



# ANKAD

**ANADOLU KÜLTÜREL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ**  
*Journal of Anatolian Cultural Research (JANCR)*

ISSN: 2587-0491

YIL: 2020, CİLT: 4, SAYI: 2

**CİLT 4, SAYI 2, YIL 2020****İÇİNDEKİLER/TABLE OF CONTENTS****Araştırma Makaleleri/Research Articles**

Mükemmeliyetçilik Algısının Kariyer Planlama Sürecindeki Etkisinin Araştırılması: Çorlu Coca Cola İçecek Fabrikası Örneği.....	116
Investigation of The Effect of Perception of Perfection on Career Planning Process: A Case Study of Çorlu Coca Cola Beverage Factory .....	117
Sakarya Nehri Havzası'nda Sıcaklık, Yağış ve Akarsu Rejiminde Meydana Gelen Değişikliklerin İncelenmesi <sup>1</sup> .....	127
Examination of Changes in Temperature, Rainfall and Stream Regime in Sakarya River Basin .....	127
Arazi Çalışmalarının Coğrafya Öğretmeni Adaylarının Yeryüzü Şekillerini Kavrama ve Tasvir Etme Becerilerine Etkileri.....	144
The Effects of Field Surveys on The Skills of Teaching Candidates to Conceptualize and Depict Landforms.....	145
Adidas Mağazalarında Mağaza Atmosferi ve Satın Alma Niyetinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi .....	177
Investigation of Store Atmosphere and Purchase Intention to Demographic Variables in Adidas Stores.....	177

**Derleme Makaleler/Review Articles**

Eğitim Kurumlarında Yönetsel Tarz ve Örgütsel Mutluluk.....	162
Managerial Style in Educational Institutions and Organizational Happiness .....	163
Türk Dili ve Edebiyatı Müfredatlarının Dil Bilgisi Çalışmaları Açısından Değerlendirilmesi .....	186
Evaluation of Turkish Language and Literature Curriculum in Terms of Language Studies	186
Dijital Pazarlama ve Mobil Pazarlamanın Sigorta Sektöründeki Yeri.....	201
The Place of Digital Marketing and Mobile Marketing in the Insurance Sector .....	201

Araştırma Makalesi/Research Article**Mükemmeliyetçilik Algısının Kariyer Planlama Sürecindeki Etkisinin Araştırılması: Çorlu Coca Cola İçecek Fabrikası Örneği****Kadriye GÖK  <sup>1</sup>, Enver AYDOĞAN  <sup>2</sup>**<sup>1</sup> Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Öğrencisi. E-posta: [kadriye.gok@ysk.gov.tr](mailto:kadriye.gok@ysk.gov.tr)<sup>2</sup> Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü. E-posta: [enveraydogan@gmail.com](mailto:enveraydogan@gmail.com)**Anahtar Kelimeleri**

Mükemmeliyetçilik, kariyer, kariyer planlama, kariyer yönetimi.

**Key Words**

Perfectionism, career, career planning, career management.

**Sorumlu yazar/Corresponding Author**

Kadriye Gök, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Öğrencisi, Ankara, Türkiye.

Email: [kadriye.gok@ysk.gov.tr](mailto:kadriye.gok@ysk.gov.tr)

Geliş/Received: 24.08.2019

Kabul/Accepted : 07.01.2020

**Öz**

Bireyler küreselleşen dünyanın yarattığı rekabet koşulları ve öz benliklerinin kendilerine dayattığı mükemmeliyetçilik algısıyla, gerçek hayatın bireylere sunduğu kariyer yolları arasında sonsuz döngülü bir çatışmaya maruz kalmaktadırlar. Mükemmeliyetçilik algısının bireye dayattığı yüksek beklentili hedefler ve standartlar sınırsız olsa da bireyin her durum ve koşulda bu algıyı doyurması mümkün olmamaktadır. Mükemmeliyetçilik kavramı zaman zaman psikopatolojik bir olgu olarak görülse de doğru zaman ve koşullarda ortaya çıktığında bireyin kariyer planlama sürecinde daha rahat ilerleme kaydetmesine imkân sağlayacak bir güç olarak görülebilir. Bu bağlamda mükemmeliyetçilik bireyin kişiliği ile kariyer yolları arasında bir köprü olarak düşünülebilir. Bu araştırmada bireylerin mükemmeliyetçilik algıları ile kariyer planlama sürecindeki tutumları arasındaki ilişkinin varlığını ve bu ilişkinin yönünü ortaya çıkartmak hedeflenmiştir. Bu bağlamda Tekirdağ ili Çorlu ilçesinde bulunan içecek sektöründe öncü ve dünyaca ünlü Coca Cola şirketine ait üretim fabrikasında çalışan mavi ve beyaz yakalı personelden toplam 133 kişi araştırma grubunu oluşturmuştur. Yapılan araştırmada sonuçlar değerlendirilirken çalışan personel mavi ve beyaz yakalı olarak ayırım yapılmadan, bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Veri toplama aracı olarak demografik bilgi formu, Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği (ÇBMÖ) ve Kariyer Planlama Envanteri kullanılmıştır. Anket Yöntemi ile toplanan verilerin SPSS programı ile yapılan analizleri sonucunda ilişkiler incelenmiş ve çıkan sonuçlar yorumlanmıştır.

**Önerilen Atıf/Suggested Citation:**

Gök, K. & Aydoğan, E. (2020). Mükemmeliyetçilik Algısının Kariyer Planlama Sürecindeki Etkisinin Araştırılması: Çorlu Coca Cola İçecek Fabrikası Örneği. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 116-126

## **Investigation of The Effect of Perception of Perfection on Career Planning Process: A Case Study of Çorlu Coca Cola Beverage Factory**

### **Abstract**

Individuals are facing with an endless cycle of conflict between the competitive conditions caused by the globalizing world and the career paths offered to individuals by real life with the perception of perfectionism imposed by their own personalities. Although high expectations and standards imposed on the individual by the perception of perfectionism are unlimited, it is not possible for the individual to satisfy this perception in every situation and condition. Even the concept of perfectionism is considered as a psychopathological phenomenon from time to time, it can also be seen as a force that allows the individual to make progress in their career planning process when it emerges in the right time and conditions. In this context, perfectionism can be considered as a bridge between an individual's personality and their own career paths. In this research, it is aimed to reveal the relationship between individuals' perceptions of perfectionism and their attitudes in the career planning process and the direction of this relationship. In this context, a total of 133 people from blue and white collar employees working in the production factory of the world-famous Coca Cola company in Çorlu district of Tekirdağ formed the research group. While evaluating the results of the research, the employees were seen as a whole without distinction as blue and white collar. Demographic data form, Multidimensional Perfectionism Scale (MPS) and Career Planning Inventory were used as data collection tools. As a result of the analysis of the data collected by the Survey Method with SPSS, the relationships were examined and the results were interpreted.

### **1. GİRİŞ**

İlk kez ortaya konduğu günden bu yana mükemmeliyetçilik kavramının tanımlanması, konumlandırılması ve bu kavrama olan bakış açısı pek çok kez farklılaşmaya maruz kalmıştır. Mükemmeliyetçilik kavramı önceleri psikopatolojik bir durum olarak görülmekte iken daha sonraları yapılan çalışmalar ve çok boyutlu olarak yapılan değerlendirmeler sonucunda bu kavramın olumlu ve olumsuz olarak iki ana başlıkta sınıflandırılabileceği görülmüştür. Mükemmeliyetçiliğin olumlu bir olgu olduğunu savunan araştırmacılar güçlü ve mantıksal olarak başarıya giden yolda bu durumun bir zaruriyet olduğunu ortaya koyarken; olumsuz bir olgu olduğunu savunan araştırmacılar ise bireylerin gerçeküstü yükseklikte ve ulaşılması zor hedefler koyarak kendilerine zarar verme eğilimi yönünde tutumlara sebep veren bir olgu olduğunu savunmuşlardır. Mükemmeliyetçi bireylerin kişilik özellikleri incelendiğinde genel olarak katı standartlara sahip, esnek olamayan, kendini sürekli kontrol altında tutmaya çalışan, başkalarına güvenme güçlüğü çeken ve tünel bakışına sahip kişiler oldukları görülmüştür. Bu bulgular daha sonraları mükemmeliyetçiliğin modellenmesinde ve mükemmeliyetçiliğe olan yaklaşımlarda araştırmacılara önemli ipuçları vermişlerdir.

Kariyer kavramı ise en kabul görmüş haliyle genel olarak meslek ile ilgili konulardan bahsederken kullanılan bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Klasik tanımıyla kariyer, bireylerin mesleki yaşamları boyunca izlemeleri gereken bir dizi yol olarak açıklanabilir. Kariyer kavramı yalnızca mesleki tatmin veya başarıyla ilgili olmayıp, aynı zamanda bireyin sivil hayatını sürdüreceği maddi imkânı sağlamakta ve sosyal hayatında da toplumsal statüsünü kazanmasında önemli bir araç olarak ifade edilmektedir. Bireyin kendini gerçekleştirme amacıyla gelecekte kendisini nerede ve nasıl görmek istediğine dair yönelimi ve bu doğrultuda kendini gerçekleştirme ihtiyacı, kariyer kavramının sosyal konumunu oluşturmaktadır. Bireyin bu güdülenmeyle ve kişiliğinin sentezi sonucunda kariyerini planladığı görülmüştür. Ancak, yönetim ve organizasyon alanında yaşanan gelişmeler ve küreselleşen dünyanın yarattığı olağanüstü rekabet durumu, bireylerin kariyer planlamalarında birtakım değişikliklere yol açmış ve bireyler açısından başarıya ulaşan yolu bir hayli zorlaştırmıştır. Benzer şekilde bakıldığında örgütler açısından da iş görenlerin kariyer planlamalarına katkıda bulunma ihtiyacı

elzem hale gelmiş ve bu duruma paralel olarak kalifiyeli işgücünü örgüt bünyesinde tutmak bir hayli zorlaşmıştır. Bu amaçla örgütler, bireylerin kariyer sorunlarına çözümler sunmak maksadıyla bir dizi çalışmalar yapmak durumunda kalmışlardır.

Kariyer planlama ve kariyer kararı süreçlerinde yaşanan bu zorluklar ortada iken mükemmeliyetçi kişilik özelliğine sahip kişiler bu zorluklara ilave olarak kendi kişisel özelliklerinden doğan dezavantajlar ile birlikte mücadele etmek durumunda kalmaktadırlar. Dolayısıyla günümüz koşullarında neredeyse hayati bir önem taşıyan kariyer planlama, bireyin mesleki ve sosyal hayatında mutlu bir hayat sürdürmesine olanak sağladığı için kişiliğine uygun olmalıdır. Çünkü bireyin sahip olduğu kişilik yapısı içinde bulunduğu durumu değerlendirebilmesinden, hayatta karşılaşılabilecek problemlerin çözümü ve bu problemlerin birey üzerinde bırakabileceği etkiye kadar birçok konuda önemli rol oynamaktadır.

Bahsedilen bu durumun daha ayrıntılı bir şekilde ifade edilebilmesi ve ortaya konabilmesi için yapılan bu çalışmada mükemmeliyetçilik kavramı ele alınarak tanımsal ifadeler ve mükemmeliyetçi kişilik özelliklerine yer verilmiş, mükemmeliyetçiliğin boyutları araştırılıp olumlu ve olumsuz yanları hakkında araştırmacıların görüşleri ortaya konmuştur. Araştırmanın devamında ise kariyer kavramı tanımlanarak kariyer planlamanın önemine değerlendirilmiştir.

Araştırmanın sonuç kısmında ise mükemmeliyetçi kişilik özelliğine sahip bireylerin kariyer planlama tutumları arasındaki ilişki içecek sektöründe faaliyet gösteren bir firmada yapılan araştırma ile analiz edilerek, sonuçları hakkında bilgiler sunulmuştur. Söz konusu firmada çalışmakta olan mavi ve beyaz yakalılarının kariyer planlama tutumlarının mükemmeliyetçilik algılarına göre değişkenlik gösterip göstermediğinin tespitine ilişkin sonuçlar verilmiştir.

### **1.1.Mükemmeliyetçilik**

Kişilik özelliklerinden birinin de mükemmeliyetçilik olduğu ifade edilmektedir ve Mükemmeliyetçilik son yıllarda özellikle psikoloji alanında üzerinde daha çok durulan bir araştırma alanı olmuştur. Birçok araştırmacının sıklıkla ele aldığı bir kavram olmasına rağmen ortak kabul gören bir tanım ya da yapı mevcut değildir. Pek çok tanım mükemmeliyetçilik ile ilgili bir fikir birliği sağlanmadığını gösterse de özellikle kişinin davranışı ve performansıyla ilgili yüksek beklenti üzerinde yoğunlaşmıştır. Literatür incelendiğinde mükemmeliyetçilik çoğunlukla batı toplumlarında çalışılan bir kavramdır ve kavram olarak çalışılmaya başlanması, literatürde yer alması 1950’li yıllara denk gelmektedir. İlk çalışmalarda mükemmeliyetçilik daha çok patolojik bir olgu olarak karışımımıza çıkmaktadır. Bu olgu daha çok nevrozun, kişilik bozukluğunun bir parçası olarak düşünülmüştür. Daha sonraları tek boyutlu mükemmeliyetçiliğin sadece bireyin kendine odaklanması halini incelemesinin yetersiz kaldığını ve çevresi ile ilişki halinde olan bireyin sosyal yönden de incelenmesi gerektiği bu nedenle mükemmeliyetçilik kavramının daha kapsamlı, farklı bakış açıları ile incelenmesi gerektiği görülmektedir. Bireyin kendi içindeki bileşenleri kadar kişiler arası bileşenler üzerine de odaklanmasıyla Mükemmeliyetçilik çok boyutlu bir yapı olarak çalışılmaya başlanmış ve 1970’li yıllarda kavramın tamamen patolojik ve tek yönlü bakan bu bakış açısı yerine çok boyutlu bir bakış açısı geliştirilmiştir. Söz konusu bakış açısına göre mükemmeliyetçilik patolojik olabileceği gibi, olumlu ve sağlıklı da olabilmektedir. Bakış açısının değişimindeki en büyük sebep ise, bazı mükemmeliyetçi özellikleri taşıyan bireylerin psikopatolojik davranışlar sergilemesine rağmen; bazılarının bu davranışları sergilemeyişleri gösterilmektedir (Frost vd.,1990; Hewitt ve Flett,1991c).

