verme becerilerinin geliştiğine işaret etmektedir.

Araştırmanın son bulgusu, etik ihlal konusunda sorun yaşayan danışanların bu sorunun çözümünde; iletişim kurallarını hatırlatma, profesyonel çerçeveyi açıklama, sorunu oturum gündemine alma, danışan ve danışman rollerini vurgulama gibi müdahale stratejilerini önerdikleri görülmektedir. Adayların danışanlardan gelen bu talepleri doğrudan reddetmek yerine oturumun bir parçası haline getirmeleri, etik bir krizi terapötik bir müdahaleye dönüştürebildiklerini kanıtlamaktadır. Aladağ (2014) tarafından da vurgulandığı üzere, psikolojik danışman adaylarının eğitim sürecinde kazandıkları en kritik yetkinliklerden biri, etik sınırları korurken danışanla kurulan bağı zedelemeyecek profesyonel duruşu sergileyebilmektir. Özellikle oturum dışı iletişim gibi sınır ihlali risklerinde adayların bilgilendirilmiş onam sürecine ve yapılandırmaya geri dönmeleri, iyi bir yapılandırmanın etik kazaları önlemedeki koruyucu rolünü destekler niteliktedir. Bütünleşik Gelişimsel Model çerçevesinden bakıldığında, başlangıç düzeyindeki adayların bu tür sınır ihlallerini yönetirken profesyonel rollere vurgu yapmaları,

onların süpervizyon desteğiyle birlikte *danışan odaklı* bir profesyonel kimlik geliştirmelerinde önemli bir mesafe kat ettiklerini göstermektedir. Ayrıca, bu bulgu Korkut-Owen vd., (2014)'nin belirttiği, adayların mesleki etik ilkeleri içselleştirerek sınır yönetimi konusunda hassasiyet kazanmaları gerekliliğiyle de örtüşmektedir

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, psikolojik danışman adaylarının bireysel psikolojik danışma yaparken karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm stratejileri incelenmiştir. Bu araştırma, psikolojik danışman adaylarının eğitim sürecindeki kritik bir eşik olan bireysel danışma uygulamalarını, gelişimsel bir perspektifle ortaya koyarak literatüre özgün bir katkı sağlamaktadır. Araştırmanın bulguları psikolojik danışman adayları sürecin başında yoğun kaygı duydukları, oturumlarda ne söyleyeceklerine odaklanmaları nedeniyle terapötik ilişkiyi atlayabildikleri, ileri düzey becerileri uygulamakta zorlandıkları ve oturum dışında iletişim kurulma isteği gibi etik ikilemlerle karşılaştıklarıdır. Araştırmanın en temel sonucu, adayların yaşadığı teknik ve etik zorlukların bir tür yetersizlik değil, Bütünleşik Gelişimsel Model kapsamında tanımlanan başlangıç düzeyindeki yüksek motivasyon-düşük özerklik ve öz-odaklılık gibi gelişimsel özelliklerin doğal bir yansıması olduğudur. Diğer yandan psikolojik danışman adayların bu sorunların karşısında süpervizyon dönütleri ve akran desteği, kaynaklardan yararlandıkları ve oturumların başında yapılandırmayı iyi yapmaya özen gösterdikleri görülmektedir. Bu noktada süpervizyonun rolü, sadece bir denetim aracı olmanın ötesine geçerek; adayın mesleki kaygısını regüle eden, ona güvenli bir deneyim sunan ve kuramsal bilgiyi pratik beceriye dönüştüren işlevsel bir yapıda olduğu saptanmıştır. Bu yönüyle çalışma, psikolojik danışman eğitiminde bireyle psikolojik danışma uygulaması dersinin önemini ve bu süreçte süpervizyon gruplarının karşılaştıkları sorunları aşmada en önemli destek kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır.

Mevcut araştırma bulgularına dayanarak eğitimciler, araştırmacılar ve uygulamacılara yönelik bazı önerilerde bulunulmuştur. İlk olarak, bu araştırmanın çalışma grubu kolayda örnekleme yoluyla seçilen 21 katılımcıyla sınırlıdır. Bu katılımcılardan ise 2'i erkektir, bu durum çalışmanın bir sınırlılığıdır. Gelecekte yapılacak araştırmacıların erkek katılımcı sayısını artırarak daha kapsamlı bir örneklem oluşturma faydalı olacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın diğer sınırlılığı, katılımcıların Orta Karadeniz'de tek bir devlet üniversitesinin Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Anabilim dalında öğrenim görmekte olan ve bireyle psikolojik danışma uygulamasını yürütmüş olan 4. sınıf öğrencileri arasından seçilmiş olmasıdır. Ancak, farklı üniversitelerde farklı süpervizyon gruplarında koşullar farklılık gösterebilir. Bu nedenle, gelecekteki araştırmacılar farklı üniversitelerdeki psikolojik danışman adaylarının bireysel psikolojik danışma yaparken karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara ilişkin çözüm stratejilerini inceleyebilir.

Son olarak araştırmanın bir diğer sınırlılığı, veriler sadece danışman adaylarının öz-bildirimlerine dayanmaktadır; seansların süpervizörler tarafından doğrudan gözlemlenmesi veya danışan geri bildirimlerinin sürece dahil edilmemesi araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır. Gelecek çalışmalarda, çoklu veri kaynaklarının kullanılması, psikolojik danışman adaylarının yanı sıra danışanlar ve süpervizörlerin de araştırmaya dahil edilmesi önerilmektedir.

Katılımcıların ileri düzey psikolojik danışma tekniklerini kullanmakta zorlandıkları belirlenmiştir. Bu bağlamda psikolojik danışman eğitiminde video kayıt destekli psikolojik danışma uygulamalarına, rol oynama çalışmalarına ağırlık verilmesi bu sorunun çözülmesinde yararlı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca danışman adaylarının uygulama sürecinin başında sık

yaşadıkları performans kaygılarını azaltmaya yönelik kaygı yönetimi konusunda grup çalışmaları yapılabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulundan 11.12.2025 tarih ve 303147 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

Aladağ, M. (2014). *Psikolojik danışma ve rehberlikte süpervizyon: Kuram ve uygulama*. Ankara: Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği Yayınları.

Bakalın, O., Şanal-Karahan, F., and Şensoy, G. (2018). The effect of group supervision on the psychological counseling self-efficacy levels of psychological counseling candidates. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 9(4), 412-428.

Bernard, J. M., and Goodyear, R. K. (2014). *Fundamentals of clinical supervision* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

Borders, L. D., and Brown, L. L. (2005). *The new handbook of counseling supervision*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Bradley, L. J., and Ladany, N. (2001). *Counselor supervision: Principles, process, and practice*. Philadelphia: Taylor & Francis.

Dwairy, M. (2006). *Counseling and Psychotherapy with Arabs and Muslims: A Culturally Sensitive Approach*. Columbia University New York and London: Teachers College Press.

Erbaş, M. M., Koç, İ. ve Esen, E. (2020). Psikolojik danışman adaylarının süpervizyon sürecine ilişkin görüşlerinin incelenmesi: Manisa Celal Bayar Üniversitesi örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(53), 183- 205.

Erkan-Atık, Z., Arıcı, F. ve Ergene, T. (2014). Süpervizyon modelleri ve modellere ilişkin değerlendirmeler. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(42), 305-317.

Eryılmaz, A., ve Mutlu, T. (2018). Gelişimsel kapsamlı süpervizyon modeline ilişkin psikolojik danışman adaylarının görüşlerinin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(65), 123-141. <https://doi.org/10.17755/esosder.306932>

Hackney, H., ve Cormier, S. (2008). *Psikolojik danışma ilke ve teknikleri: Psikolojik yardım süreci el kitabı* (Çev. T. Ergene ve S. Aydemir). Ankara: Mentis Yayıncılık.

Hofstede, G. 2001. *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations* (2 ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.

Ivey, A. E., Ivey, M. B., and Zalaquett, C. P. (2014). *Intentional Interviewing and Counseling: Facilitating Client Development in a Multicultural Society* (9th Edition). Boston, MA: Cengage

İlhan, T., Rahat, E. ve Yöntem, M. K. (2015). Psikolojik danışman adaylarının süpervizyon sürecinde yaşadıkları danışma kaygısına ve süpervizyon eğitimine yönelik deneyimlerinin

incelenmesi [Öz]. *Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi'nde sunulmuş sözlü bildiri*, Mersin Üniversitesi, Mersin.