Hewitt ve Flett mükemmeliyetçiliği bireyin kendine yönelik bilinç ve inançları doğrultusunda ele almış ve mükemmeliyetçi davranışların kişilik ve sosyal faktörlerden etkilendiğini ifade

etmişlerdir (Hewitt ve Flett, 1991b). Hewitt ve Flett'e göre mükemmeliyetçiliğin üç farklı boyutu vardır. Bunlar:

*Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik:* Bu boyut kişinin kendine yönelik oluşturduğu yüksek ve gerçekten uzak standartları gerçekleştirmeye yoğunlaşmasıdır.

*Başkalarına Yönelik Mükemmeliyetçilik:* Bu boyutta kişi başkalarının yaptığı herşey mükemmel olmalıdır düşüncesi temeli ile diğer insanlar için yüksek standartlar belirlerler. Temelinde kendine yönelik mükemmeliyetçilik ile aynıdır; sadece mükemmeliyetçilik algısı dışarıdan yönetilmektedir (Hewitt ve Flett, 1991a).

*Toplumsal Düzene Yönelik Mükemmeliyetçilik:* Bu boyutta birey toplumun kendilerinden yüksek, ulaşılması zor şeyleri beklediğinin düşünür.

Yakın zamanda yapılan araştırmalar incelendiğinde ise mükemmeliyetçilik boyutlarını belirlerken ortaya çıkan bir başka eğilim mükemmeliyetçiliğin olumlu ve olumsuz olarak iki ana başlık altında kategorileştirilmesidir. Bu araştırmalarda mükemmeliyetçiliğin farklı kişilik değişkenleri ile etkileşimli olduğu, bazı araştırmacılara göre mükemmeliyetçiliğin sağlıklı, olumlu hatta gerekli olduğunu düşündükleri (Adler, 1965: 101-125); bazılarının ise tam tersine sağlıklı, olumsuz, arzu edilmeyen bir özellik olduğunu düşündükleri (Burns, 1980; Patch, 1984) görülmektedir. Mükemmeliyetçilikte patolojik olmayan yüksek başarı standartlarının belirlenmesi gayet normal insani bir özelliktir. İnsanlar standartlarını değişen durumlara göre ayarlayabildikleri ölçüde, yüksek standartlara sahip olmak onların motivasyon dürtüsüyle hedefe yönelik hareket etmelerini sağlayabilmekte ve bu nedenle, yüksek standartların belirlenmesi ve takibi nispeten uyarlanabilir olmaktadır.

## 1.2. Kariyer

Genel olarak işe ilişkin konulardan, iş hayatında yaşanabilecek her türlü ilerlemeden ve iş yaşamında bulunabilecek ileri mevkilerden bahsederken kullanılmakta olan "kariyer", yaşam boyu devam eden dinamik bir süreç olup; mesleğe hazırlama, mesleğe giriş ve meslekte devam etme gibi planlı faaliyetleri içermektedir. Yönetim ve organizasyon alanındaki gelişmeler sonucunda örgüt yapısında meydana gelen değişimler, kariyer kavramının manasının da değişmesine yol açmıştır. Son yıllarda ilerleme anlamında kullanılan kariyer kavramı, işin yeniden yapılandırılması yoluyla birey için anlamlı olan ve bireyin psikolojik doyumunu sağlayacak bir süreç olarak değişikliğe uğramıştır. Türkçede tam karşılığı olmayan kariyer kavramı insan yaşamında önemli bir yere sahip olmuş ve hayatımızın her aşamasında karşımıza çıkmaya başlamıştır. Çünkü günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle kişiler ve örgütler ortak bir amaç ve yüksek verim için beraber hareket etmekte ve kendilerini bu uğurda sürekli olarak geliştirme çabasındadırlar. Bununla beraber bireyler arası rekabet ve bireylerin kendini gerçekleştirme çabaları kariyer kavramını çok daha önemli kılmaktadır.

Bireyin kendini gerçekleştirme amacıyla gelecekte kendisini nerede ve nasıl görmek istediğine dair yönelimi, içinde bulunduğu pozisyonu anlamlı kılmaktadır ve nihayet kendini gerçekleştirme ihtiyacı kariyer kavramını sosyal konumu etkileyen bir olgu haline getirmektedir. Bireyin bu güdülenme ile kariyerini planlaması durumu ilk boyutu ifade etmektedir ve bireyin kendi kişiliğinde meydana geldiği açıkça görülmektedir. İkinci boyut olan örgüt boyutunu, iş ve pozisyonlar gerekli kılmaktadır. Örgüt kendi amacı doğrultusunda, bireylerin kariyer hedeflerinde ulaşmak istedikleri pozisyona nasıl ve ne şekilde ulaşacakları konusunda çalışanı ile iletişime geçip, ona bu konuda yapıcı bir şekilde rehber olabilmelidir (Şimşek ve Öge, 2011, s. 273). Kariyer unsuru bireylere kişisel anlamda gelişme, büyüme ve yeni deneyimler edinmeye olanak sağladığından; buna bağlı olarak da örgütlerin ihtiyacı olan kalifiye ve kendini yetiştirmiş eleman ihtiyacı karşılandığından kariyer kavramının kritik bir

önemi vardır. Sonuç olarak örgütsel verimlilik açısından önemli bir etkiye sahip olan çalışanların verimliliği ve motivasyonları, bu iki boyutun birbiriyle yakından ilişkili olduğunu açıkça ortaya koymaktadır (Taşlıyan vd., 2011, s.234).

Örgütlerin ileride ihtiyaç duyacağı nitelikteki personelin gelecek kaygısı gütmeden kariyerlerini planlayabilmelerine imkân tanıyan amaç, plan ve stratejilerin belirlenip uygulandığı süreçlerin toplamı kariyer yönetimi olarak adlandırılmaktadır (Fındıkçı, 2009, s. 346). Kariyer yönetiminin güzel bir şekilde hayata geçirildiği işletmelerde, iş görenlerin iş doyumunu ve örgütte kalması önem teşkil ettiğinden bu amaçla kariyer yolları belirlenir, kariyer fırsatları duyurulur, çalışanların performansları değerlendirilir ve iş tecrübelerinin artırılması adına eğitim ve danışmanlık faaliyetleri düzenlenir. Bu sayede örgüt, doğru zamanda, doğru pozisyona, doğru çalışanları yerleştirebilecektir. Bu tarz işletmelerde iş görenin geleceğe yönelik belirsizlikleri ortadan kalkar ve bu da daha verimli çalışmasına olanak sağlar (Sabuncuoğlu, 2016, s. 216). Bu noktada kariyer yönetiminin amaçları; örgütün gereksinimlerini sağlamak, bireylerin yeterlilikleri doğrultusunda kariyer süreçlerine rehber olmak, kişileri teşvik ederek kendilerini geliştirmelerini sağlamak ve onlara destek vermek, hem örgütün hem de bireyin hedeflerini bir araya getirmek şeklinde sıralanabilir (Aytaç ve Keser, 2017, s. 161).

Kariyer yönetiminin bir bileşeni olan kariyer planlaması, bireylerin sahip oldukları ilgi, beceri, değer ve fırsatları bilmesi, kendini tanıması, seçeneklerin ve sonuçların farkına varması, kendisi için kısa ve uzun vadede hedefler belirlemesi, bu kariyer hedeflerine ulaşmada yön tespit etmesi, kariyer planlarını hazırlaması, iş, eğitim ve diğer gelişim faaliyetlerini programlaması, işlerin ve kariyer yollarının analizini yapması, olasılıkları olan organizasyonları belirleyerek, başvurması ve elde etmesi süreci olarak tanımlanmaktadır. Kariyer planlamasında ki en önemli husus hem örgütün hem de iş görenlerin hedefleri arasında bir denge durumu oluşturmaktır (Barutçugil, 2004, s. 320-321).

Günümüzde teknolojidaki değişim ve gelişmeler; işlerin niteliksel olarak değişmesi, büyümesi ve ilerlemesi; eğitilmiş insan sayısının ve buna bağlı olarak rekabetin artması örgütün ihtiyaçlarını da büyütüştür ve örgütleri hızlı bir değişime yönlendirmiştir. Dolayısıyla bu durum kariyer planlamanın önemine işaret etmektedir. Örgütün etkinlik ve verimliliğinin artırılması esasına dayanan kariyer planlaması; motivasyonu, kaliteyi, birey ve örgütlerin hedeflerini ortak bir noktada buluşturarak insan kaynakları yönetiminin vazgeçilmez ve etkili bir uygulaması olmuştur. Bu hususun hem çalışanlar hem de işverenler açısından önemi gün geçtikçe artmaktadır. İş gören açısından kişinin iş yaşamındaki kalitenin artması, gelecekte oluşabilecek fırsatları veya zorlukları öngörüp üstesinden gelebilmesi, gereksinimlerini ve yeteneklerini işletmede mevcut olan veya gelecekte oluşacak fırsatlarla buluşturması gibi amaçlara için etkin bir kariyer planlaması yapılmalıdır. Örgüt açısından ise etkinlik ve verimliliğinin artırılması, piyasa koşullarının gerisinde kalmadan doğru planlamalar yaparak çalışanlarının vasıflarını arttırarak iş görenin kariyer başarıları sağlanması suretiyle iş doyumunu, kendine güveni ve işe bağlılığını üst düzeye çıkarmak için planlama yapılmalıdır (Koç, 2015, s. 53).

Kariyer planlama, iş görenlerin ve örgütlerin birbirlerini bütünlendiği bir süreçtir. Örgüt çalışanları kariyer fırsatları ararken; örgütler de kısa vadede amaçlarına ulaşmak isterler. Bu noktada kariyer planlamanın aşamaları örgütsel ve kişisel olarak ele alınmaktadır. İlk aşama kariyer planlama sürecinde olan bireyin kendisidir. Birey iş hayatında bulunduğu mevcut durumu tespit ederek gelecekte olmak isteyeceği pozisyonlar ve fırsatlar için mesleki yetkinlik ve deneyimlerini arttırmak, kariyerlerini geliştirebilmek durumundadır. Diğer aşama ise kariyerin örgüt açısından değerlendirilmesidir. Bu aşamada örgüt kendi amaçları doğrultusunda iş görenlerin amaçlarını kendisiyle uyumlaştırmaya çalışmaktadır. Bir başka ifadeyle iş

görenler ve yöneticiler, kariyer planlama sürecinde uyumlu hale gelerek bütünleşme çabası içindedirler (Koç ve Topaloğlu, 2012, s. 297).

Kariyer planlaması çok sistematik ve kapsamlı bir süreç olarak görülmektedir. Bunun nedeni çevrede, örgütte ve çalışanlarda meydana gelen değişikliklerle, bireylerin kariyer beklentilerini zaman zaman gözden geçirme zorunluluklarıdır (Antoniou, 2010, s. 14). Bireysel kariyer planlaması, bireyin kendini tanıması, yetenek ve ilgi alanlarını ve yapabilirliklerini değerlendirerek, mevcut kariyer fırsatlarını incelemesi sonucunda, bireysel kariyer hedeflerini oluşturması ve bu amaçlara ulaşabilmesi için öngördüğü araçları, yöntemleri ve faaliyetleri kapsayan bir süreçtir (Kabadayı, 2013, s.38). Örgütsel kariyer planlama, örgüt tarafından gerçekleştirilen bir süreçtir ve örgütsel amaçlar ile bireysel amaçların uyumlu hale getirilmesini sağlayan ve bireysel kariyer planları ile örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine yönelik olarak yapılan çalışmaları destekleyen bir süreçtir (Sav, 2008, s. 25). Sürecin temelinde örgüt-birey bütünleşmesi vardır. Bu doğrultuda örgütler iş görenlere yardımcı olmak için çeşitli uygulamalar geliştirmektedirler. Bu uygulamalar, iş görenlerin örgüte ilişkin belirsizliklerini azaltan, onların geleceklerini objektif bir bakış açısıyla görmelerine imkân sağlayan, ilerisi için gerçekçi planlar yapmalarına destek veren ve aynı zamanda yaptıkları işten yüksek tatmin duyabilmeleri için kullanılan programlardır. Bireyin iş doyumunu üzerinde önemli bir etkiye sahip olan kariyer planlaması sürecinde örgüt yönetimi bireylere kariyerleri ile ilgili alternatifler sunarak danışmanlık yapar. Yani çalışanlar ihtiyaç ve hedeflerini belirlerken, bireysel kariyer planlamalarını oluştururken örgütler ihtiyaç duyulan desteği bu bireylere vermelidirler. Yönetim tüm bilgilerini; örgütün ihtiyaç değerlendirmelerinden, performans ve potansiyel değerlendirmesinden, yönetim planlarından alır ve bunlar ile iş görenlerine yönelik kariyer gelişim programları oluşturur. Bu programlar, bireysel kariyer gelişim programları, kariyer danışmanlığı, akıl hocalığı ve yönetim eğitimi gibi iş göreni kariyer planlaması sürecinde destekleyecek genel düzenlemelerdir (Çalık ve Ereş, 2006, s. 95).

### **1.3. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Günümüz koşullarında neredeyse hayati bir önem taşıyan kariyer planlama, bireyin mesleki ve sosyal hayatında mutlu bir hayat sürdürmesine olanak sağladığı için kişiliğine uygun olmalıdır. Çünkü bireyin sahip olduğu kişilik yapısı içinde bulunduğu durumu değerlendirebilmesinden, hayatta karşılaşacağı problemlerin çözümü ve bu problemlerin birey üzerinde bırakabileceği etkiye kadar birçok konuda önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda mükemmeliyetçilik, dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk sahibi olma, liderlik, nevrotiklik gibi sahip olunan kişilik özelliklerinden genel anlamda olumsuz bir kişilik değişkeni olarak ele alınan mükemmeliyetçiliğin, iş ve yaşam doyumunu üzerinde anlamlı etkisi olabileceği ve aslında bir obsesyon değil tam tersine motivasyon aracı olarak bireylerin kariyer planlama süreçlerini etkileyebileceği düşüncesi ile yola çıkarak yapılan bu araştırma mükemmeliyetçiliğin kariyer planlama sürecindeki hem olumlu hem olumsuz yansımalarının ele alması açısından önem kazanmaktadır.