Kalkan, E., ve Güven, M. (2024). Psikolojik danışman adaylarının yaptıkları ilk psikolojik danışma oturumunun yorumlayıcı fenomenolojik analizi. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 10(2), 102-114. <https://doi.org/10.34137/jilses.1496902>

Koçyiğit, M. (2020). "Bireyle Psikolojik Danışma Uygulaması" dersinde grup süpervizyonu sürecinin incelenmesi. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 1116-1146. <https://izlik.org/JA64TA54TH>

Korban, İ. (2018). *Psikolojik danışmanların çok kültürlü psikolojik danışma yeterliklerinin psikolojik danışma becerilerini yordama düzeyi* (Yayın No. 494169). Yüksek lisans tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.

Korkut-Owen, F., Tuzgöl-Dost, M. ve Bugay, A. (2014). Psikolojik danışman eğitimcilerinin psikolojik danışman adaylarının mesleğe ilişkin kişisel eğilimleri hakkındaki görüşleri. *International Journal of Human Sciences*, 11(1), 1037-1055.

Mercan, O. ve Dursun, A. (2023). Psikolojik danışman adaylarının süpervizyon deneyimlerine ilişkin değerlendirmeleri: bir karma yöntem çalışması. *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 13(1), 105-134.

Meydan, B. (2013). Psikolojik danışman adaylarının psikolojik danışma becerileri eğitimine ilişkin görüşleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(2), 308-320.

Meydan, B. ve Koçyiğit-Özyiğit, M. (2016). Süpervizyon ilişkisi: Psikolojik danışma süpervizyonunda kritik bir öge. *Ege Eğitim Dergisi*, 17(1), 225-257

Ronnestad, M. H. and Skovholt, T. M. (2003). The journey of the counselor and therapist: Research findings and perspectives on professional development. *Journal of Career Development*, 30, 5-44.

Rogers, C. (1951). *Client-Centered Therapy: Its Current Practice, Implications and Theory*. London: Constable.

Stoltenberg, C. D., and McNeill, B. W. (2010). *IDM supervision: An integrative developmental model for supervising counselors and therapists* (3rd ed.). New York: Routledge.

Sue, D. W., and Sue, D. (2008). *Counseling the Culturally Diverse: Theory and Practice* (5th Edition). New York, NY: John Wiley & Sons.

Voltan-Acar, N. (2004). *Ne kadar farkındayım? Gestalt terapi*. Ankara: Babil Yayıncılık.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

**Antik Dönemden Erken Dönem Osmanlı'ya İki Şehrin Hikayesi: Yenişehir İznik
Tur Rotası Önerisi***

Doç. Dr. Ayşen ACUN KÖKSALANLAR, Bursa Uludağ Üniversitesi, İznik Meslek Yüksekokulu,
Bursa, e-posta: aysenacun@uludag.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9551-0702>

Öz

Osman Bey'in kurduğu ve Osmanlı Devleti'nin bir dönem yönetim merkezi olan Yenişehir ile Helenistik dönemden Osmanlı'ya kadar pek çok tarihsel izin sürülebildiği İznik Bursa'nın iki önemli ilçesidir. Fakat bu iki önemli tarihi destinasyon günümüzde turizm alanında hak ettikleri düzeyde tanınmamaktadır. Bu nedenle çalışmada Yenişehir ve İznik ilçeleri için kültürel bir tur rotası oluşturulmuştur. Çalışmada İznik ve Yenişehir'in tanınırlığını artırmak, Yenişehir'in tur programlarına dahil edilmesini sağlamak ve İznik'te konaklamanın artırılması amaçlanmıştır. Ayrıca çalışma Yenişehir ve İznik ilçelerini antik dönemden erken Osmanlı dönemine uzanan tarihsel süreklilik bağlamında bütüncül bir tur rotası önerisiyle ele alarak literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan tur programı Bursa, Yenişehir ve İznik'te bulunan 3 seyahat acentesi ve Bursa Rehberler Odası'na kayıtlı 2 turist rehberine gönderilerek incelemeleri istenmiştir. Acente yetkilileri ve rehberlerden gelen öneriler doğrultusunda tur programına son hali verilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Bir gece İznik konaklamalı olan tur Yenişehir'den başlayıp İznik üzerinden devam etmektedir. İlk gün İznik çini workshop etkinliği ile tamamlanmaktadır. Ertesi gün İznik'te başlayan tur programı İznik'in çok katmanlı kültürel miras öğeleri tanındıktan sonra sona ermektedir. Oluşturulan tur rotası yürüyüş ve kısa araç transferleri ile sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda hazırlanmıştır. Çalışmanın iki destinasyonun turizm hareketliliğini çeşitlendirmesi ve yerel kalkınmaya katkı sağlaması beklenmektedir.

* Bu çalışma Akdeniz 15. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresinde sunulan özet bildirinin genişletilmiş halidir.

Anahtar Kelimeler: İznik, Yenişehir, Tur Rota.

Makale Gönderme Tarihi: 06.02.2026

Makale Kabul Tarihi: 04.03.2026

Önerilen Atıf:

Acun Köksalanlar, A. (2026). Antik Dönemden Erken Dönem Osmanlı'ya İki Şehrin Hikayesi: Yenişehir İznik Tur Rotası Önerisi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(3): 157-174.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(3): 157-174. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1627>

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



RESEARCH PAPER

From Antiquity to the Early Ottoman Period: A Proposed Tourism Route Linking Yenişehir and İznik

Associate Prof. Dr. Ayşen ACUN KÖKSALANLAR, Bursa Uludağ University, İznik Vocational School, Bursa, e-mail: aysenacun@uludag.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9551-0702>

Abstract

Yenişehir, founded by Osman Bey and once an administrative center of the Ottoman Empire, and İznik, where many historical traces from the Hellenistic period to the Ottoman era can be followed, are two important districts of Bursa. However, these two significant historical destinations are not recognized at the level they deserve in the field of tourism today. For this reason, a cultural tour route has been created for the districts of Yenişehir and İznik in this study. The aims are to increase the recognition of İznik and Yenişehir, to ensure Yenişehir's inclusion in tour programs, and to increase accommodation in İznik. Furthermore, by examining the districts of Yenişehir and İznik within the framework of historical continuity from antiquity to the early Ottoman period through a holistic tourism route proposal, the study seeks to address a notable gap existing literature. The tour program prepared in line with these objectives was sent to 3 travel agencies located in Bursa, Yenişehir, and İznik, as well as 2 tourist guides registered with the Bursa Guide Association, for their review. The tour program was finalized according to the recommendations from agency officials and guides. Document analysis, one of the qualitative research methods, was used in the study. The tour, which includes one night's accommodation in İznik, starts from Yenişehir and continues through İznik. The first day concludes with an İznik tile workshop activity. The next day, the tour program, which begins in İznik, ends after exploring İznik's multi-layered cultural heritage elements. The created tour route has been prepared in accordance with sustainable tourism principles, incorporating walking and short vehicle transfers. The study is expected to diversify the tourism mobility of the two destinations and contribute to local development.

Keywords: İznik, Yenişehir, Tour Route.

Received: 06.02.2026

Accepted: 04.03.2026

Suggested Citation:

Acun Köksalanlar, A. (2026). From Antiquity to the Early Ottoman Period: A Proposed Tourism Route Linking Yenişehir and İznik, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(3): 157-174.

GİRİŞ

Tarih boyunca pek çok medeniyete ev sahipliği yapan ve doğal olarak farklı kültürlerle ait zengin kültürel izler barındıran Anadolu, günümüzde katmanlı bir kültür yapısına sahiptir. Antik dönemden Bizans'a, erken dönem Osmanlısından günümüze uzanan bu kültürel süreklilik Anadolu coğrafyasının önemli bir özelliğidir. Bu özelliği ile Anadolu, kültür turlarının uğrak noktası olmuştur. Çok farklı kültür izlerinin görülebildiği noktalar kültürel rotalar ile turistlerle buluşmuştur. Bu noktada İznik Helenistik dönemden itibaren yerleşim gören önemli bir destinasyondur. Pek çok uygarlığa başkentlik yapmış, Hristiyanlık dini için iki önemli konsile ev sahipliği yapmış ve erken Osmanlı döneminde camiler, medreselerle süslenmiştir. Yenişehir ise erken dönem Osmanlısında merkez olarak kabul edilen bir yer olarak karşımıza çıkmaktadır.

Erken dönem Osmanlı olarak adlandırılan dönem Osmanlı Devleti'nin kuruluşundan İstanbul'un fethine kadar olan süreci kapsamaktadır (1299-1453). Anadolu Selçukludan Osmanlı'ya bir geçiş özelliği taşıyan bu dönemde Osmanlı, sanat ve mimaride kendine has bir özellik oluşturmuştur (Gönül, 2017). Bu dönemin başlarında Beyliğin ilk yerleşim alanları Söğüt ve Domaniç olmuştur. Osman Gazi, Orhan Gazi ve I. Murad dönemlerinde yeni fetihler gerçekleştirilmiş ve devletin sınırları genişletilmiştir. Beylik döneminde Söğüt ve Domaniç'te başlayan hakimiyet sahası Bursa, İznik, Edirne gibi önemli kentlerin alınmasıyla genişlemiştir (Ekinci, 2025).

Önce Yenişehir'in Osman Gazi tarafından kurulması ardından İznik'in Orhan Gazi tarafından alınması Osmanlı Devleti'ne önemli bir güç kazandırmıştır. Bu dönemde ele geçirilen bölgelerde hızla imar faaliyetlerine girişilmiştir. Özellikle Yenişehir, İznik ve Bursa'da farklı dönemlere ait yapılarla birlikte önemli erken dönem Osmanlı eserlerine de rastlanmaktadır. Yenişehir, Bursa alınıncaya kadar Osmanlı'nın yönetim üssü olarak siyasi yapılanmanın temellerini atmıştır. İznik ise Osmanlı kültürünün ve çinisinin başkenti olmuştur.

Günümüzde ise Yenişehir ve İznik sahip oldukları tarihsel mirasa rağmen turizmden hak ettikleri düzeyde faydalanamamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada farklı dönemlere ait kültür katmanlarının olduğu İznik ve Osmanlı izlerinin bulunduğu Yenişehir'in turizm alanında tanınırlığını arttırmak amaçlanmıştır. Ayrıca Yenişehir'in tur programlarına dahil edilmesi ve İznik'te konaklamanın arttırılması çalışmanın diğer amacıdır. Sahip oldukları kültürel miras ile güçlü potansiyele sahip olan Yenişehir ve İznik'te bu potansiyelin doğru şekilde değerlendirilmesi hem bölgesel kalkınmaya hem de kültürel miras farkındalığının artmasına katkı sayılabilir. Bu nedenle bu çalışmada Yenişehir ve İznik ilçeleri için kültürel bir tur rotası oluşturmak amaçlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yenişehir Tarihi

Yenişehir tarihinde en önemli olay 1301 yılında Osman Gazi tarafından bölgenin fethedilerek yeni bir şehrin kurulması ve Bursa'dan önce beyliğin merkezi/başkenti olmasıdır. Bu nedenle özellikle kuruluş döneminde en çok ilgiyi çeken yerleşimlerden biri olmuştur (Hızlı, 2014). Yenişehir'in alınmasına kadar gelen süre içinde Osman Gazi önce İnegöl'e bir baskın yapmış, ardından Karacahisar'ı fethetmiş ve burayı kendine merkez edinmiştir. Böylelikle Osmanlı Beyliğinin ilk merkezi Eskişehir'e 7 km uzaklıkta sarp bir tepe üzerinde bulunan ve bugün mevcut olmayan Karacahisar Kalesi olmuştur. Osman Gazi de bu olaydan sonra fiilen bir gazi bey durumuna yükselmiştir. Bursa fethine kadar Yenişehir, Osmanlı Beyliğinin merkezi olarak kalmıştır (Afyoncu, 2024). Ayrıca Osman Bey'in Anadolu Selçuklu Devleti hükümdarı 2.

Gıyasettin Mesut'tan bağımsızlık belgesi olarak Osmanlı Devleti'nin kuruluş hutbesini burada okuttuğu bilinmektedir. Başkent Bursa olduktan sonra bile bazı padişahların düğünleri, av partileri ve şehzadelerin sünnet törenleri burada yapılmıştır. Osmanlıda ilk para da Yenişehir darphanesinde basılmıştır. Yenişehir konumu itibarıyla Bilecik, İznik, Bursa, İnegöl'ün tam merkezinde yer alması nedeniyle Osmanlı döneminde fetihleri gerçekleştirmede önemli rol oynamıştır (Ayaz, 2022).

Bursa Kütüğünde Yenişehir, Bursa Yenişehir'i olarak anılmaktadır. Ayrıca 1301 yılında Osman Gazi tarafından fethedildiği, yeniden imar edildiği ve Bursa'dan önce hükümet merkezi olduğu belirtilmektedir (Çetin, 2014). Çalışmalarda Yenişehir'in Osman Gazi tarafından kurulduğu, şehir statüsüne dahil edildiği ve tahtgah olarak tercih edilen bir başkent olduğu belirtilmektedir. Aşıkpaşazade "*Kendü Yenişehir'e vardı. Yanındaki gazilere evler yaptı. Anda duraklandı. Anun adını Yeni Şehir kodılar.*" derken Neşri eserinde "*Kendi Yenişehir'e varıp oraya taht kurdu. Burayı karargâh edindi. Yeni yurt seçti. Yanındaki gazilere evler yapıverdi. Burayı mamur etti. Ondan ötürü oraya Yenişehir dendi.*" yazmaktadır. Bu kayıtlardan Osman Gazinin burada bir şehir kurmaya karar verdiği ve kurduğu şehri merkez edindiği anlaşılmaktadır. Merkez edinirken de buraya evler, mabetler ve başka yapılar yaptırdığı da bilinmektedir (Sevim, 2014).

Yavaş (2014), Yenişehir'i ilk payitaht ve ilk öz Osmanlı şehri ve Osmanlı mimarisinin ilk örneklerinin bulunduğu bir yer olarak tanımlamaktadır. Yenişehir'in Söğütten sonra beyliğin ikinci merkezi olduğu bilinmektedir. Çünkü Osman Gazi sefere gittikten sonra artık devletin merkezi olan Yenişehir'e dönüyordu. Bilecik, Yarhisar ve İnegöl fetihlerinden sonra 1299 Yenişehir'de karar kılındığı, buraya evler yapıldığı ve Türkçe adıyla bu isimle anılmaya başlandığı kaynaklarda geçmektedir. Osman Gazi'nin Yenişehir'i tercih etmesinin önceden düşünülmüş planlı bir hareket olduğu ve asıl hedefinin İznik'i fethetmek olduğu bilinmektedir. Çünkü Yenişehir kurulduktan hemen sonra 1301 tarihinde İznik kuşatmasına başlanmıştır (Oğuzoğlu, 2014; Şeker, 2014; Yenişehir Belediyesi, 2025a).

Osman Gazi dışında Orhan Gazi zamanında da en azından başlangıçta Yenişehir'in merkezliği devam etmiştir (Şeker, 2014). Orhan Gazi Yenişehir'i babasından kalan bir miras olarak görmüş, değer vermiş ve Ulu Cami'yi yaptırmıştır. İlk dönemden itibaren birçok ünlü isim Yenişehir'e çok sayıda dini, sosyal ve kültürel amaçlı eserler yaptırmıştır (Hızlı, 2014). Yenişehir'de kurulan ilk medrese Orhan Gazi zamanında oğlu Süleyman Paşa tarafından yaptırılmıştır. Onun adıyla anılan bu medrese günümüzde yoktur. Murad Han Edirne'nin fethi nedeniyle kazanılan zafer hatırası olarak Yenişehir'de bir imaret yaptırmıştır. Ayrıca Baba Pustınpuş için bir zaviye yaptırdığı da kayıtlarda yer almaktadır. Yıldırım Bayezid ve II. Murad zamanında da Yenişehir'in hala merkez konumunun devam ettirildiği görülmektedir. II. Bayezid dönemi vezirlerinden Karaca Paşa'da Yenişehir'de bir zaviye yaptırmıştır (Şeker, 2014).

Yenişehir Tarihi Yapıları

Sinan Paşa Külliyesi

Arnavut olan Sinan Paşa saraydan yetişmiş ve Mısır valisi, sadrazamlık gibi görevler yürütmüştür. Görevleri nedeniyle Yemen Fatih'i unvanı almıştır (Çetin, 2014). Tarihi belgelere göre külliyenin inşasına 1572 tarihinde başlanmış ve 1580 tarihinden önce bitirilmiştir. Yapı üç sıra tuğla ve bir sıra taş malzeme kullanılarak almalı duvar tekniği ile yapılmıştır (Ayaz, 2022). İlk yapıldığı dönemde külliye cami, medrese, sıbyan mektebi, imaret, tabhane, fırın, han ve kervansaray olduğu bilinmektedir. Fakat günümüze camisi, tabhane ve imareti ve temel kalıntıları izlenen arastası gelebilmiştir. Külliyenin içinde yer alan Sinan Paşa Camisi kareye yakın planlı ve tek kubbelidir. Minarede taş tuğla örgü sistemi kullanılmıştır. Minare şerefesinin

altındaki az bir bölümde İznik çini pano kalıntıları vardır. Caminin içinde de çini ve kalem işi süslemeler vardır (Yazgan ve Ünay, 2019).