## **2. YÖNTEM**

### **2.1. Veri Toplama Aracı**

Araştırmada veri toplama aracı olarak üç bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümünde Hewitt ve Flett (1991) tarafından geliştirilen ve Oral (1999) tarafından Türkçeye uyarlanarak güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan Çok Boyutlu Mükemmeliyetçilik Ölçeği-Hewitt yer almaktadır. Ölçek beşli likert tipinde (1-kesinlikle katılmıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum) 45 madde ve 3 boyuttan (kendine yönelik mükemmeliyetçilik, başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik, sosyal olarak



belirlenmiş mükemmeliyetçilik) oluşmaktadır. Ölçekteki 18 madde olumsuz ifade içerdiğinden (2, 3, 4, 8, 9, 10, 12, 19, 21, 24, 30, 34, 36, 37, 38, 43, 44, 45) ters kodlanarak elde edilen yüksek puan, mükemmeliyetçilik algısının yüksek olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin geneline ait Cronbach Alpha katsayısı 0,94; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları 0,89 / 0,82 ve 0,71 olarak tespit edilmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde Erdoğan (2009) tarafından oluşturulan ve Edinsel (2018) tarafından ölçeğe dönüştürülerek güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan “Bireysel Kariyer Planlama Ölçeği” yer almaktadır. Ölçek beşli likert tipinde (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) 20 madde ve “plan oluşturma, kendini değerlendirme, fırsatları tanımlama, hedef belirleme” olmak üzere 4 boyuttan oluşmaktadır. Ölçek puanı maddelere verilen puanların madde sayısına bölünmesi ile elde edilmekte olup puan yükseldikçe bireysel kariyer planlama sürecine ilişkin tutumun yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,90; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları sırasıyla 0,81 / 0,68 / 0,60 / 0,65 olarak tespit edilmiştir.

### 3. BULGULAR

#### 3.1. Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Tablo 1. 'da mükemmeliyetçilik algısı ile bireysel kariyer planlama süreci arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

**Tablo 1. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları**

Değişkenler	2	3	4	5	6	7	8	9
1-Kendine Yönelik Mükemmeliyetçilik	0,92**	0,7**	0,94**	0,36**	0,38**	0,43**	0,39**	0,46**
2-Başkalarının Beklentilerine Yönelik 1 Mükemmeliyetçilik		0,76**	0,96**	0,47**	0,44**	0,48**	0,50**	0,56**
3-Sosyal Olarak Belirlenmiş Mükemmeliyetçilik		1	0,88**	0,26**	0,39**	0,25**	0,41**	0,40**
<b>4-Mükemmeliyetçilik</b>			1	0,43**	0,46**	0,42**	0,50**	0,54**
5-Plan Oluşturma				1	0,72**	0,57**	0,85**	0,93**
6-Kendini Değerlendirme					1	0,53**	0,73**	0,85**
7-Fırsatları Tanıma						1	0,59**	0,74**
8-Hedef Belirleme							1	0,93**
<b>9-Bireysel Kariyer Planlama</b>								1

\*p<0,05

\*\*p<0,01

Kendine yönelik mükemmeliyetçilik algı puanları ile plan oluşturma (r=0,36; p<0,05), kendini değerlendirme (r=0,38; p<0,05), fırsatları tanıma (r=0,43; p<0,05), hedef belirleme (r=0,39; p<0,05) alt boyut puanları ve bireysel kariyer planlama ölçek puanı (r=0,46; p<0,05) arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Kendine yönelik mükemmeliyetçilik algısı yüksek olan iş görenlerin bireysel kariyer planlama sürecine ilişkin tutumları da yüksek düzeydedir.

Başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik algı puanları ile plan oluşturma (r=0,47; p<0,05), kendini değerlendirme (r=0,44; p<0,05), fırsatları tanıma (r=0,48; p<0,05), hedef belirleme (r=0,50; p<0,05) alt boyut puanları ve bireysel kariyer planlama ölçek puanı (r=0,56; p<0,05) arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik algısı yüksek olan iş görenlerin bireysel kariyer planlama sürecine ilişkin tutumları da yüksek düzeydedir.

Sosyal olarak belirlenmiş mükemmeliyetçilik algı puanları ile plan oluşturma ( $r=0,26$ ;  $p<0,05$ ), kendini değerlendirme ( $r=0,39$ ;  $p<0,05$ ), fırsatları tanıma ( $r=0,25$ ;  $p<0,05$ ), hedef belirleme ( $r=0,41$ ;  $p<0,05$ ) alt boyut puanları ve bireysel kariyer planlama ölçek puanı ( $r=0,40$ ;  $p<0,05$ ) arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Sosyal olarak belirlenmiş mükemmeliyetçilik algısı yüksek olan iş görenlerin bireysel kariyer planlama sürecine ilişkin tutumları da yüksek düzeydedir.

Mükemmeliyetçilik algı puanları ile plan oluşturma ( $r=0,43$ ;  $p<0,05$ ), kendini değerlendirme ( $r=0,46$ ;  $p<0,05$ ), fırsatları tanıma ( $r=0,42$ ;  $p<0,05$ ), hedef belirleme ( $r=0,50$ ;  $p<0,05$ ) alt boyut puanları ve bireysel kariyer planlama ölçek puanı ( $r=0,54$ ;  $p<0,05$ ) arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Mükemmeliyetçilik algısı yüksek olan iş görenlerin bireysel kariyer planlama sürecine ilişkin tutumları da yüksek düzeydedir.

Tablo 2. 'de mükemmeliyetçilik algısının, bireysel kariyer planlama süreci üzerindeki etkisine ait çoklu regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

**Tablo 2. Mükemmeliyetçilik Algısının Bireysel Kariyer Planlama Süreci Üzerindeki Etkisi**

Bağımsız Değişkenler	B	SH <sub>B</sub>	$\beta$	t	p
Sabit	2,290	0,224		10,208	0,000
Kendine yönelik mükemmeliyetçilik	0,157	0,154	0,191	1,018	0,310
Başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik	0,378	0,181	0,425	2,093	<b>0,038</b>
Sosyal olarak belirlenmiş mükemmeliyetçilik	-0,049	0,099	-0,055	-0,497	0,620
R=0,566 R <sup>2</sup> =0,320 $\Delta R^2=0,304$					
F <sub>(3;129)</sub> =20,229 p=0,000					

H1: Kendine yönelik mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H2: Başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H3: Sosyal olarak belirlenmiş mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Mükemmeliyetçilik algısı ile plan oluşturma süreci arasındaki ilişkiyi gösteren modelin uygun olduğu görülmektedir ( $F_{(3;129)}=20,23$ ;  $p<0,05$ ). Mükemmeliyetçilik algısı, bireysel kariyer planlama sürecindeki değişimin yaklaşık %30'unu açıklamaktadır ( $\Delta R^2=0,304$ ).

Regresyon katsayıları ve katsayıların anlamlılığına ilişkin t testi sonucu incelendiğinde başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik ( $\beta=0,47$ ;  $t=2,22$ ;  $p<0,05$ ) algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahip olduğu; kendine yönelik mükemmeliyetçilik ve sosyal olarak belirlenmiş mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkiye sahip olmadığı ( $p>0,05$ ) tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik algısı yüksek olan iş görenlerin bireysel kariyer planlama sürecine ilişkin tutum düzeyi artmaktadır.

H1 Ret: Kendine yönelik mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkisi yoktur.

H2 Kabul: Başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H3 Ret: Sosyal olarak belirlenmiş mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkisi vardır.

#### 4. SONUÇ

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulguların genel anlamda literatürle uyumluluk gösterdiği söylenebilir. Mükemmeliyetçilik algısının alt boyutları ile bireysel anlamda kariyer planlama süreci arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin varlığının tespit edilmesi Mükemmeliyetçilik algısı yüksek olan iş görenlerin bireysel kariyer planlama sürecine ilişkin tutumlarının da yüksek düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır. Yapılan bu analiz sonucu bireylerin kariyer yollarında hedefledikleri şekilde ilerlemelerine olumlu bir katkı verdiği söylenebilir.

Araştırmanın hipotezleri ele alındığında;

H1: Kendine yönelik mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H1 hipotezine ilişkin yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda p değerinin 0,05ten büyük olduğu bulunmuş bu nedenle kendine yönelik mükemmeliyetçilik algısının kariyer planlama süreci üzerine tek başına anlamlı düzeyde bir etkisi olmadığı,

H2: Başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H2 hipotezine ilişkin olarak yapılan regresyon analizi sonucunda p değerinin 0,05ten küçük olduğu bulunmuş ve dolayısıyla başkalarına yönelik mükemmeliyetçilik algısının kariyer planlama süreci üzerine anlamlı düzeyde etkili olduğu sonucuna ulaşılmış,

H3: Sosyal olarak belirlenmiş mükemmeliyetçilik algısının bireysel kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H3 hipotezine ilişkin olarak yapılan regresyon analizi sonucunda ise p değerinin 0,05ten büyük olması sebebiyle sosyal olarak belirlenmiş mükemmeliyetçilik algısının kariyer planlama süreci üzerine anlamlı düzeyde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sonuçlar ışığında yapılan değerlendirmede, mükemmeliyetçiliğin alt boyutlarından olan sosyal olarak belirlenmiş, kendine yönelik ve başkalarının beklentilerine yönelik mükemmeliyetçilik algılarının kariyer planlama süreci üzerine belirli düzeyde etkileri olduğu sonucuna ulaşılmış ancak bu alt boyutlardan başkalarına yönelik Mükemmeliyetçilik algısının kariyer planlama süreci üzerinde anlamlı düzeyde etkisi olduğu, sosyal olarak belirlenmiş ve kendine yönelik mükemmeliyetçilik algılarının ise her ne kadar kariyer planlama süreci üzerinde belirli bir etkileri olduğu tespit edilmiş ise de bu etkinin anlamlı düzeyde bir etki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bundan dolayı H1 ve H3 hipotezleri bu çalışma özelinde reddedilmiş H2 hipotezi ise kabul edilmiştir. Tüm bu çalışma genel olarak değerlendirildiğinde literatüre aykırı bir durum teşkil etmediği görülmüştür. H1 ve H3 hipotezlerinin doğruluğunun daha kesin olarak tespit edilebilmesi için örneklem büyüklüğünün artırılması ya da farklı firmalarda aynı faaliyet alanında çalışanlar üzerinde benzer mahiyette yapılan çalışmaların sonuçları ışığında tekrar değerlendirilmesinin hipotezlerin geçerliliği açısından daha uygun olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmanın örneklemini Tekirdağ İli Çorlu İlçesinde içecek sektöründe faaliyet gösteren bir firmada çalışanlardan elde edilmiştir. Araştırma daha geniş bir bölgede veya farklı sektörlerde çalışanlar ile de gerçekleştirilebilir. Böylece araştırma sonuçlarının genellenebilirliği arttırılabilir.

## KAYNAKÇA

- Adler, A. (1956). (H. L. Ansbacher and R. R. Ansbacher). *The individual psychology of Alfred Adler*. New York: Basicbooks.
- Antoniou E. (2010). Career planning process and its role in human resource development. *Annals of The University of Petrosani, Economics*, 10(2), 13–22.
- Aytaç, S. & Keser, A. (2017). *Çalışma yaşamında kariyer*. İzmit: Umuttepe.
- Barutçugil, İ. (2004). *Stratejik insan kaynakları yönetimi*. Ankara: Kariyer Yayıncılık.
- Burns, D. D. (1980). *İyi hissetmek: yeni duygudurum Tedavisi* (H. A. Karaosmanoğlu, Çev. Ed.). İstanbul: Psikonet Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (14. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Erdoğan, H. T. (2009). *Bireysel kariyer planlama ile kişisel başarı arasındaki ilişkiye yönelik Dumlupınar üniversitesinde bir uygulama*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Fındıkcı, İ. (2009). *İnsan kaynakları yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Frost. R.O., Marten, P., Lahart C. & Rosenblate R. (1990). The dimensions of perfectionism. *Cognitive Therapy and Research* 14, 449-468.
- Hewitt, P. L. & Flett G.L. (1991a). Perfectionism in the self and social contexts: conceptualization, assessment, and association with psychopathology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(3), 456-470.
- Hewitt, P. L. & Flett G.L. (1991b). Dimensions of perfectionism in unipolar depression. *Journal of Abnormal Psychology*, 98-101.
- Hewitt, P. L. & Flett G.L. (1991c). Dimensions of perfectionism and irrational thinking. *Journal of Rational-E motive and Cognitive-Behavior Therapy*, 9(3), 185-199.
- Kabadayı, S. (2013). *Kariyer yönetiminin çalışanın kuruma bağlılığına etkisi üzerine bir inceleme*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Koç, H. & Topaloğlu, M. (2012). *İşletmeciler için yönetim bilimi temel kavramlar, kuramlar ve ilkeler (Genişletilmiş ve güncellenmiş ikinci baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Koç, S. (2015). *Kamu kurumlarında çalışanlarda kariyer yönetimi ve kariyer planlama: Orta Anadolu gümrük ve ticaret bölge müdürlüğünde bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Oral, M. (1999). *Üniversite öğrencilerinde mükemmeliyetçi kişilik özelliği ve yaşam olaylarının depresyon belirtileriyle ilişkisi "depresyona yatkınlık-stress modelinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Pacht, A. R. (1984). Reflections of perfection. *American Psychologist*, 39(4), 386-390.
- Sav, D. (2008). *Bireysel kariyer planlamada etkili olan faktörler ve üniversitelerin etkisi üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Şimşek, M. Ş. & Öge, S. (2011). *İnsan kaynakları yönetimi*, Konya: Eğitim Akademi.

Taşlıyan, M., Arı, N.Ü. & Duzman, B. (2011). *İnsan kaynakları yönetiminde kariyer planlama ve kariyer yönetimi: iktisadi idari bilimler fakültesi öğrencileri üzerinde bir alan araştırması. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2, 231-241.*

Araştırma Makalesi/Research Article**Sakarya Nehri Havzası'nda Sıcaklık, Yağış ve Akarsu Rejiminde Meydana Gelen Değişikliklerin İncelenmesi<sup>1</sup>****Rümeysa ER<sup>1</sup>**, **Ayşe ATALAY DUTUCU<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATALAY DUTUCU'nun danışmanlığında hazırlanan yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi.  
E-posta: rumeysaer@gmail.com

<sup>3</sup> Dr. Öğretim Üyesi., Sakarya Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü Fiziki Coğrafya Anabilim Dalı. E-posta: aatalay@sakarya.edu.tr

**Anahtar Kelimeleri**

Sakarya Nehri, sıcaklık, yağış, akım.

**Key Words**

The Sakarya River, temperature, precipitation, streamflow.

**Sorumlu vazar/Corresponding Author**

Rümeysa Er, Yüksek Lisans Öğrencisi,  
Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler  
Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı,  
Sakarya, Türkiye

**Email:** rumeysaer@gmail.com

**Geliş/Received:** 26.02.2020

**Kabul/Accepted:** 11.04.2020

**Öz**

Bu çalışmada Türkiye'nin kuzeybatısında yer alan Sakarya Nehri Havzası'nda sıcaklık, yağış ve akım miktarlarında ve rejimlerinde yıllar içerisinde meydana gelen değişimler incelenmiştir. Bunun için mevcut seri setinin gözlem süresi (1965-2011) 3 döneme ayrılarak incelenmiş ve bu dönemlere ait sonuçlar birbirleri ile karşılaştırılmıştır. Havzada yer alan 5 akım gözlem istasyonuna ait aylık akım verileri ve meteoroloji istasyonlarına ait aylık sıcaklık ve yağış verileri kullanılarak grafikler ve tablolar oluşturulmuştur. Yapılan zamansal analizlere göre sıcaklıklarda artış eğilimi tespit edilmiştir. 3 dönemden sonuncusu olan 1995-2011 yılları arasının en sıcak dönem olduğu söylenebilir. Özellikle bu dönemde yaz ayları sıcaklık ortalamaları daha da yükselmiştir. Yağışta meteoroloji istasyonlarından 3 tanesi (Sivrihisar, Polatlı, Eskişehir Bölge) İç Anadolu Yağış Rejimi, 2 tanesi (Geyve, Bolu) Marmara Yağış Rejimi içerisinde yer almaktadır. Sivrihisar'ın yağış rejiminde 1995-2011 döneminde değişiklik vardır. Yağış özellikleri bu dönemde Akdeniz-İç Anadolu Geçiş Tipine benzemiştir. Bolu ise 1980-1994 döneminde Karasal Yağış Rejimi 1'e yakınlık göstermektedir. Diğer 3 meteoroloji istasyonunun yağış rejimlerinde herhangi bir değişiklik yoktur. Akım gözlem istasyonlarının akım miktarlarında genel olarak azalış gözlenmektedir. Ancak rejim değişikliğine rastlanmamıştır.

**Examination of Changes in Temperature, Rainfall and Stream Regime in Sakarya River Basin****Abstract**

In this study, changes in temperature, rainfall and flow amounts and regimes in the Sakarya River Basin in northwest of Turkey over the years were examined. For this, the observation time of the current series set (1965-2011) was divided into 3 periods and the results of these periods were compared with each other. Graphs and tables have been created by using monthly flow data of 5 stream observation stations in the basin and monthly

**Önerilen Atıf/Suggested Citation:**

Er, R. & Atalay Dutucu, A. (2020). Sakarya Nehri Havzası'nda Sıcaklık, Yağış ve Akarsu Rejiminde Meydana Gelen Değişikliklerin İncelenmesi. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 127-143

temperature and precipitation data of meteorology stations. According to the temporal analysis, the tendency to increase in temperatures was determined. It can be said that it is the hottest period between 1995-2011, which is the last of the three periods. Especially during this period, the average temperatures in the summer rose even more. 3 of the meteorology stations (Sivrihisar, Polatlı, Eskişehir Region) are located in the Central Anatolian Rainfall Regime and 2 (Geyve, Bolu) Marmara Rainfall Regime. There is a change in Sivrihisar's precipitation regime in the period of 1995-2011. Precipitation characteristics resembled the Mediterranean-Central Anatolian Transition Type in this period. Bolu, on the other hand, shows a close proximity to the Terrestrial Rainfall Regime 1 in the 1980-1994 period. There is no change in precipitation regimes of the other 3 meteorology stations. Generally, there is a decrease in the flow amounts of the stream observation stations. However, no regime change was observed.

## 1. GİRİŞ

İklim sistemi Yerkürenin başlangıcından itibaren doğal etmenlere bağlı olarak değişme eğilimindedir. Bu doğal etmenler Milankovitch Döngüleri olarak adlandırılan Yerkürenin yörüngesinde belirli zaman aralıklarında meydana gelen değişiklikler, volkanik faaliyetler, plaka tektoniği, okyanus akıntılarıdır. Atmosfer salınımları da global ölçekte iklim elemanlarında değişikliğe yol açmaktadır. Kuzey Atlantik Salınımı ve El Niño-Güneyli Salınım en çok bilinen atmosfer salınımlarındandır.

Güneyli Salınım ve sıcak El Niño suları, ENSO (El Niño-Güneyli Salınım) olarak nitelendirilen aynı iklim olayının bir parçasıdır. ENSO olayları küresel ölçekte değişikliğe yol açsa da Kuzey Yarımküre üzerindeki etkileri Güney Yarımkürenin tropikal kuşağındaki kadar olmamaktadır. ENSO olayları, normal ya da soğuk (La Niña) koşullarda yüksek basıncın güneydoğu Pasifik üzerinde ve alçak basıncın Endonezya üzerinde yerleşmesi ve El Niño koşullarında Endonezya alçak basıncına bağlı yükselici hareketlerin Orta Pasifik'e kayması ile tanınmaktadır. Normal ve El Niño koşullarındaki basınç dağılışı, bölgesel ortalama sıcaklık ve yağış koşullarındaki değişiklikleri yönlendirerek, rüzgâr ve okyanus dalgalanmalarının değişimi ile sonuçlanmaktadır. Hava olaylarının kaydedilmeye başlandığı 1877 yılından beri, El Niño (sıcak olaylar) her 2-5 yılda oluşmuştur (Türkeş vd., 1996). 1998'de küresel iklim sistemi Güneyli Salınımın hem sıcak (El Niño) hem de soğuk (La Niña) uç olaylarından etkilenmiştir. Buna karşın, El Niño olayı, bundan önceki küresel rekor yılı olan 1997'de olduğu gibi, 1998'de de küresel rekor ısınmaya katkıda bulunan ana etmen olarak kabul edilmektedir (Türkeş vd: WMO, 1999).

Kuzey Atlantik Salınımı (NAO) ise İzlanda alçak basıncı ile Azor dinamik yüksek basıncı arasında hava kütlelerinin meridyonel değişimidir. Özellikle Batı Avrupa'nın iklim koşulları üzerinde belirleyici etkilere sahiptir. Bu salınım Kuzey Yarımkürenin iklimsel değişkenliğini etkileyen önemli bir etkidir ve özellikle kış aylarında önem kazanır. Ülkemiz iklimi üzerinde de etkili olan NAO ile bağlantılı bölgesel iklim anomalilerini değerlendirmek amacıyla indisler geliştirilmiştir. İndis değerinin +1 ve daha büyük olması durumunda Kuzey Atlantik Salınımı kış indisi kuvvetli pozitif, -1 ve daha az olması durumunda ise kuvvetli negatif olarak değerlendirilir. İndisin kuvvetli pozitif evresinde batı rüzgârları kuzeye kayar ve Atlas Okyanusu üzerindeki nemli-sıcak hava kütlelerini İskandinavya ve Kuzey Avrupa'ya taşır. Bu sebeple Akdeniz Havzası'nın da içinde bulunduğu bazı bölgeler batı rüzgârlarının taşıdığı nemli hava akımlarından yararlanamadığından bu alan üzerinde etkili olan kuzeyli hava akımları özellikle kış mevsiminin daha kurak ve soğuk geçmesine neden olur. NAO indisinin kuvvetli negatif evresinde, batı rüzgârları bu sefer güneye kayar ve ülkemizin de içerisinde bulunduğu Akdeniz Havzası'nda daha yağışlı ve nemli koşullar yaşanır (Erlat, 2010).

Son zamanlarda özellikle sanayi devriminden bu yana atmosfere bırakılan sera gazlarında artış yaşanmaktadır. Bu sera gazları (su buharı, CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O VE O<sub>3</sub>) yeryüzünden atmosfere geri salınan uzun dalga boylu yer ışınımına karşı az geçirgendir. Bundan dolayı atmosfere salınan

sera gazlarındaki artış Yerküre sıcaklığının artmasına neden olmakta bu da iklim değişikliği ile sonuçlanmaktadır.

İklimdeki doğal değişimlere ek olarak insan etkinliklerinin de küresel iklim sistemini etkilediği Antroposen olarak adlandırdığımız dönemde iklim sistemindeki değişimin en belirgin göstergesi 20.yüzyılın özellikle ikinci yarısında sıcaklıklarda küresel ölçekte gözlenen artma eğilimidir. Paleoklimatik kanıtlar, 20.yüzyılda yaşanan ısınma eğiliminin son 10 bin yılda hiç görülmemiş hız ve büyüklükte gerçekleşmekte olduğunu göstermektedir. Doğal nedenlerle açıklanamayan bu ısınma eğilimi günümüzde “insan kaynaklı iklim değişikliği/küresel ısınma” olarak tanımlanmaktadır (Erlat, 2010). İnsan etkisi IPCC 1. Çalışma Grubu 5. Değerlendirme Raporu’na göre, atmosfer ve okyanus ısınmasında, hidrolojik döngüdeki değişikliklerde, kar ve buzdaki azalmalarda, buzullardaki erimeye bağlı olarak küresel ortalama deniz düzeyinin yükselmesinde ve bazı aşırı iklim olaylarındaki değişikliklerde bulunmaktadır (Türkeş vd., 2013). Orta enlem ve kutupsal kar örtüsü, kutupsal kara ve deniz buzları ile orta enlemlerin dağ buzulları eriyerek alansal ve hacimsel olarak azalırken, gel-git ve deniz düzeyi ölçerlerinin gözlem kayıtlarına göre küresel ortalama deniz düzeyi, 20.yüzyılda yaklaşık 0.17m (0.12-0.22 m arasında) yükselmiştir (Türkeş: Solomon vd., 2007). İnsan etkisinin kanıtları, IPCC 4. Değerlendirme Raporu’ndan (AR4) beri artmıştır. Çok yüksek olasılıkla (%95-100), insan etkisi 20.yüzyılın ortasından beri (1951-2010 döneminde) gözlenen ısınmanın egemen nedeni olmuştur (Türkeş vd., 2013).

Bilim adamları modern klimatik kayıtların başlangıcı olarak tanımladıkları 1880 yılından itibaren küresel sıcaklıkların önemli oranda değiştiğini ifade etmektedirler (Turoğlu: Hansen, 2012). Hava sıcaklıklarında yükselme, kuraklıkta artış, buzullarda meydana gelen küçülme, doğal felaketlerde artış, buzulların erimesi ve buna bağlı olarak deniz seviyesinin yükselmesi, yağış rejimlerinde farklılaşma küresel ısınmanın göstergeleri olarak görülmektedir.

Küresel ısınmaya bağlı iklim değişikliğinin etkileri yalnız küresel olmadığı gibi, bunlarla da sınırlı değildir. Geçmişteki iklim değişikliklerinde olduğu gibi, gelecekte de bölgesel ve zamansal farklılıklar oluşabilecektir: Örneğin, gelecekte Dünya’nın bazı bölgelerinde kasırgalar, kuvvetli yağışlar ile onlara bağlı seller ve taşkınlar gibi meteorolojik afetlerin şiddetlerinde ve sıklıklarında artışlar olurken, bazı bölgelerinde uzun süreli ve şiddetli kuraklıklar ve bunlarla ilişkili yaygın çölleşme olayları daha fazla etkili olabilecektir (Türkeş vd., 2000). Türkiye bulunduğu coğrafi konuma bağlı olarak subtropikal kuşakta, Akdeniz makro klima tipinin alanı içerisindedir. Bu alanda makro iklim koşullarını Akdeniz Havzası’nda egemen olan genel atmosfer sirkülasyonu ve yıl içerisindeki değişimleri belirler. Ancak yükselti, orograf ve karasallık gibi fiziki coğrafya etmenlerine bağlı termik ve dinamik değişiklikler de bölgesel ve yerel iklim özelliklerini oluşturur (İkiel, 1998). Türkiye, küresel ısınmanın özellikle su kaynaklarının zayıflaması, orman yangınları, kuraklık ve çölleşme ile bunlara bağlı ekolojik bozulmalar gibi öngörülen olumsuz yönlerinden etkilenecektir ve küresel ısınmanın potansiyel etkileri açısından risk grubu ülkeler arasındadır (Türkeş vd: Türkeş, 1994).

Dünya’da eşit bir dağılım göstermeyen su kaynaklarının önemi giderek artmaktadır. Yaşam ve canlılar için gerekli olan su, insanlar için de zorunludur. Küresel iklim değişikliği dikkate alındığında Dünya çok tehlikeli bir su felaketi senaryosuyla karşı karşıya kalabilir (İkiel ve Atalay, 2007). Bu iklim değişikliğinin bir sonucu olarak sıcaklık ve özellikle yağış miktarlarında meydana gelecek değişikliklerin su kaynakları üzerinde önemli etkiler yapacağı düşünülmektedir. Bunun sonucunda da akarsuların su seviyelerinde değişiklikler meydana gelecek ayrıca yağışın zamansal değişimi akarsu rejimini etkileyecektir. İklim, litolojik özellikler, jeomorfolojik özellikler, yer altı suyu ve kaynaklar, göller, bitki örtüsü gibi faktörler akarsu akımına etki etmektedir. Bu faktörlerden iklim akarsuların akım miktarında doğrudan



etkilidir. Yeryüzüne düşen yağış miktarı akarsuların akım miktarını etkiler. Ayrıca akarsuyun su kaybında en önemli rolü oynayan etken buharlaşma ve evapotranspirasyondur. Yani iklimin iki önemli elemanı olan yağış ve sıcaklığın akarsu akım miktarları üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Bu çalışmada Sakarya Nehri Havzası'nda sıcaklık, yağış ve akım miktarları ve rejim özelliklerinde zaman içerisinde meydana gelen değişiklikler incelenmiş, akım ile iklim elemanlarının uzun yıllık gidişi arasındaki ilişki ortaya konmaya çalışılmıştır.