Fotoğraf¹: Sinan Paşa Cami



Fotoğraf: Orhan Gazi Cami

Orhan Gazi- Ulu Cami

Cami Orhangazi tarafından yaptırılmıştır. Dönemin en büyük camisi olduğu için ulu cami de denmiştir (Bakır ve Kaya, 2014). Tarih boyunca pek çok kez tadilat geçiren cami 1324-1362 yılları arasında yapılmıştır (Ayaz, 2022).

Saat Kulesi

Yapımına 1932 yılında başlanmış ve 1936 yılında bitirilmiştir. Yapının mimari ustası Halil Balcıdır. Yaklaşık 2.5 m yüksekliğinde kaidesi bulunan saat kulesi 25 metre yükseklikte yapılmıştır (Ayaz, 2022). Saat kulesinde biri büyük biri küçük olmak üzere iki çan yer almaktadır. Büyük olan çan Yenişehir'deki eski Rum kilisesinden daha küçük olanı ise İnegöl Kurşunlu köyündeki kiliseden getirilmiştir. Kuledeki saatler Saatçi Nuri Efendi tarafından yapılmıştır (Yenişehir Belediyesi, 2025b).



Fotoğraf: Saat Kulesi



Fotoğraf: Balıbey Cami

¹ Metin içinde yer alan fotoğraflar yazar tarafından çekilmiştir.

Çifte Hamam

17. yüzyıla tarihlenen hamamın kitabesi ve vakıf kaydı bulunmamaktadır. Kuzey güney doğrultusunda dikdörtgen planlı çifte hamam yapısı 2005 yılında restore edilmiştir (Ayaz, 2022; Yenişehir Belediyesi, 2025b).

Balıbey (Çarşı Cami)

Tabhaneli camiler plan tipi ile inşa edilen camiye 20. yüzyılda restorasyon yapılmıştır. Dikdörtgen planlı olan caminin güneyinde iki mezar taşı yer almaktadır. Birinci mezar taşında Balıbey'in adı belirtilmeyen bir oğlunun 1504-1505 tarihinde vefat ettiği belirtilmiştir. İkinci mezar taşında ise sadece 1549-1550 tarihi yer almaktadır. Yenişehir Şemaki Evi'nin bahçesinde Balıbey Camisi'nin 1746-47 yılına tarihlenen tamir kitabesi yer almaktadır. Cami halk arasında Çarşı Camisi olarak bilinmektedir (Bakır ve Kaya, 2014; Ayaz, 2022; Yenişehir Belediyesi, 2025b).

Yenişehir Şemaki Evi Müzesi

Yenişehir Şemaki Evi, İran'dan göç eden Şemaki ailesi için 18.yüzyılda inşa edilmiş ve aile adıyla anılmıştır (Aksoy, 2014). İki katlı olan yapının zemin katında taşlık yer almakta; sağ tarafta mutfak ve kiler, sol tarafta ise iki oda bulunmaktadır. Ahşap merdivenle çıkılan üst kattaki odalarda zengin kalem işi süslemeler yer almaktadır. Tarihi yapı 1945 senesinde Millî Eğitim Bakanlığı tarafından kamulaştırılmış, 1958 yılında ise müze olarak ziyarete açılmıştır (Ayaz, 2022).



Fotoğraf: Şemaki Evi Müzesi



Fotoğraf: Çınarlı Cami içi

Voyvoda (Çınarlı) Cami

1415 yılında Sungur Paşa tarafından yaptırılan cami önündeki tarihi çınar ağacından dolayı halk arasında Çınarlı Cami olarak bilinmektedir (Bakır ve Kaya, 2014). 1820 yılında yangın geçiren yapı Sungur Paşa'nın soyundan olan bir kişi tarafından tamir ettirilmiştir. Caminin minaresi 1968

yılında yıkılmıştır. Ardından 1972 yılında özgün mimari özelliklerine uygun bir şekilde yeniden inşa edilmiştir (Ayaz, 2022).

Süleyman Paşa Türbesi

Osman Gazinin oğlu Orhan Gazi şehzade iken, Yar Hisar tekfurunun kızı Holofria (Nilüfer) Hatun ile evlenmiştir. Orhan Gazi'nin Nilüfer Hatundan doğan ilk oğlunun adı Süleyman Paşa'dır. Bir av esnasında atı aniden tökezleyip bir çukura düşmüş ve bu kaza sonucunda Süleyman Paşa vefat etmiştir. Mezarı Bolayır'dadır. Buradaki lahitte herhangi bir yazının olmaması yapının makam mezarı olduğunu göstermektedir. Yapının inşasında iki sıra tuğla bir sıra taş malzeme kullanılmıştır. Yapım tekniği ile Erken dönem Osmanlı mimari üslubu izleri taşımaktadır (Konukçu, 2019; Gülgen, 2014; Ayaz, 2022).



Fotoğraf: Süleyman Paşa Türbesi



Fotoğraf: Kumluk Cami içi

Kumluk Cami

Beylikler döneminde Osman Gazinin obasının caminin bulunduğu Kumluk mevkiye yerleştiği, Osman Gazinin emriyle ahşap bir cami yapıldığı ve caminin adının Osman Gazi tarafından Kumluk Cami olarak belirlendiği bilinmektedir. Bu yapı ilk olarak 1295 yılına tarihlenmektedir. Cami sadrazam Murat Paşa tarafından 1600'lü yıllarda büyük bir tamirat görmüştür (Bakır ve Kaya, 2014). Mihrap ve minberin mimarisi ve süslemeleri 20. yüzyıla tarihlenmektedir (Ayaz, 2022).

Pustınpuş Baba Zaviyesi

Orhan Gazi zamanında Buhara'dan gelen ve asıl adının Seyyid Mehmed Buhari olduğu bilinen Pustınpuş Baba'ya Yenişehir'in batı tarafında bir zaviye bina yapılmıştır. I. Murad zamanında oraya defnedilmiştir (Öcalan, 2019; Çetin, 2014). Kendisi Osman Gazi ve Orhan Gazi dönemlerini görmüş ve dervişleriyle birlikte Koyunhisar Savaşının kazanılmasında önemli rol oynamıştır (Yediyıldız, 2014).

İznik'in Tarihi

İznik Roma, Doğu Roma (Bizans), Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde oldukça önemli bir kent olmuştur. Kentin günümüze kadar gelebilen en eski ismi Helikore'dir. Kent bir dönem Büyük İskender'in komutanlarından Antigonos ve daha sonra Lysimakhos tarafından yönetilmiştir. Lysimakhos karısının adına ithafen kentin adını Nikaia olarak değiştirmiştir. Yapılan savaşlar ve siyasi olaylar doğrultusunda kent bir dönem Bitinya Krallığı adı altında yönetilmiştir. Daha sonra MÖ 74 yılında vasiyet yoluyla Roma Cumhuriyetine geçmiştir. MS 257-258 yıllarında gerçekleşen Got saldırıları sonucunda kent surlarla çevrelenmiştir. MS 325 yılında Hristiyanlık tarihi için oldukça önemli olan ve Hristiyanlar tarafından hala kabul edilen kararların alındığı 1. İznik Konsili bu topraklarda toplanmıştır. Pek çok Roma ve Bizans imparatoru bu kente uğramış çeşitli yapılar yaptırmıştır. MS 787 yılında 2. İznik konsili Ayasofya'da toplanmıştır. Pek çok önemli din adamı bu konsile katılmıştır. Kent stratejik konumu nedeniyle tarih boyunca isyancıların ilk adresi olmuş ve tarih içinde çok fazla saldırıya uğramıştır. 1075 yılında kent Süleyman Şah'ın eline geçmiş ve Anadolu Selçuklu Devleti'nin ilk başkenti olmuştur. Süleyman Şah'tan sonra yönetime I. Kılıçarslan geçmiş ve bu dönemde Haçlı seferleri yaşanmıştır. Kent bir dönem Bizans'ın eline geçmiş daha sonra Türkler tarafından tekrar geri alınmıştır. Latinler İstanbul'u işgal edince imparator ve işgalden kaçan kişiler İznik'e gelmiştir. 1208 yılında I. Teodoros Laskaris İznik'te imparatorluğunu ilan etmiştir. Bu dönemde İznik'te imar faaliyetlerine önem verilmiştir. Bölgede giderek güçlenen Osman Bey İznik'i kuşatmış ve kent oğlu Orhan Gazi tarafından 1331 yılında fethedilmiştir. Osmanlılar İznik'te Davud-u Kayseri, Eşrefoğlu Rumi gibi birçok bilim adamını bir araya getirmiştir. Daha sonraki dönemlerde İznik çini ve seramikleriyle dünyaca ün kazanmıştır (Yalman, 1998; Eyice, 1988; Yalduz, 2003; Şahin, 2004; İnalçık, 2004; Chadwick, 2004; Ermiş, 2009; Altun, 2012; Darcan, 2013; Batır, 2014).