## 2. MATERYAL VE METOT

Çalışma için Sakarya Nehri Havzası'nda yer alan akım gözlem istasyonlarına ait aylık ortalama akım verileri Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü'nden temin edilmiştir. Seçilen akım gözlem istasyonlarından E12A021 ve E12A026 numaralı akım gözlem istasyonlarına ait 2011 yılına kadar verilerin mevcut olması, diğer istasyonlarında 2019 yılına kadar verileri süreklilik sağlamadığı için çalışma 1965-2011 yılları ile sınırlandırılmıştır. Seçilen akım gözlem istasyonları E12A024 (Aktaş), E12A021 (Doğançay), E12A037 (Dokurcun), E12A026 (Meşecik) ve D12A054 (Eşenkara) numaralı istasyonlardır.

**Tablo 1:** Çalışmada Kullanılan Akım Gözlem İstasyonlarına Ait Bilgiler

İstasyon No	İstasyon Adı	Kot (m)	Enlem	Boylam
E12A024	Aktaş	837	39°19'	31°20'
E12A021	Doğançay	41	40°37'	30°19'
E12A037	Dokurcun	286	40°34'	30°51'
E12A026	Meşecik	635	39°49'	31°56'
D12A054	Eşenkara	807	39°43'	30°25'

Meteoroloji istasyonlarına ait sıcaklık ve yağış verileri ise Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nden temin edilmiştir. Bu meteoroloji istasyonları 17662 (Geyve), 17726 (Sivrihisar), 17728 (Polatlı), 17070 (Bolu), 17126 (Eskişehir Bölge) numaralı istasyonlardır. Meteoroloji istasyonlarında da 1965-2011 yıllarına ait veriler kullanılmıştır. Sıcaklık, yağış ve akım miktarlarında ve rejimde meydana gelen değişimleri görebilmek için 1965-2011 yılları gözlem süresi birbirine yakın 3 döneme ayrılarak grafikler oluşturulmuştur. 17070 numaralı Bolu meteoroloji istasyonu havza sınırları dışında kalmasına rağmen Dokurcun akım gözlem istasyonuna en yakın uzun dönem verisi bulunan istasyon olması sebebiyle akım ve yağış miktarları arasındaki ilişkiyi görebilmek için çalışmaya dahil edilmiştir.

**Tablo 2.** Çalışmada Kullanılan Meteoroloji İstasyonlarına Ait Bilgiler

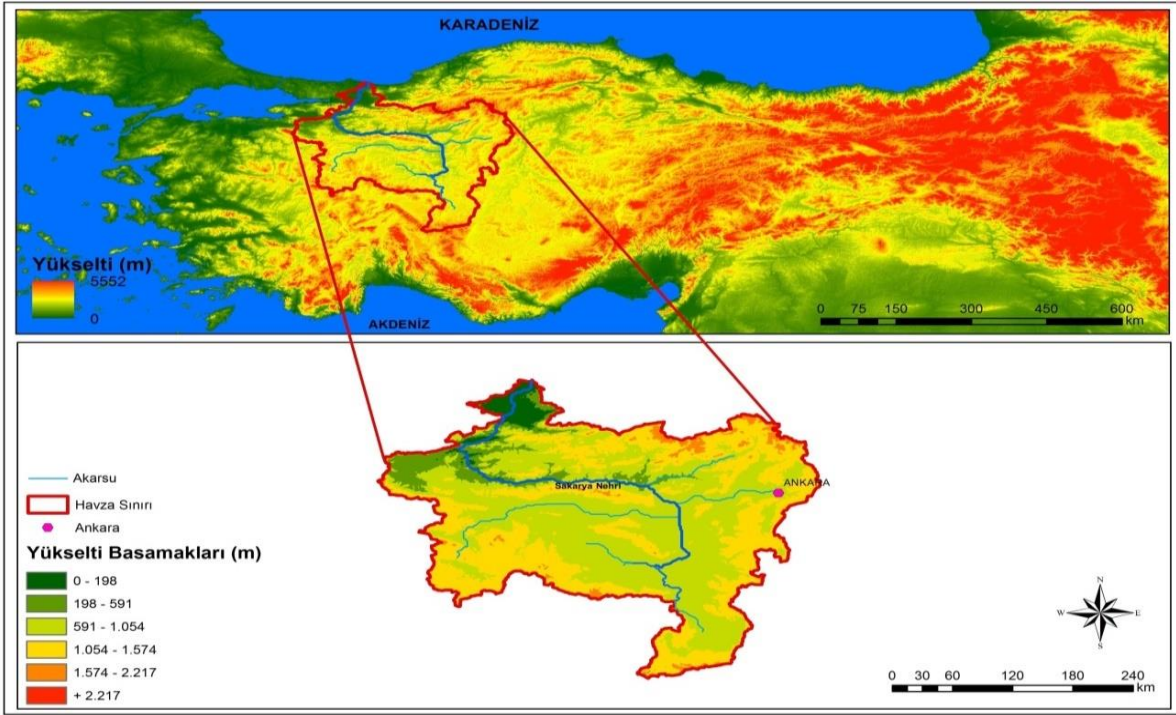
İstasyon No	İstasyon Adı	Kot (m)	Enlem	Boylam
17726	Sivrihisar	1070	39° 27'	31° 32'
17662	Geyve	100	40°31'	30°17'
17070	Bolu	743	40°43'	31°36'
17728	Polatlı	886	39°35'	32°09'
17126	Eskişehir Bölge	801	39°45'	30°33'

### 2.1. Çalışma Alanı

Sakarya Nehri Türkiye'nin en büyük akarsuların biridir. Havzası 58.160 km<sup>2</sup>'dir ve ülkenin kuzeybatısında yer alır. Türkiye'nin %7'sini kaplar (Atalay ve İkiel, 2007). "Sakarya Havzası

Marmara, Ege, Karadeniz ve İç Anadolu Bölgelerinin belli bir kısmını içine alır. Batıda Susurluk, güneyde Akarçay ve Büyük Konya Kapalı Havzaları, doğuda Kızılırmak ve Batı Karadeniz Havzaları ile çevrilidir. Havzanın ortalama yüksekliği 508.62 m'dir" (Büyükyıldız, 2004). Oldukça geniş bir alanı kaplayan Sakarya Nehri Havzası Sakarya ve Eskişehir illerinin tamamını içerisine alır. Bilecik İli'nin de çok büyük bir kısmı havza içerisindedir. Bunların yanında Ankara, Uşak, Afyonkarahisar, Konya, Kütahya, Bolu, Bursa, Çankırı, Düzce ve Kocaeli'nde Sakarya Havzası içerisine giren diğer illerdir. Porsuk Çayı, Ankara Çayı, Göksu Çayı ve Mudurnu Çayı Sakarya Nehri'nin büyük kollarını oluşturur. En uzun akarsularımızdan biri olan Sakarya Nehri Eskişehir'in Çifteler ilçesi yakınlarından doğup birçok kolu kendisine kattıktan sonra Sakarya'nın Karasu ilçesinde Karadeniz'e dökülür.

**Şekil 1:** Çalışma Sahasının Lokasyon Haritası



Yukarı Sakarya Havzası'nın kuzeyinde güneydoğu-kuzeybatı yönünde uzanan Sivrihisar Dağları bulunmaktadır. Sivrihisar Dağları'nın çekirdeği mermer, granit ve gnayslardan oluşmuştur (Güngördü, 2003). Doğu-batı yönünde uzanış gösteren Orta Sakarya Vadisi Sündiken ve Göynük Dağları arasında yer yer 800-900 metre derinliğinde açılmış bir oluk vadidir (Yazıcı, 1998). "Orta Sakarya Vadisi'nde genel olarak II. ve III. Jeolojik dönemlere ait formasyonların hâkim olduğu görülmektedir. İnceleme sahasında görülen en eski formasyon I. Jeolojik döneme aittir. Bilecik'in orta ve güneyinde ve Söğüt çevresinde Paleozoik metamorfik kayalara rastlanılmaktadır" (Yılmaz, 2008). Orta Sakarya Vadisi'nin Sarıyar Barajı'nın batısından Yenice'ye kadar olan yaklaşık 60 km'lik kısmı yapı ve litoloji olarak en sade bölümünü oluşturur. Orta Sakarya Vadisi'nin bu bölümünde jeolojik yapıda metamorfik şistlerden oluşan bir kütle hakimdir (Bilgin, 1990). "Kuzeyden güneye, batıdan doğuya doğru yükseltisi artan Aşağı Sakarya Havzası'nın kuzey bölümü, belirgin tektonik alçalım alanlarına karşılık gelen ve deniz düzeyine çok yakın seviyelerde uzanan alüvyal ovalar arasında yüksek dağlar yer alır. Bu havzanın Karadeniz'e yakın olan kesimlerinde ise deniz kenarında birdenbire yükselen 100-200 metrelerde uzanan hafif dalgalı düzlükler ve bunların güneyinde de 700-800 metrelere çıkan tepelik alanlar vardır" (Tuncer vd., 2010).

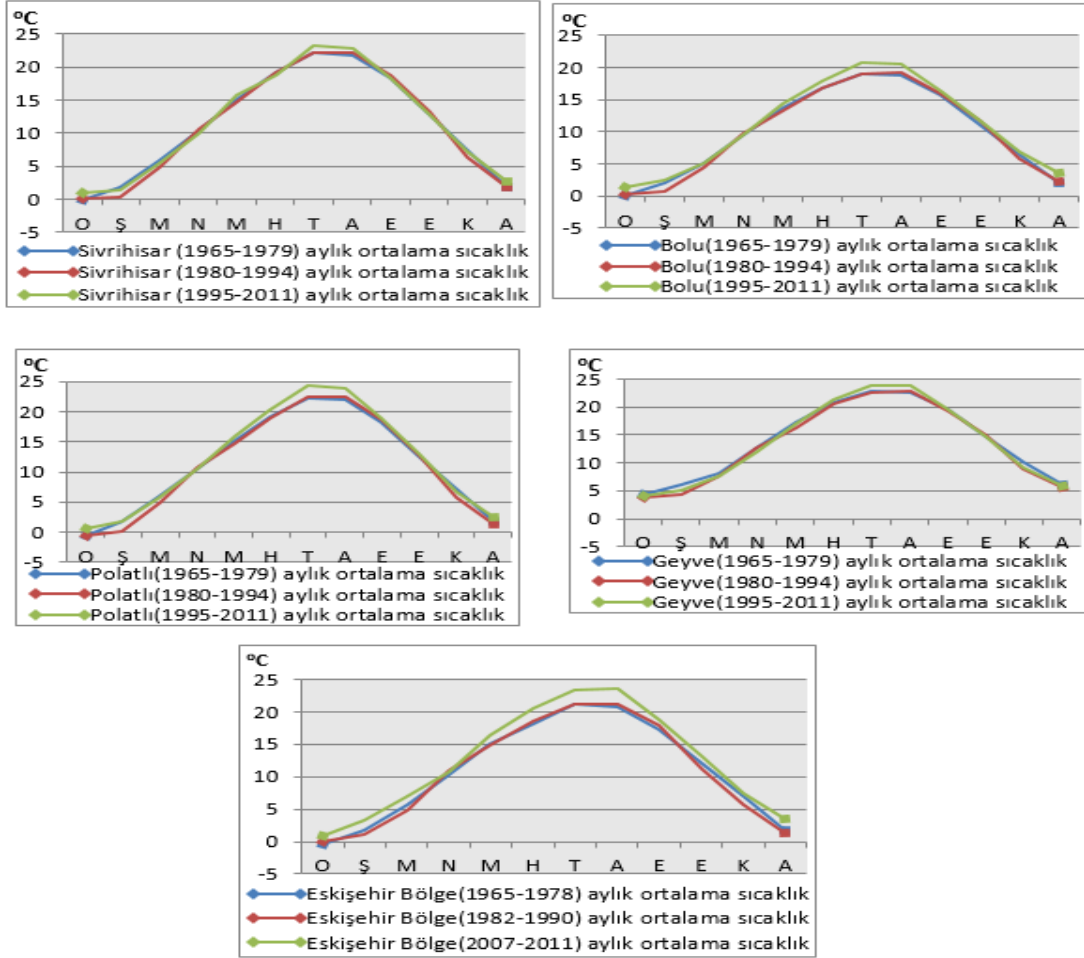
### 3. BULGULAR

Küresel iklim değişikliğine bağlı olarak iklim elemanlarından yağış ve sıcaklıkta önemli değişiklikler meydana gelmektedir. Yağış miktarları ve yağış rejiminde oluşacak değişikliklerin akarsuların akım ve rejim özellikleri üzerinde de değişiklikler yapacağı tahmin edilmektedir. Bu bölümde akım gözlem istasyonlarına ait aylık akım verileri ve meteoroloji istasyonlarının aylık yağış ve sıcaklık verileri incelenerek sıcaklık, yağış ve akım miktarında ve rejimlerinde meydana gelen değişiklikler tespit edilmeye çalışılmıştır. “1880-2011 yılları periyodunda, küresel ölçekte yaşanan en sıcak 10 yılın 9’u 2000 yılından sonra gerçekleşmiştir” (Turoğlu: NASA, 2012). İklim değişikliğiyle bağlantılı bazı çalışmalarda da (Turoğlu, 2014a; Turoğlu, 2014b) bu konu dikkate alınarak 15’er yıllık dönemler belirlenerek çalışma gerçekleştirilmiştir. 1965-2011 yıllarını kapsayan bu çalışmada da benzer bir yol izlenerek çalışmayı kapsayan yıllar 3 döneme ayrılmıştır. Bu dönemler 1965-1979, 1980-1994, 1995-2011 dönemleridir. Meteoroloji istasyonlarından Eskişehir Bölge’nin verilerinde eksiklik olması dolayısıyla bu istasyon 1965-1978, 1982-1990, 2007-2011 dönemlerine ayrılmıştır. Ayrıca Sakarya Nehri’nin rejiminde tespit edilen değişimler ile iklim elemanları arasında bağlantı kurulmaya çalışılacağından Eşenka AGİ’ye ait gözlem süreleri de Eskişehir Bölge’ye benzetilmiştir.

#### 3.1. Sakarya Nehri Havzası’nda Sıcaklıklarda Görülen Değişimlerin İncelenmesi

Sivrihisar meteoroloji istasyonunun dönemlere ait yıllık ortalama sıcaklıklarına göre 1995-2011 dönemi 11,6°C ile en sıcak dönem olmuştur. Yıllık sıcaklık ortalamasının en düşük olduğu dönem 11,1°C ile ikinci dönem olan 1980-1994 dönemidir.

**Şekil 2.** Meteoroloji İstasyonları Aylık Ortalama Sıcaklık Miktarları Grafikleri (°C)



Temmuz ve Ağustos ayı sıcaklıkları ilk dönemden başlayıp devamlı artış göstermiştir. 1995-2011 döneminin en sıcak dönem olması yaz aylarındaki bu artışın payı büyüktür. 22,2°C sıcaklık ile Temmuz ayı 1965-1979 döneminde en sıcak aydır. 1980-1994 döneminde yine 22,2°C ile Temmuz ve Ağustos maksimum sıcaklığın görüldüğü aylardır. 1995-2011 döneminde maksimum sıcaklık değeri önceki dönemlere göre yükselerek 23,3°C'ye çıkmış ve Ağustos ayında görülmüştür. Aylık sıcaklık ortalamalarına göre en soğuk ay Ocak ayıdır. Bu istasyonda yaz aylarında son dönemde görülen artışın dışında diğer aylarda dönemler arası pek bir farklılaşma yoktur.

Geyve meteoroloji istasyonunda en yüksek sıcaklıklar Temmuz-Ağustos aylarında, en düşük sıcaklıklar ise Ocak ayında görülür. 22,9°C sıcaklıkla Temmuz ayı 1965-1979 döneminde en sıcak ay olmuştur. 1980-1994 ile 1995-2011 dönemlerinde en sıcak ay Ağustos'tur. 1995-2011 döneminin en sıcak ayı olan Ağustos ayı sıcaklık değeri 23,9°C ile diğer iki dönemin maksimum sıcaklıklarından daha yüksektir. Yıllık ortalama sıcaklık miktarlarına göre 1965-1979 dönemi olan ilk dönem 13,7°C ile sıcaklık ortalamasının en yüksek olduğu dönemdir. Ancak 1995-2011 dönemi sıcaklığı 13,6°C ile buna çok yakındır. En düşük sıcaklıklar tüm dönemlerde Ocak'a denk gelmiştir. Geyve sıcaklık grafiğine göre 1995-2011 döneminde yaz ayları sıcaklık ortalamalarında artış görülür. İkinci dönemde ise kış ayları sıcaklıkları düşüş göstermiştir. "Geyve'de Akdeniz iklimi kadar sıcak olmayan, kışları da Karadeniz iklimi kadar yağışlı ve serin geçmeyen Yarı Nemli Marmara iklimi hüküm sürmektedir" (Ustaoglu ve İkiel, 2007).

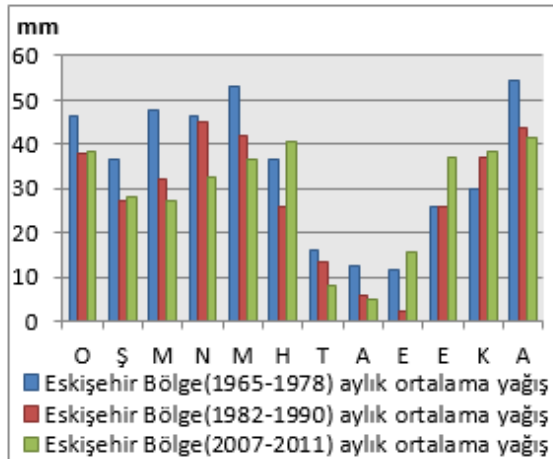
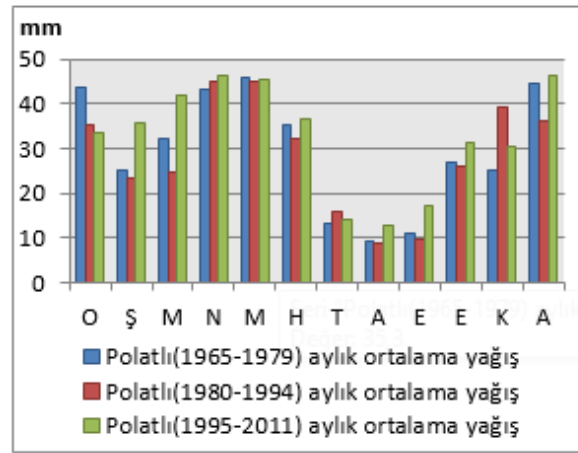
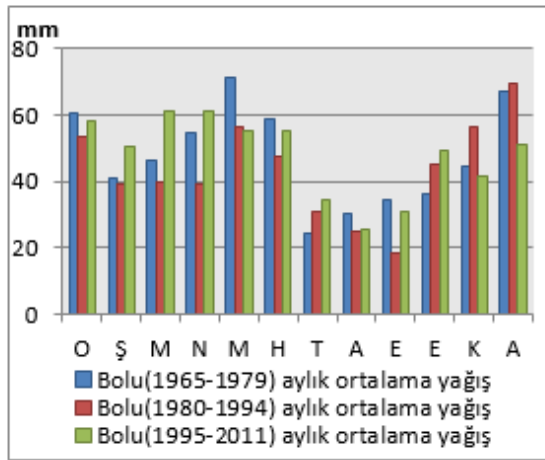
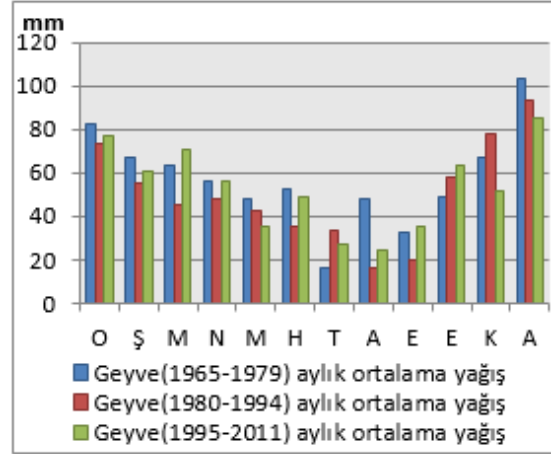
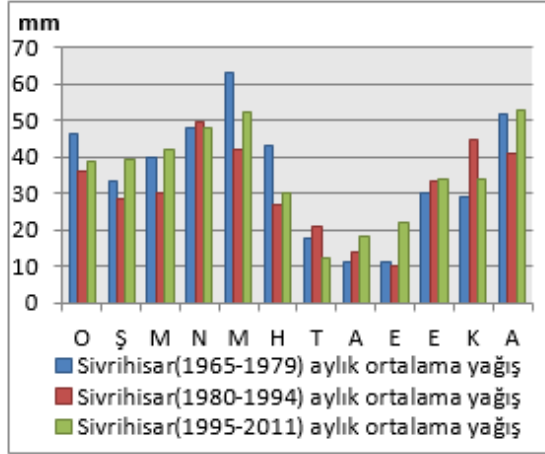
Bolu meteoroloji istasyonunda da diğer istasyonlara benzer şekilde maksimum sıcaklıklar Temmuz-Ağustos aylarından birine, minimum sıcaklıklar ise Ocak ayına denk gelmiştir. 1965-

1979 ile 1995-2011 döneminde maksimum sıcaklık Temmuz'a 1980-1994 döneminde ise Ağustos'a denk gelir. Maksimum sıcaklıklar her dönem artış göstermiştir. Yıllık ortalama sıcaklıklara göre ilk iki dönemin yıllık ortalama sıcaklıkları aynıdır (9,9°C). 1995-2011 dönemi yıllık ortalama sıcaklığı 10,8°C ile bu dönemi en sıcak dönem yapmaktadır. Bolu meteoroloji istasyonunda son dönemde yaz sıcaklıklarında görülen artışının yanında kış aylarında da sıcaklık miktarlarının yükseldiği grafikten açıkça görülmektedir.

Polatlı meteoroloji istasyonunun dönemlere ait yıllık sıcaklık ortalamalarına göre 12°C yıllık ortalamasıyla 1995-2011 dönemi en sıcak dönemdir. Yine diğer meteoroloji istasyonlarına benzer şekilde sıcaklık ortalamasının en düşük (11°C) olduğu dönem 1980-1994 dönemi olmuştur. Minimum ve maksimum sıcaklıkların görüldüğü aylar değişmeyip minimum üç dönem Ocak ayına, maksimum üç dönem Temmuz ayına denk gelmiştir. Maksimum sıcaklığın en yüksek olduğu dönem, yıllık ortalama sıcaklığın da en yüksek olduğu 1995-2011 dönemidir. Yılın dört ayı (Temmuz, Ağustos, Eylül, Ekim) sıcaklık miktarları her dönem yükseliş göstermiştir. Temmuz ve Ağustos aylarının özellikle son dönemdeki sıcaklık artışı diğer aylardan daha fazladır. Grafikte de görüleceği üzere son dönemde ilkbahar sonunda başlayan sıcaklık artışı vardır. Bu artış Temmuz ve Ağustos'ta daha da yükselmiştir.

Eskişehir Bölge meteoroloji istasyonunun üç döneme ait yıllık ortalama sıcaklıklarına göre 2007-2011 dönemi 12,3°C ortalama sıcaklığıyla en sıcak dönem olmuştur. 1965-1978 ve 1982-1990 dönemlerinin yıllık ortalama sıcaklıkları birbirine çok yakın olup 1965-1978 döneminde 10,8°C, 1982-1990 döneminde ise 10,7°C'dir. Yıl içerisinde sıcaklıkların en düşük olduğu ay üç dönemde Ocak iken, en yüksek olduğu ay ilk iki dönem Temmuz son dönem ise Ağustos'tur. Maksimum ve minimum sıcaklık miktarları her dönem artış gösterir. Yaz aylarında sıcaklık miktarları her dönem yükselmiştir. Nisan ayı dışında son dönem aylık ortalama sıcaklıkları her ay diğer dönemlerin aylık ortalama sıcaklıklarından daha yüksektir. Son dönemde sıcaklık artışları en fazla yaz aylarındadır. Yani yılın en sıcak dönemi sıcaklık ortalamaları daha da yükselmiştir.

### **3.2. Sakarya Nehri Havzası'nda Yağış Miktarları ve Rejimde Görülen Değişimlerin İncelenmesi**



Sivrihisar meteoroloji istasyonunda incelenen dönemler arasında Mayıs, Haziran ve Temmuz ayları ortalama yağış miktarlarında azalmalar meydana gelmiştir. Ağustos ayında ise yağış miktarları her dönem yükseliş göstermiş, bu artışların sonbahar aylarında da devam ettiği tespit edilmiştir. Grafığe göre yaz aylarında görülen yağışlarda azalmalar yaşanırken sonbahar

aylarında artış olduğu söylenebilir. Yağış ortalamasının en yüksek olduğu dönem 423,2mm ile 1995-2011 dönemidir. 422,6mm ile 1965-1979 dönemi yağış ortalaması son döneme çok yakındır. 1980-1994 dönemi 377mm ile yağış ortalamasının en düşük olduğu dönemdir. Yağış miktarının aylık ortalamalarına göre en yüksek ve en düşük yağışların her dönem farklı aylara denk geldiği görülmektedir. İlk dönemde maksimum ve minimum yağışlar sırasıyla Mayıs-Ağustos, ikinci dönem Nisan-Eylül ve son dönem olan 1995-2011 döneminde ise Aralık-Temmuz aylarında gerçekleşmiştir. Temuçin'in (1990) Türkiye'de yağış rejimi tipleri sınıflandırmasına göre Sivrihisar İç Anadolu Yağış Rejimi içerisinde yer alır.

17662 numaralı Geyve meteoroloji istasyonunda 1965-1979 dönemi yağış ortalaması 685,5mm, 1980-1994 döneminde 599,7mm, 1995-2011 döneminde 636,3mm'dir. Sivrihisar'da yağış ortalamasının en yüksek olduğu dönem 1995-2011 dönemi iken Geyve'de 1965-1979 dönemidir. En düşük olduğu dönem ise Sivrihisar ile aynı olup 1980-1994 dönemidir. Dönemlere ait aylık ortalama yağış miktarlarına bakıldığında maksimum yağış değerleri her dönem Aralık ayında görülür. Minimum yağışlara bakıldığında ise 1965-1979 döneminde 16,3mm ile Temmuz ayına denk gelmişken, 1980-1994 döneminde 16,1mm Ağustos'a, son dönemde ise 24,7mm ile yine Ağustos'a denk gelmiştir. Yağış rejiminde değişiklik görülmeyen Geyve, Temuçin'e (1990) göre Marmara Yağış Rejimine dahildir.