İznik Tarihi Yapıları

Yenişehir Kapı

Şehrin güneyinde yer alan kapı imparator Claudius zamanında inşa edilmiştir. Kapı üç bölümden oluşmaktadır. Yenişehir Kapı, düşman taarruzlarının ve depremlerin etkisiyle en fazla tahribata uğrayan kapıdır (İznik Belediyesi, 2024). Kapının restorasyonu 2024 yılında tamamlanmıştır (Özer, 2024).

Roma Tiyatrosu

Tiyatronun MS 111 yılında Bithynia valisi olan Genç Plinius'un inşaat çalışmaları ile ilgili imparatora yazdığı mektuplarla Traianus Döneminde (MS 98-117) inşa edildiği kesin olarak bilinmektedir. Düz bir alana tonozlu bir yapıyla inşa edilen tiyatro 10 bin kişiliktir. Kazılarda bulunan kılıç kalkan kabartması ile burada gladyatör dövüşlerinin yapıldığı bilinmektedir. Tiyatronun orijinal kullanım evresi iki yüz yıl sürmüştür. Sonrasında dini amaçlı kullanılmış, Meryem ve kucağında İsa tasvirli freskler yapılmıştır. Daha sonra depremten etkilenerek terkedildiği ve bir dönem çöplük olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Bizans döneminde kuşatmaların etkisiyle tiyatrodan alınan bazı parçaların surların inşasında kullanıldığı görülmektedir. MS 9. yüzyıldan sonra ise Bizans seramik üretiminin yapıldığı atölye olarak kullanılmıştır. Osmanlı döneminde de seramik üretiminin bu alanda devam ettiği kazılar sonucunda belirlenmiştir (Ekin Meriç, 2019).



Fotoğraf: Roma Tiyatrosu



Fotoğraf: Bazilika

Bazilika

Yapı 2014 yılında keşfedilmiş ve o yılın en önemli on büyük keşfi arasında gösterilmiştir. İlk bulunduğu kıydan yaklaşık 50 m açıktaki ve ortalama 3 m derinliktedir. Yapılan kazılar sonucunda atriumlu, üç nefli bir bazilika açığa çıkarılmıştır. Ayrıca yapılan kazılarda yapının içinde ve çevresinde çok sayıda mezar kalıntısı ele geçirilmiştir (Şahin, 2022).

Ayasofya Orhan Cami

Roma dönemindeki bir yapının temelleri üzerine Bizans döneminde kentin merkezine, caddelerin kesiştiği yere bir kilise yapıldığı bilinmektedir. Depremler gibi sebeplerle çeşitli yapı evreleri geçirmiştir. Orhan Gazi döneminde camiye çevrilmiş ve Kanuni Sultan Süleyman döneminde Mimar Sinan'a restore ettirilmiştir (Eyice, 1988). 2. İznik konsilinin toplandığı alandır. 787 yılında ikona sorununu çözmek için Patrik Tarasios yönetiminde 350 psikopos ve çok sayıda keşiş bu konsile katılmıştır. Yapı 2007 yılında restore edilmiş, 2011 yılında da ibadete açılmıştır (İznik Belediyesi, 2024).



Fotoğraf: Ayasofya Orhan Cami içi



Fotoğraf: Ayasofya Orhan Cami

Çini Fırınları Kazı Alanı

İki dönem halinde ele alınan çini fırınları kazısı İznik için oldukça önemli olmuştur. Çünkü Milet işi, Haliç işi, Şam işi, Rodos işi gibi isimlerle adlandırılan Osmanlı seramik ve çinilerinin asıl

üretim merkezinin İznik olduğu bu kazılarla anlaşılmıştır. 14-18. yüzyıllar arasında burada Osmanlı çini ve seramik üretiminin yapıldığı belirlenmiştir (Demirsar Arlı, 2018). Kazılarda on bir fırın ateşhanesi tespit edilmiştir (Demirsar Arlı, Arlı ve Kaya, 2025).

Süleyman Paşa Medresesi

Süleyman, Ertuğrul ve Osman'ın torunu, Orhan'ın Nilüfer Hatun'dan olan oğludur. Doğum tarihi kesin olmamakla birlikte 1300 sonrası olduğu öngörülmektedir (Konukçu, 2019). İznik'te onun adına yapılan medrese, günümüze kadar gelen en erken Osmanlı medresesidir. 11 oda ve 1 dershaneden oluşmaktadır (Furat, 2003).

Hacı Özbek Cami

Kitabesine göre Hacı Özbek B. Mehmed tarafından 1333-34 yılında yaptırılmıştır. Kitabesi mevcut en eski Osmanlı eseridir. İznik'in fethinden kısa bir süre sonra yapılması burada Müslüman Türk damgasını vurmak amacıyladır. Yol yapım çalışmaları nedeniyle orjinal son cemaat yeri kaybolmuştur (Eyice, 1996).

Nilüfer Hatun Türk İslam Eserleri Müzesi

Sultan I. Murat tarafından annesi Nilüfer Hatun adına yaptırılmıştır. Ters T planı ile inşa edilen yapı erken Osmanlı dönemi örneklerindendir. Günümüzde Türk İslam eserleri müzesi olarak hizmet vermektedir. Çini bölümünde İznik çinisi ile ilgili eserler yer almaktadır. Ayrıca diğer salonda çeşitli dönemlere ait sikkeler, hat levhaları, Erken Osmanlı kitabeleri ve günlük yaşama ait eserler sergilenmektedir (<https://turkishmuseums.kprod.kultur.gov.tr>).

Yeşil Cami

Çandarlı Halil Hayreddin tarafından yapımına başlanan cami paşanın ölümü üzerine oğlu Ali Paşa tarafından tamamlanmıştır. 1378-1391 yılları arasında inşası tamamlanmıştır. Caminin mimari Hacı Musa'dır. Minaresindeki çini süslemelerden dolayı Yeşil Cami adını almıştır (Bozyokuş, 2018).



Fotoğraf: Lefke Kapı



Fotoğraf: Yeşil Cami

Lefke Kapı ve İstanbul Kapı

İznik kentinin Helenistik Dönemde surlarla çevrili olduğu kaynaklarda geçmektedir. Fakat Helenistik dönemden günümüze kadar surlar gelememiştir. Bugün görülen surlar MS 250'li yıllardan sonra Gotların saldırılarından sonra tedricen inşa edilmiştir. Sur yapımına imparator Gallienus döneminde başlanmış Gothicus dönemimde sur yapımı bitirilmiştir. Sonrasında Lascaris (1205-1222), Vatatzes (1222-1254) ana surların dışına, dış surlar inşa ettirmiştir. Kapılar ise İmparator Vespasianus ve oğlu Titus tarafından ana surların dört ana yönünde anıtsal nitelikli kapılar inşa edilmiştir. Bunlar ilk yapıldıklarında zafer takı niteliğinde olup surlarla bağlantılı değillerdir. Bu kapılar Lefke Kapısı (Doğu), İstanbul (Kuzey) Kapısı, Göl Kapısı (Batı) ve Yenişehir Kapısı (Güney) olarak adlandırılmıştır. Lefke Kapısı üzerinde Plancius ve Hadrian'a ait yazıtlar vardır. İstanbul Kapı ise Nikaia'nın en önemli kapısıdır. Roma döneminde zafer takı şeklinde yapılmıştır. Lefke Kapı'ya benzemektedir (Kuleli, 2023).

Arkeoloji Müzesi

2023 yılında ziyarete açılan müzede yaklaşık 8500 yıl öncesinden günümüze kadar gelen çeşitli eserler sergilenmektedir (www.turkishmuseums.com).