Bolu meteoroloji istasyonunda yağışı üç ayrı döneme ayırarak yaptığımız incelemelere göre yağışın yıl içinde aylara dağılışında farklılıklar olduğu ve düzensiz dağılış gösterdiği sonucuna ulaşılır. Dönemlere ait ortalama yağış miktarları incelendiğinde Sivrihisar'da olduğu gibi ortalamanın en yüksek olduğu dönemin 1995-2011 dönemi olduğunu görülmektedir. 1995-2011 döneminde yağış ortalaması önceki dönemlere göre artış göstererek, incelenen 3 dönem içerisinde yıllık ortalamaların en yüksek olduğu dönem olsa da üç aya (Mayıs, Kasım, Aralık) ait aylık ortalama yağışlar azalış göstermiştir. Dönemlere ait yağış ortalamasının en düşük olduğu dönem diğer meteoroloji istasyonlarına benzer şekilde 1980-1994 dönemidir. 1980-1994 dönemi yağış ortalaması 520,3mm'dir. Maksimum ve minimum yağışın görüldüğü aylar sırasıyla 1965-1979 döneminde Mayıs-Temmuz, 1980-1994 döneminde Aralık-Eylül, 1995-2011 döneminde Mart-Ağustos aylarıdır. Maksimum ve minimum yağışların görüldüğü aylar her dönem farklı bir aya denk gelir. Temuçin'e (1990) göre Bolu havzada Marmara Yağış Rejimi'ne sahip ikinci meteoroloji istasyonudur.

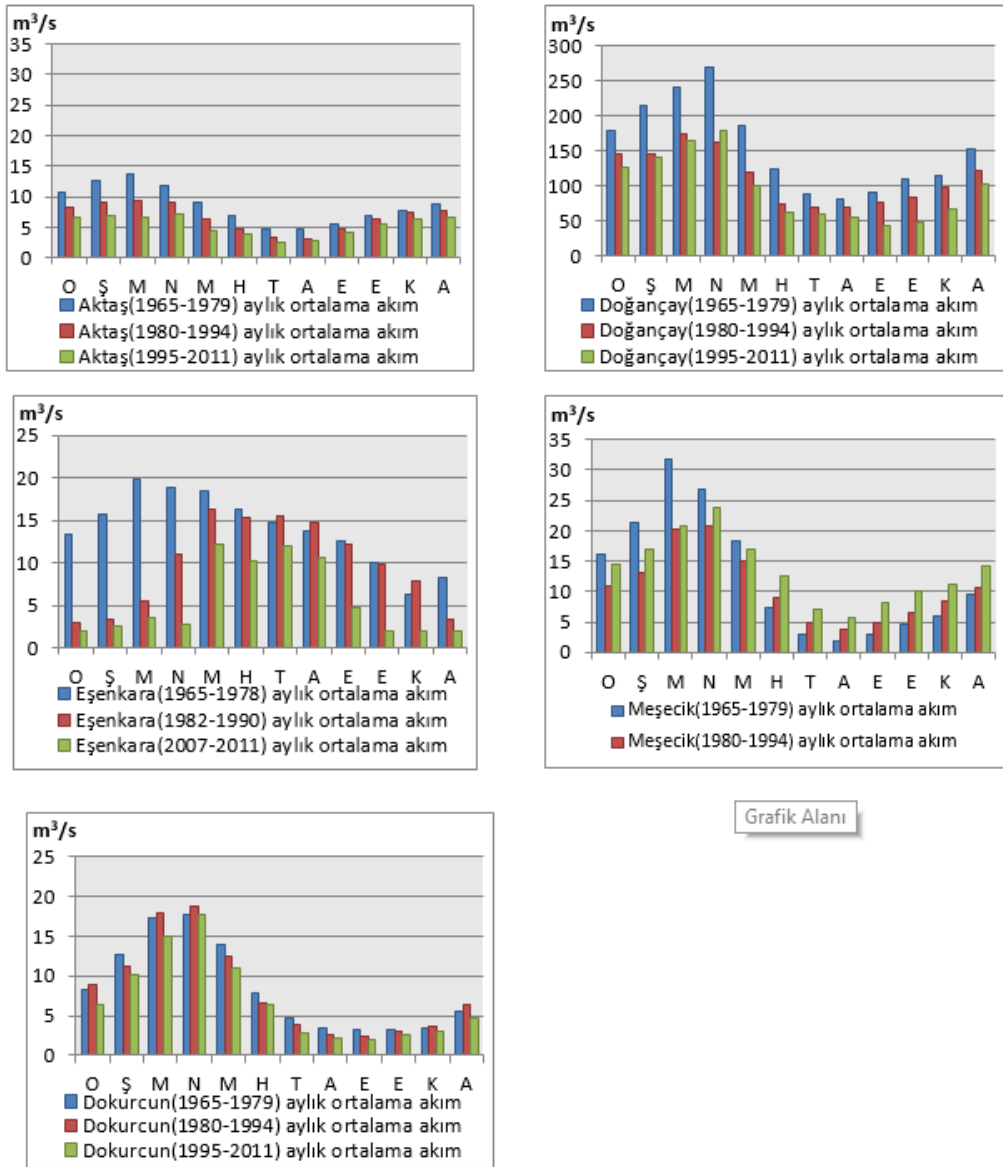
Polatlı'nın dönemlere ait ortalama yağış miktarlarına göre en yağışlı dönem 392,2mm ile 1995-2011 dönemi olmuştur. Yağışın en az düştüğü dönem ise 341,2mm ile 1980-1994 dönemidir. Yıl içinde yağışın en fazla gerçekleştiği mevsim ilkbahardır. En kurak zaman ise yaz sonu Ağustos ayıdır. Üç dönem boyunca minimum yağışın gözlendiği ay Ağustos'tur. Minimum yağışın gözlendiği Ağustos ayı yağış miktarları ilk dönem 9,1mm, ikinci dönem 8,6mm, üçüncü dönem 12,6mm'dir. Üç dönem arasında yağış ortalamasının en yüksek olduğu dönem minimum yağış miktarı da diğer dönemlerden daha yüksek iken, yağış ortalamasının en düşük olduğu ikinci dönem minimum yağış ortalaması da diğer dönemlerden daha düşüktür. 1965-1979 ve 1980-1994 dönemlerinde maksimum yağış Mayıs'a denk gelirken 1995-2011 döneminde bir ay önce Nisan ayına denk gelmiştir. İç Anadolu Yağış Rejimine sahip Polatlı'da Ocak ayı yağış tutarları her dönem düşüş gösterirken Nisan ayında ise sürekli artış vardır.

Eskişehir Bölge meteoroloji istasyonunun yağış verilerine göre oluşturulan grafikten görüldüğü gibi sonbahar yağış miktarlarında artış meydana gelirken kış, ilkbahar ve Haziran ayında son dönemde görülen yükselme dışında yaz ayları yağış tutarlarında düşüş gerçekleşmiştir. Özellikle ilkbahar yağışlarında kademeli olarak her dönem düşüş vardır. Dönemlere ait ortalama yağış değerleri yağışın en yüksek (417,5mm) olduğu dönemin 1965-1978 dönemi olduğunu göstermektedir. İkinci dönem olan 1982-1990 döneminde yağış ortalaması

338,5mm'ye düşmüştür. 2007-2011 döneminde yağış ortalaması önceki döneme göre biraz yükselerek 348,9mm'ye çıkar. İncelenen dönemlerden 1965-1978 ve 2007-2011 dönemlerinde maksimum yağışın görüldüğü ay Aralık, 1982-1990 döneminde Nisan'dır. Minimum yağışlar ise 1965-1978 ve 1982-1990 döneminde Eylül'de, 2007-2011 döneminde Ağustos'ta gerçekleşmiştir. Eskişehir Bölge meteoroloji istasyonu yağışın yıl içinde aylara dağılımına bakıldığında Temuçin'in (1990) sınıflandırmasına göre İç Anadolu Yağış Rejimine benzemektedir.

### 3.3. Sakarya Nehri Havzası'nda Akım Miktarları ve Rejimde Görülen Değişimlerin İncelenmesi

Şekil 4. Akım Gözlem İstasyonları Aylık Ortalama Akım Miktarları Grafikleri (m<sup>3</sup>/s)



Hesaplanan ortalama akım miktarları incelendiğinde E12A024 numaralı Aktaş AGİ'nin akım miktarının ilkbahar aylarında artış gösterdiği görülür. Yaz ise akım miktarının en düşük olduğu mevsimdir. Bunun sonucunda azami akımın gerçekleştiği ay Mart veya Nisan aylarından birine,



asgari akımın gerçekleştiği ay ise Temmuz veya Ağustos aylarından birine denk gelmiştir. Dönemlere ait aylık ortalama akım miktarına göre ilk iki dönem azami akım Mart ayına denk gelmiştir. Bir sonraki dönemde ise Nisan ayına denk gelir. Azami akım miktarı 1965-1979 döneminde  $13,7\text{m}^3/\text{s}$ , 1980-1994 döneminde  $9,4\text{m}^3/\text{s}$ , 1995-2011 döneminde ise  $7\text{m}^3/\text{s}$ 'dir. Her dönem akım miktarlarında görülen düşüşe paralel olarak azami akım miktarı da düşüş gösterir. Yaz mevsiminde asgari akım gerçekleşir. Azami akımda olduğu gibi asgari akımın görüldüğü ay da ilk iki dönem aynı iken son dönem değişmiştir. Asgari akım 1965-1979 ( $4,6\text{m}^3/\text{s}$ ) ve 1980-1994 ( $3,2\text{m}^3/\text{s}$ ) dönemlerinde Ağustos ayında gerçekleşmiştir. Son dönemde ise  $2,4\text{m}^3/\text{s}$  ile asgari akımın denk geldiği ay Temmuz ayıdır. Aktaş AGİ Hoşgören'in (2013) akarsu rejimi sınıflamasına göre Yağmurlu Akdeniz Rejimi'ne benzer. Bu rejim tipinde kış seviye yükselmesi ve yaz seviye alçalması görülür. Genellikle azami akım Şubat ayında gerçekleşir. Fakat Aktaş AGİ'de azami akım bir iki ay gecikerek Mart-Nisan aylarında gerçekleşmiştir. Asgari ve azami akımın görüldüğü aylardaki farklılık çok değerlidir. Akım miktarının yıl içindeki seyri de değişmemiştir.

Doğançay AGİ'de özellikle 1965-1979 döneminin kış ve ilkbahar ayları akım miktarları diğer iki döneme göre oldukça yüksektir. Yani bu mevsimlerde meydana gelen akım miktarındaki azalış diğer mevsimlere göre daha fazladır. Akarsuyun bu bölümünde akım miktarında görülen artışlar Mart veya Nisan aylarından birine, azalmalar ise Ağustos veya Eylül aylarından birine denk gelir. Azami akım ilk ve son dönem Nisan'a ikinci dönem ise Mart'a denk gelmiştir. Azami akım miktarları ilk dönemden başlayıp sırasıyla  $269,1\text{m}^3/\text{s}$ ,  $174,3\text{m}^3/\text{s}$ ,  $178,8\text{m}^3/\text{s}$ 'dir. Asgari akım 1965-1979 ve 1980-1994 dönemlerinde Ağustos ayında gerçekleşmiştir. 1965-1979 döneminin Ağustos ayı asgari akım miktarı  $80\text{m}^3/\text{s}$ , 1980-1994 döneminin Ağustos ayı asgari akım miktarı  $68,3\text{m}^3/\text{s}$ 'dir. 1995-2011 döneminde asgari akımın gerçekleştiği ay değişerek  $43\text{m}^3/\text{s}$  ile Eylül ayıdır. Doğançay AGİ'nin rejim tipinde Yağmurlu Akdeniz Rejimine benzemekle birlikte azami akım aynı Aktaş akım gözlem istasyonunda olduğu gibi bir iki ay gecikir. Aylık ortalama akım miktarına göre dönemler arasında azami ve asgari seviyenin görüldüğü aylarda yalnızca bir aylık kaymalar meydana gelmiş, mevsimsel bir değişim olmamıştır.

Dokurcun AGİ'de Şubat, Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim ayları aylık ortalama akım miktarları ilk dönemden başlayarak son döneme kadar sürekli düşüş gösterir. Dokurcun akım gözlem istasyonunda akım miktarları ilkbaharda yükselişe geçer. Sonbahar başlangıcında akım miktarı asgariye erişir. Ortalamaları alınan üç dönem boyunca azami akım Nisan ayına, asgari akım Eylül ayına denk gelmiştir. Asgari akımın görüldüğü Eylül ayı ortalamalarına bakıldığında her dönem aylık ortalamanın düştüğü görülmektedir. Hoşgören (2013) akarsu rejimi sınıflamasına göre Yağmurlu Akdeniz Rejimine benzeyen bir diğer AGİ Dokurcun'dur. Yağmurlu Akdeniz Rejiminde azami akım Şubat, asgari akım Ağustos veya Eylül aylarında gerçekleşir. Buna göre Dokurcun'da azami akım 2 ay gecikerek Nisan'da gerçekleşmiştir. 1965-1979 döneminde  $3,2\text{m}^3/\text{s}$  olan Eylül ayı ortalaması 1980-1994 döneminde  $2,4\text{m}^3/\text{s}$ 'ye, 1995-2011 döneminde ise  $2\text{m}^3/\text{s}$ 'ye düşmüştür. Dokurcun AGİ'de akım miktarlarında azalma eğilimi olduğu açıktır. 1965-1979 dönemi yıllık ortalaması  $8,4\text{m}^3/\text{s}$ , 1980-1994 dönemi yıllık ortalaması  $8,1\text{m}^3/\text{s}$ , 1995-2011 dönemi yıllık ortalaması  $7\text{m}^3/\text{s}$ 'dir.