İznik Çinisi

İznik çinisi 14.-15. ve 16. yüzyıllarda en parlak dönemini yaşamıştır. İznik bu süreçte sadece siyasi ve kültürel açıdan değil aynı zamanda çini sanatının da önemli merkezlerinden biri haline gelmiştir. İznik çinisi Osmanlı döneminde saray ve kamusal mimaride yaygın olarak kullanılmıştır. İznik çinilerinin üretiminde başlıca hammadde olarak kuvars, cam tozu ve kil kullanılmıştır. Bu malzemeler fırınlanıp öğütüldükten sonra hamur haline getirilmiş kalıplarda şekillendirilen plaklar yaklaşık bir hafta süreyle kurutulmuştur. Kuruma işleminin ardından astarlama yapılmış ve çiniler yaklaşık 930 derecede ilk pişirmeye tabi tutulmuştur. Bu aşamadan sonra fırın kapatılarak ürünlerin yavaş bir şekilde soğuması sağlanmıştır. Desenleme sürecinde parşömen kâğıdı üzerine çizilen motifler iğne yardımıyla delinmiş kömür tozu kullanılarak desenin çini yüzeyine aktarılması sağlanmıştır. Boyama işleminin ardından çiniler sırlanmış ve yeniden pişirilmiştir (Bursa Valiliği, 2025). Yapılan çalışmalarda İznik çini ve seramiklerinin 1260 °C'ta pişirildikleri belirlenmiştir (Satır, 2008).

Tur Rotası ile İlgili Çalışmalar

Literatürde çeşitli il ve ilçeler için yapılmış, inanç, kültür, ekoturizm temelli çeşitli rota çalışmalarına rastlanmıştır. Fakat Yenişehir ve İznik özelinde yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Akın ve Gül (2020) tarafından Isparta Atabey ilçesinin sahip olduğu ekoturizm potansiyeli ve turizm rotalarının belirlenmesi amacıyla bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Aksoy (2022), Erzurum Tabyaları için bir kültür rota önerisi çalışması yapmıştır. Halaç ve Kelkit (2023), Sivas ili için kültür rotası önerisi hazırlamıştır. Çalışmada kültürel miras farkındalığını kazandırmak amaçlanmıştır. Ünver ve Şahin (2024) Bandırma için bir tur rota önerisi hazırlamışlardır. Tur rota önerisi çalışmasında Bandırma için yarım günlük, günübirlik ve bir gece konaklamalı rotalar oluşturulmuştur. Kök ve Halaç (2024) Samsun ili Kavak ilçesi için kültürel mirasın korunması amacıyla ahşap camileri temel alan bir tur rota önerisi geliştirmişlerdir. Çelik ve Kadirhan (2024), Şırnak için kültür, inanç ve yürüyüş rotaları

oluşturmuşlardır. Şırnak'ın tanıtılması amacıyla 7 yürüyüş, 3 kültür ve inanç rotası belirlenmiştir. Dinç ve Deniz (2026) tarafından Demre ilçesi için yürünebilir kültür rotaları geliştirilmiştir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı antik dönemden erken dönem Osmanlı'ya uzanan tarihsel süreçte farklı kültürel katmanlara sahip olan İznik ve Yenişehir'in çok katmanlı mirasını kültür turizmi ile ele alarak uygulanabilir bir tur rotası önermektir. Yenişehir ve İznik'in turizm alanında tanınırlığını arttırmak amacıyla yapılan çalışmada Yenişehir'in tur programlarına dahil edilmesi ve İznik'te konaklamanın arttırılması da hedeflenmiştir. Yenişehir Osmanlı'nın kuruluş döneminde yönetim merkezi olurken İznik ise medeniyetlerin başkenti ve Osmanlı döneminde kültürel merkez olmuştur.

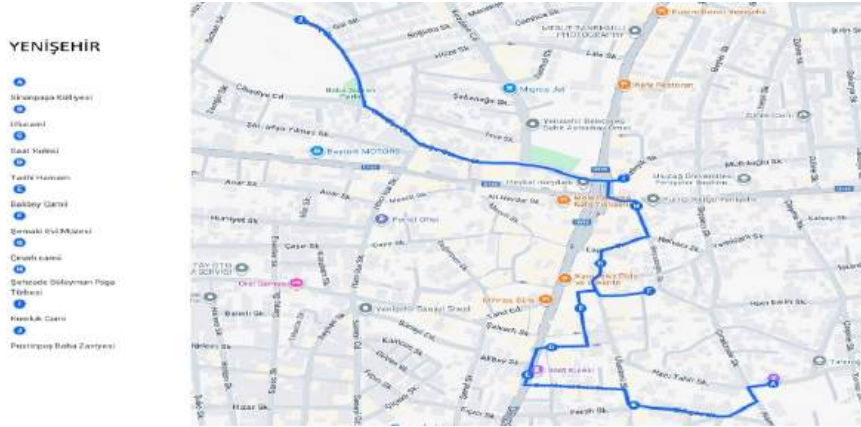
Araştırmanın temel materyalini Yenişehir ve İznik'te bulunan ve kültür turizmi kapsamında değerlendirilen tarihi ve mimari yapılar oluşturmaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman analizi kullanılmıştır. Kayıt ve belgelerin incelenerek veri elde edildiği doküman analizinde belli bir amaca yönelik olarak kaynakları bulma, okuma, not alma ve değerlendirme işlemleri yapılmaktadır. Bu analizde basılı ve elektronik materyaller incelenir ve değerlendirilir (Sak, Şahin Sak, Öneren Şendil ve Nas, 2021). Doküman analizi kapsamında İznik ve Yenişehir'in tarihsel gelişimi, kültürel miras unsurları ve turizm potansiyeline ilişkin akademik yayınlar, kitaplar, tezler ve yerel yönetimlerin yayımladığı kaynaklar incelenmiştir. Elde edilen veriler ile kültürel miras kapsamındaki mekanlar tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında hazırlanan taslak tur rotası uzman görüşü almak için Bursa Rehberler Odası'na kayıtlı 2 turist rehberine ve Yenişehir, İznik ve Bursa'da bulunan 3 seyahat acentesine gönderilmiştir. Rehberler ve acente yetkililerinden gelen öneriler doğrultusunda tur programına son hali verilmiştir. Belirlenen rota alan incelemesi için belirlenen mekanlar araştırmacı tarafından yerinde incelenerek yürüyüş ve araç güzergahları denenmiş ve fotoğraflanmıştır.

YENİŞEHİR İZNİK TUR ROTA ÖNERİSİ

Bursa ili Yenişehir ve İznik ilçelerini kapsayan ve Tablo1'de gösterilen tur programı 1 gece İznik konaklamalıdır. Sabah saat 09:00'da Yenişehir'den tura başlanmaktadır.

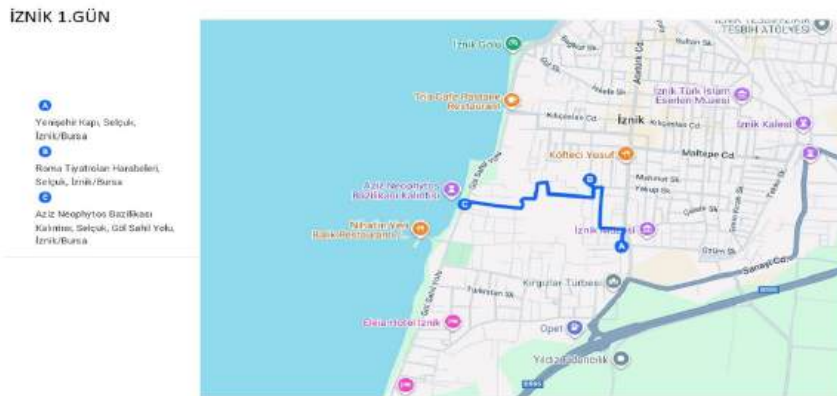
Tablo 1. Yenişehir İznik Tur Rotası

Yenişehir İznik Tur Rota Önerisi	
1. Gün	09:00 Yenişehir'e geliş 09:00-09:30 Sinan Paşa Külliyesi 09:40-10:00 Orhan Gazi Cami 10:10-10:20 Saat Kulesi 10:30-10:40 Çifte Hamam 10:45-10:55 Balibey Cami 11:00-11:30 Yenişehir Şemaki Evi Müzesi 11:40- 11:50 Çınarlı Cami 12:00-12:10 Süleyman Paşa Türbesi 12:15-12:25 Kumluk Cami 12:35-13:00 Pustınuş Baba Zaviyesi 13:00-14:00 Öğle Yemeği 14:00 14:30 İznik'e hareket 14:30 14:40 Yenişehir Kapı 15:00- 15:20 Roma Tiyatrosu 15:30- 16:00 Bazilika 16:00-17:00Gölde Serbest Zaman 17:00-18:00 Çini workshop Otele Gidiş
2. Gün	10:00-10:30 Ayasofya Orhan Cami 10:35-10:45 Çini Fırınları Kazı Alanı 10:55-11:20 Süleyman Paşa Medresesi 11:30- 11:40 Hacı Özbek Cami 11:50- 12:15 Nüfûr Hatun Türk İslam Eserleri Müzesi 12:15- 12:25 Yeşil Cami 12:35- 12: 55 Lefke Kapı 13:00- 14:00 Öğle Yemeği 14:10- 14:40 Arkeoloji Müzesi 14:45- 15:00 İznik Surları 15:00- 15:15 İstanbul Kapı 15:30 Dönüş



Şekil 1. Turun Yenişehir Bölümü

Turun ilk durağı Sinan Paşa Külliyesidir. Burada Yenişehir tarihi, Sinan Paşa'nın kimliği ve külliye özellikleri anlatılabilir. 09:00-09:30 arası külliye yapılacak anlatımın ardından yaklaşık 10 dakikalık yürüme mesafesinde bulunan Orhan Gazi Cami'ye 09:40'ta varılmaktadır. Burada Orhan Gazi'nin kimliği ve cami özellikleri anlatıldıktan sonra yürüme mesafesindeki Saat Kulesine geçilmektedir. Burada Saat Kulesi hakkında bilgiler verdikten sonra Çifte Hamam'a 10:30'da varılmaktadır. Burada Osmanlı'da hamam kültürü ve hamam yapıları anlatımı yapılabilir. Ardından yaklaşık 5 dakika mesafede bulunan Balıbey Cami'ne gidilmektedir. Burada Balıbey'in kimliği ve cami hakkında bilgiler verilebilir. Sonrasında saat 11:00'da Yenişehir Şemaki Evi Müzesi'ne gidilmektedir. Burada kalış süresi yaklaşık yarım saattir. Bu sürede ev sahibi hakkında bilgiler, evin özellikleri, kullanılan kalem işi süslemeler, konak özellikleri, o dönemin yaşantısı hakkında anlatım yapılabilir. Yaklaşık 10 dakikalık yürüyüşün ardından 11:40'da Çınarlı Camiye gelinmektedir. Cami özellikleri, yapım tarihi hakkında detaylı bilgiler verildikten ve cami gezildikten sonra Süleyman Paşa Türbesi'ne gidilmektedir. Süleyman Paşa'nın kimliği, hayatı ve vefatı, türbe özellikleri anlatımının ardından yaklaşık 5 dakika yürüme mesafesinde bulunan Kumluk Cami'ne varılmaktadır. Caminin tarihi özellikleri hakkında verilen bilgilerden sonra araçla yaklaşık 10 dakikada Yenişehir'deki turun son durağı olan Pustınpuş Baba Zaviyesi'ne gidilmektedir. Burada Pustınpuş Baba'nın kimliği, Osmanlı dönemindeki yaptığı işler ve zaviye kavramı anlatılabilir. Ardından Yenişehir'de verilen öğle yemeği arasından sonra araçla yaklaşık yarım saat süren bir yolculukla İznik'e varılmaktadır.



Şekil 2. Turun İznik Bölümü 1. Gün

Turun İznik bölümünde Yenişehir Kapı, Roma Tiyatrosu, Bazilika ve İznik Gölü yer almaktadır. 14:30'da İznik' gelindiğinde ilk durak Yenişehir Kapı'dır. Kapının tarihi, yaptıran imparatorlar

olduğu kültürel miras unsurlarının turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu belirlenmiştir. Önerilen kültür turu rotası ile Yenisehir bölgesel bir turizm ağı içinde değerlendirilerek İznik ile birleştirilmiştir. Bununla destinasyonlar arası bütüncül bir deneyim sunmak amaçlanmıştır. Ayrıca turistlerin bölgede kalış sürelerini ve turizmden elde edilen geliri de arttırmak hedeflenmiştir. Bu çalışma Yenisehir'in Osmanlıdaki tarihsel kimliğinin ön plana çıkarılmasına ve yerel değerlerin de tanıtılmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca İznik'te turistlerin geçireceği zamanın arttırılmasına da katkı sağlamaktadır. Turun içinde yer alan İznik çini workshop etkinliği ile İznik çinisinin daha fazla tanıtılması ve çininin turistler tarafından deneyimlenmesi amaçlanmıştır. Böylelikle turistler sadece çinileri görmekle kalmayıp çini sürecine aktif bir şekilde dahil olacaklardır. Bu tarz uygulamalar hem turistlerin destinasyon ile kurdukları duygusal bağı güçlendirmekte hem de turu sıradan gezinin ötesine taşımaktadır.

Seyahat acentelerinin Yenisehir'i kültürel tur rotalarına dahil etmeleri çalışmada önerilmektedir. Ayrıca Yenisehir Yarhisar köyünde bulunan Orhan Gazi Cami, Orhan Gazi Hamamı, Nilüfer Hatun Çeşmesi gibi yapıların restorasyonlarının yapılarak daha fazla tanıtımlarının yapılması gerekmektedir. Bu yapılar da turizme kazandırıldıktan sonra Yenisehir'de turistlerin geçireceği zaman artabilir. Ayrıca Yarhisar köyünün turizm alanında ulaşılabilir olması için altyapı ve üstyapı çalışmalarının yapılması önerilmektedir. Yenisehir'e Osmanlı tarihini, bu alanlarda ve yakın çevrede yapılan savaşlarını anlatan bir müze yapılabilir. Osman Bey ve Orhan Gazi dönemine ait eserlerin sergilendiği, dönemin padişahlarının balmumu heykellerinin yapıldığı bir müze Yenisehir'e önemli katkılar sağlayabilir.

Seyahat acentelerinin İznik'te konaklamayı teşvik edecek tur programları hazırlamaları önerilmektedir. Ayrıca İznik'te atıl kalan restore olmayı bekleyen İsmail Bey Hamamı, Böcek Ayazma, Koimesis Kilisesi gibi pek çok önemli kültürel miras vardır. Bu mirasların restore edilerek ziyarete açılması ve tur programlarına dahil edilmesi bölge kalkınması için gereklidir. Daha fazla kültürel miras noktası turistlerin İznik'te daha fazla zaman geçirmelerine neden olacaktır. İznik'te taşıma kapasitesini dikkate alarak yapılacak çalışmalar yerel halkın da memnun olmasını sağlayabilir. Yol, trafik, altyapı gibi sorunların çözümü için gerekli yönetimlerin birlikte çalışması İznik'i turizmde ön plana taşıyabilir.

Bu çalışma Yenisehir ve İznik ilçeleri için bir kültür rotası sunmayı amaçlamıştır. Rota uygulandıktan sonra turistlerin memnuniyet düzeylerini ölçmek için bir çalışma yapılabilir. QR kod oluşturularak rota dijital hale getirilebilir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda yerel halkın turizme bakış açısı, ziyaretçi algıları, turist rehberi-acente temelli çalışmalar yapılabilir. Ayrıca sadece Bursa ili için tüm ilçelerini kapsayan bir tur rotası da oluşturulabilir.

Literatürde yer alan kültür tur rota çalışmalarının çoğunluğu tek destinasyon odaklıdır. Bu çalışmada tarihsel süreklilik çerçevesinde Yenisehir ve İznik ilçeleri bütüncül bir yapıda ilk kez ele alınmıştır. Bu nedenle çalışmanın özgün olduğu düşünülmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur. /Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 30.01.2026 tarih ve 71 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

- Afyoncu, E. (2024). *Herkes İçin Kısa Osmanlı Tarihi. (1302-1922). (13. Basım)*, İstanbul: Yeditepe Yayınevi.
- Akın, T. ve Gül, A. (2020). Isparta-Atabey Yöresinin Ekoturizm Potansiyeli ve Turizm Rotalarının Belirlenmesi. *Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi*, 5(2): 221-240.
- Aksoy, E. (2022). Erzurum Tabyaları Kültür Rotası Önerisi ve Kültür Turizmi Olanakları. *Turcology Research*, 73, 84-96.
- Aksoy, F. (2014). Yenişehir Geleneksel Konutları Şemaki ve Veli Baba Evleri. (Editör) Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 371-383). 25-27 Ekim 2013.
- Altun, N., N. (2012). Kuruluşundan günümüze İznik'in yerleşim özellikleri. *Coğrafya Dergisi*, (6), 345-366.
- Ayaz, K. (2022). *Bursa Yenişehir Tarihi Yapıları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Bakır, N. M. ve Kaya, K. (2014). Cumhuriyet Dönemi Yenişehir Müftüleri ve Camileri. (Editör) Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 131-146). 25-27 Ekim 2013.
- Batır, İ. B. (2014). *Selçuklu Başkenti İznik*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Bozyokuş, H. (2018). İznik Yeşil Cami Çinilerine Geometrik Bakış. *Uluslararası İnsan ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, EK 1, 9-19.
- Bursa Valiliği, (2025). İznik Çinisi. <https://www.bursa.gov.tr/iznik-cinisi>. [Erişim Tarihi: 10.12.2025].
- Chadwick, H. (2004). Nikaia/İznik Konsili 325. (Editör) Işıl Akbaygil, Hâil İnalcık, Oktay Aslanapa) *Tarih Boyunca İznik* içinde (ss. 89-104). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Çelik, S. ve Kadirhan, G. (2024). Bilinmeyene Yolculuk: Şırnak Kültür, İnanç ve Yürüyüş Rotaları. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences (ATRSS)*, 7 (1): 123-138.
- Çetin, O. (2014). Bursa Kütüğü ve Yenişehir. (Editör) Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 149-159). 25-27 Ekim 2013.
- Darcan, H. (2013). Athanasius ve İznik Konsili. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, XV: 28, 170- 191.
- Demirsar Arlı, B. (2018). İznik Çini Fırınları Kazı Buluntularından Çini Örneklerin Değerlendirilmesi. *Journal of History Culture and Art Research*, 7(1): 578-594.
- Demirsar Arlı, B., Arlı, H. ve Kaya, Ş. (2025). İznik Çini Fırınları Kazısı Çini Buluntuları Arasından İstanbul'da 17. Yüzyıl Mimarisinde Karşılaşılan Çinilere Ait Bazı Örnekler. *Höyük*, 16, 235-248.
- Dinç, G. ve Deniz, A.Y. (2026). Antalya Demre'de Turizm ve Erişilebilirlik: Yürünebilir Kültürel Rota Planlaması. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences (ATRSS)*, 9 (1): 215-240.
- Ekin Meriç, A. (2019). İznik tarihini simgeleyen bir anıt: Antik roma tiyatrosu. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (2): 339-355.

- Ekinci, M. (2025). *Erken Dönem Osmanlı Mimarisinde Bedesten*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Ermış, Ü. M. (2009). *İznik ve Çevresi Bizans Devri Mimari Faaliyetinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Eyice, S. (1988). İznik Tarihçesi ve Eski Eserleri. *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi Yayınları*, 1, 65-116. İstanbul.
- Eyice, S. (1996). Hacı Özbek Cami. TDV İslam Ansiklopedisi, 14. Cilt, 492 sayfa. <https://islamansiklopedisi.org.tr/haci-ozbek-camii>.
- Furat, A. Z. (2003). Eğitim-Mimari İlişkisi Açısından Kuruluş Dönemi Osmanlı Medreseleri. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8, 181-208.
- Gönül, A. (2017). *Erken Dönem Osmanlı Kentlerinden Bursa ve Üsküp'ün Kentsel ve Mimari Gelişiminin 14. Yüzyıldan Günümüze Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Gülgen, H. (2014). Yenişehir'de Süleyman Paşa Türbesi (Editör) Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 171-176). 25-27 Ekim 2013.
- Halaç, H. H. ve Kelkit, D. M (2023). Sivas kültür rotası önerisi ile kültürel miras farkındalığı kazandırılması. *Van Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cumhuriyet Özel Sayısı, 292-307.
- Hızlı, M. (2014). Osmanlı Dönemi Yenişehir Medreseleri. (Editör) Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 109-118). 25-27 Ekim 2013.
- <https://turkishmuseums.kprod.kultur.gov.tr/Uploads/M%C3%BCze/Dosya/ffd24cc2-9ada-4984-8592-81d4a561ee43.pdf>. [Erişim Tarihi: 06.01.2026].
- <https://www.turkishmuseums.com/museum/detail/22340-bursa-iznik-muzesi/22340/1#:~:text=M%C3%BCze%20Ziyarete%20a%C3%A7%C4%B1lm%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r,kadar%20gelen%20%C3%A7e%C5%9Fitli%20eserler%20sergilenmektedir.> [Erişim Tarihi: 15.12.2025].
- İnalcık, H. (2004). İznik İçin Osman Gazi ve Bizans Mücadelesi. (Editör) Işıl Akbaygil, Hâil İnalcık, Oktay Aslanapa) *Tarih Boyunca İznik* içinde (ss. 59- 85). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- İznik Belediyesi. (2024). İznik Gezi Rehberi. <https://gezirehberi.iznik.bel.tr/rehber/>. [Erişim Tarihi: 01.12.2025].
- Konukçu, E. (2019). Orhan Gazi'nin Şehit Oğlu Süleyman Paşa. (Editör) İsmail Selimoğlu. *Orhan Gazi ve Dönemi* içinde (ss. 115-146). Bursa Osmangazi Belediyesi Yayınları, Bursa.
- Kök, M., ve Halaç, H. H. (2024). Samsun Kavak'taki ahşap camilerin korunması için bir yöntem: Kültür rotası. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(4): 1424-1446.
- Kuleli, A. E. (2023), Nikaia (İznik) Surlarının Mimarisi; Anıtsal Kapılar, Duvarlar ve Burçlar. *Amisos*, 8(14): 44-69.
- Oğuzoğlu, Y. (2014). Yenişehir'i Dış Dünyaya Bağlayan Yol Şebekesi. (Editör) Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 91-96). 25-27 Ekim 2013.
- Öcalan, H. B. (2019). Orhan Gazi Dönemi Derviş Zaviyeleri. (Editör) İsmail Selimoğlu. *Orhan Gazi ve Dönemi* içinde (ss. 248-264). Bursa Osmangazi Belediyesi Yayınları, Bursa.

- Özer, D. (2024). *Bursa İznik'te Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras Araştırmaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., ve Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1): 227-250.
- Satır, S. (2008). Türk Kültüründe İznik Çinilerinin Önemi ve Güncel Değerlendirilmesi, 8. ICANAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi) Bildiri Kitabı, Ankara: Atatürk Kültür, Dil, Tarih ve Yüksek Kurumu, 1129-1144.
- Sevim, S. (2014). Yenişehir'in Kuruluşu ve Başkent Yenişehir Hakkında. (Editör) Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 29-40). 25-27 Ekim 2013.
- Şahin, M. (2022). İznik Gölü Sualtı Yüzey Araştırması ve Bazilika Kalıntısı Üzerine İlk Düşünceler. (Editör) Koray Durak, Nevra Necipoğlu, Tolga Uyar. *Türkiye'de Bizans Çalışmaları Yeni Araştırmalar, Farklı Eğilimler içinde* (ss. 19-30), İş Bankası Yayınları.
- Şahin, S. (2004). Hellenistik ve Roma Çağlarında İznik. (Editör) Işıl Akbaygil, Hâil İnalcık, Oktay Aslanapa) *Tarih Boyunca İznik* içinde (ss. 3-23). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Şeker, M. (2014). Osmanlı Yenişehirleri ve Bursa Yenişehir'i. (Editör) Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 99-107). 25-27 Ekim 2013.
- Ünver, M. ve Şahin, S. (2024). Destinasyon unsurları açısından Bandırma ve yeni bir tur rotası önerisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27 (51-1): 271-295.
- Yalduz, A. (2003). Konsillerin Hristiyanlık Tarihindeki Yeri ve İznik Konsili. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(2): 257-296.
- Yalman, B. (1998). Nikaia, İznik. Bursa Rotary Kulübü Kültür Yayını, Üniform Matbaacılık.
- Yavaş, D. (2014). Yenişehir'de Osmanlı Eserleri. (Editör) Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 41-50). 25-27 Ekim 2013.
- Yazgan, İ. O. ve Ünay, A. İ. (2019). Bursa, Yenişehir Sinan Paşa Külliyesi İmaretinin Sayısal Modellenmesi ve Yapısal Analizi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 8 (2): 1193-1203.
- Yediyıldız, M. A. (2014). Kültür Merkezleri Olarak Zaviyeler: Yenişehir Zaviyeleri. Mefail Hızlı, Sezai Sevim. *Tarihten Günümüze Yenişehir Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (ss. 161-170). 25-27 Ekim 2013.
- Yenişehir Belediyesi. (2025a). Yenişehir Tarihçe. <https://www.bursa-yenisehir.bel.tr/bel/yenisehir/yenisehir-tarihce/201>. [Erişim Tarihi: 01.12.2025].
- Yenişehir Belediyesi. (2025b). Tarihi ve Turistik Yerler. <https://www.bursa-yenisehir.bel.tr/bel/yenisehir/tarihi-ve-turistik-yerler/207>. [Erişim Tarihi: 01.12.2025].