1965-2011 yılları aylık ortalama akım miktarları incelenen bir diğer AGİ Meşecik'tir. Meşecik akım gözlem istasyonu Ankara Çayı üzerinde bulunmaktadır. Dönemlere ait aylık ortalama akım miktarlarına göre Mart, Nisan ve Mayıs ayları ortalamaları düşüş eğilimindedir. Fakat yaz ve sonbahar aylarında her dönem ortalama akım miktarı yükselmiştir. Aralık ayı ortalama akım miktarları da aynı şekilde her dönem yükseliş göstermiştir. Diğer istasyonlarda akım miktarlarında her dönem düşüş varken Meşecik AGİ'de yükseliş eğilimi görülür. 1965-1979

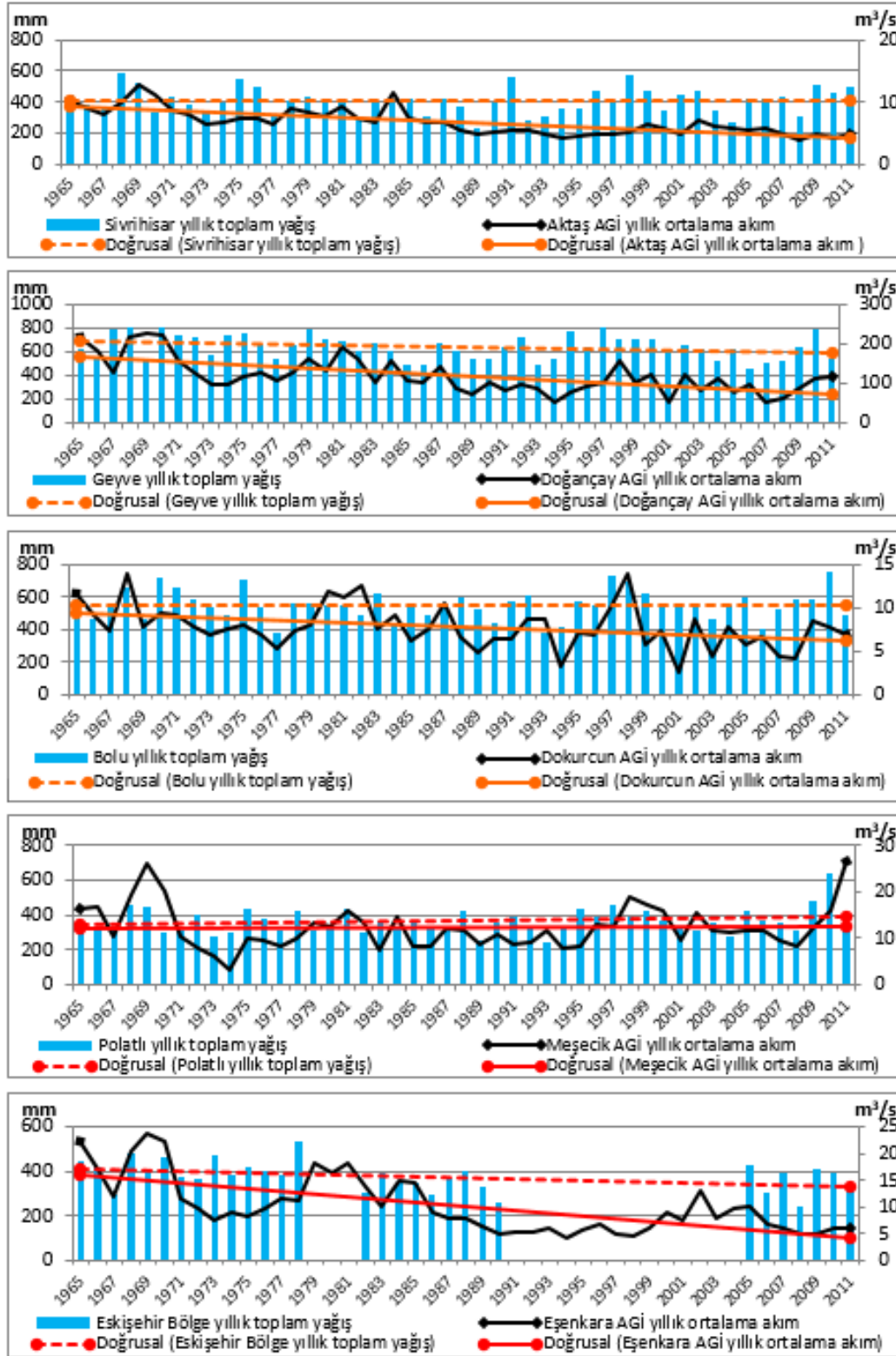
dönemi yıllık ortalama akım miktarı  $12,4\text{m}^3/\text{s}$ , 1980-1994 dönemi  $10,7\text{m}^3/\text{s}$ , 1995-2011 dönemi  $13,5\text{m}^3/\text{s}$ 'dir. Meşecik'te akım miktarının azamiye ulaştığı zamanlar Mart-Nisan aylarıdır. İlk dönem aylık ortalamalarına göre azami Mart'ta ( $31,8\text{m}^3/\text{s}$ ) sonraki dönemler ise Nisan (1980-1994 dönemi  $20,7\text{m}^3/\text{s}$ , 1995-2011 dönemi  $23,7\text{m}^3/\text{s}$ ) ayındadır. Yağışların azalması sıcaklık değerlerinin yükseldiği ve buharlaşmanın arttığı yaz aylarında akarsular asgari seviyeye erişirler. Meşecik'te bütün dönemlerde asgari Ağustos'a denk gelmiştir. İlk dönemden başlayarak Ağustos ayı sıcaklıklarında sürekli artış görülür ( $1,7\text{m}^3/\text{s}$ ,  $3,9\text{m}^3/\text{s}$ ,  $5,7\text{m}^3/\text{s}$ ). Meşecik AGİ'de Yağmurlu Akdeniz Rejimine benzemektedir. Aktaş, Doğançay, Dokurcun akım gözlem istasyonlarına benzer şekilde bu istasyonda da azami akımın görüldüğü ay Yağmurlu Akdeniz Rejimine göre gecikmektedir.

D12A054 numaralı Eşenkara akım gözlem istasyonunda da her dönem akım miktarlarında azalma meydana gelen aylar bulunmaktadır. Ancak Ocak, Şubat, Mart ve Nisan aylarında bu azalma daha belirgindir. Yıllık ortalama akım miktarlarında her dönem düşüş meydana gelmiştir. Bu düşüşte özellikle az önce sayılan aylarda meydana gelen azalmanın önemli etkisi bulunur. 1965-1978 dönemi yıllık ortalama akım miktarı  $14\text{m}^3/\text{s}$ , 1982-1990 dönemi  $9,8\text{m}^3/\text{s}$ , 2007-2011 dönemi  $5,5\text{m}^3/\text{s}$ 'dir. Eşenkara AGİ'de akarsuyun akım miktarındaki artışlar ilkbaharda gerçekleşirken seviye azalışları sonbahar sonunda ya da kışın gerçekleşir. İlk dönemde azami akım Mart'a sonraki iki dönem ise iki ay sonra Mayıs'a denk gelmiştir. Asgari ilk dönem  $6,3\text{m}^3/\text{s}$  ile Kasım, son dönemde ise  $1,9\text{m}^3/\text{s}$  ile Ekim ve Kasım'a denk gelirken 1982-1990 döneminde  $3\text{m}^3/\text{s}$  ile Ocak'a denk gelir. Eşenkara AGİ Hoşgören'in (2013) akarsu rejimi sınıflamasına göre Kar Rejimi'ne benzemektedir. Kar Rejimi'nde yılın sıcak devresinde seviye yükselmesi, soğuk devresinde ise seviye alçalması görülür. Eşenkara AGİ akım miktarı da buna benzer şekilde sıcaklıkların yavaş yavaş artmaya başladığı, karların eridiği ilkbahar mevsiminde azamiye erişirken, sonbahar veya kış aylarında asgari seviyeye erişmektedir.

### 3.4. Akım ve Yağış Miktarlarında Görülen Uzun Dönemli Değişimler ve Eğilimler

İncelenen 5 akım gözlem istasyonunun 4 tanesinde 1965 yılından 2011 yılına kadar akım miktarlarında azalma eğilimi vardır. Akım miktarında düşüş gözlenmeyen istasyon ise Ankara Çayı üzerinde yer alan Meşecik akım gözlem istasyonudur. Bu akım gözlem istasyonuna ait eğilim grafiği bize çok yavaş bir artış olduğunu göstermektedir. Bu artış özellikle son yıllardadır. Meşecik akım gözlem istasyonuna yakın bir konumda yer alan Polatlı meteoroloji istasyonunun 1965 yılından 2011 yılına kadar yağış miktarına baktığımızda artış eğilimi görürüz. Buna göre artan yağış ile birlikte akım miktarında arttığı söylenebilir. Akım ve yağış arasındaki ilişkiyi incelediğimiz aşağıdaki grafiklere göre yağış miktarlarında azalış eğilimi varsa akım miktarlarında da azalış eğilimi olduğu görülmektedir. Geyve ve Eskişehir Bölge meteoroloji istasyonlarının yağış miktarlarında azalış eğilimi vardır. Bu meteoroloji istasyonlarına yakın bir konumda yer alan akım gözlem istasyonlarının akım miktarlarında da azalış eğilimi olduğu görülür. Polatlı'nın yağış miktarında artış görülürken Sivrihisar ve Bolu kararlı bir gidiş göstermektedir.

Şekil 5. Meteoroloji Gözlem İstasyonları ve AGİ'lere Ait Yıllık Yağış ve Akım Miktarları



#### 4. SONUÇ

Akım gözlem istasyonları ve meteoroloji istasyonlarına ait veriler kullanılarak sıcaklık, yağış ve akım miktarları ve rejimlerinde meydana gelen değişikliklerin incelendiği bu çalışmaya göre dönemlere ait sıcaklık ortalamaları sıcaklıklarda artış eğilimi olduğunu göstermektedir. Yalnızca Geyve kararlı bir gidiş göstermiştir. Geyve dışındaki 4 istasyonda yıllık sıcaklık ortalamasının en yüksek olduğu dönem son dönemdir. Geyve'de ise 1965-1979 dönemidir. Ancak 1995-2011 dönemi ile aralarındaki fark çok azdır. Yağış ortalamalarına benzer şekilde sıcaklıkta da ortalamasının en düşük olduğu dönem 1980-1994 dönemi olmuştur. Sıcaklıkta tüm istasyonlarda özellikle yaz devresinde son dönemde belirgin bir artış mevcuttur. Yılın en sıcak dönemi sıcaklık ortalamaları daha da yükselmiştir. Bu sonuç daha önce yapılan bazı çalışmalarla (Turoğlu 2014a, 2014b; Şen vd: 2013) benzerlik göstermektedir. Şen vd., (2013) çalışmalarında 1970-2011 arasını kapsayan 41 yıllık iklim gözlemlerine göre sıcaklıkların Türkiye çapında istatistiksel olarak anlamlı seviyelerde yükseldiğini ortaya koymuşlardır. Sıcaklık artışlarının yazın kış mevsimine göre daha baskın olduğunu ve yıllık artışların daha çok yaz mevsimi artışlarından kaynaklandığını belirtmişlerdir.

Yağışta meydana değişimleri incelediğinde, 1980-1994 döneminin (Eskişehir Bölge 1982-1990) tüm istasyonlarda yağış ortalamasının en düşük dönem olduğu ortaya çıkmaktadır. Sivrihisar ve Bolu meteoroloji istasyonlarında 1995-2011 dönemi yıllık ortalama yağış miktarının en fazla olduğu dönemdir. Ancak bu miktar Sivrihisar'da ilk dönem ile çok çok yakın olması nedeniyle uzun yıllar kararlı bir gidiş gösterdiği söylenebilir. Bolu'da ise yine bu miktar 1965-1979 dönemiyle yakındır. Dolayısıyla bu istasyonda da son dönemde belirgin bir artış yoktur. Ortalama yağış miktarının en yüksek olduğu dönemin ilk dönem olduğu Geyve ve Eskişehir Bölge'nin yağış miktarlarında azalış eğilimi söz konusudur. Polatlı meteoroloji istasyonu ise artış eğilimi gösterir. Meteoroloji istasyonlarından 3 tanesi (Sivrihisar, Polatlı, Eskişehir Bölge) Temuçin'in (1990) yağış rejimi sınıflandırmasından İç Anadolu Yağış Rejimi, 2 tanesi (Geyve, Bolu) Marmara Yağış Rejimi içerisinde yer almaktadır. Geyve, Polatlı ve Eskişehir Bölge meteoroloji istasyonlarında 3 dönem boyunca yağışın yıl içindeki dağılışı incelendiğinde rejimde bir değişiklik olmadığı görülür. Sivrihisar 1995-2011 döneminde maksimum yağışın Aralık ayında görülmesi, minimum yağışın ise Akdeniz-İç Anadolu Geçiş Tipinde en kurak aylardan ilk sırayı alan Temmuz ayı olması ve Kasım'dan itibaren Mayıs sonuna kadar yağışta artış gözlenmesi dolayısıyla Akdeniz-İç Anadolu geçiş tipine benzemiştir. Bolu ise ikinci dönem olan 1980-1994 döneminde Karasal Yağış Rejimi 1'e yakınlık göstermektedir. Zaten Bolu meteoroloji istasyonu Marmara Yağış Rejimine dahil olsa da Temuçin'in (1990) Türkiye'de yağış rejimi tipleri ve alanları sınıflandırmasında Marmara Yağış Rejimi ile Karasal Yağış Rejimi 1'in ayrıldığı sınıra çok yakındır. Bu sebeple Karasal Yağış Rejimi 1 ile benzerlik gösterebilir.

Akım miktarlarında Meşecik AGİ dışında tüm istasyonlarda akım miktarlarında her dönem azalış meydana gelmiştir. 1995-2011 dönemi Meşecik akım gözlem istasyonunda yıllık ortalama akımın en yüksek olduğu dönem iken diğer 4 akım gözlem istasyonunda yıllık ortalama akımın en düşük olduğu dönemdir. Genel olarak akım miktarlarında 1965-1979 döneminden 1995-2011 dönemine kadar kademeli olarak bir azalış olsa bile akım miktarının yıl içindeki seyrinin pek değişiklik göstermemesi, azami ve asgari seviyenin görüldüğü aylarda bir aylık kaymalar meydana gelip mevsimsel bir değişim olmaması gibi sebeplerden dolayı rejimde değişiklik olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Azami ve asgari akımın görüldüğü aylarda sadece Eşenkara'da iki aylık kayma meydana gelmiştir. Ama bu AGİ'de de rejim değişikliği yoktur. Araştırma sahasındaki akım gözlem istasyonları Erinç'e (1957) göre İç Bölgeler Akarsu Rejimine dahil edilmiştir. Hoşgören'e (2013) göre AGİ'lerden 4 tanesi (Doğançay, Dokurcun,

Meşecik, Aktaş) Yağmurlu Akdeniz Rejimine benzese de ondan ayrılan yönü maksimum akımların Şubat ayında gerçekleşmeyip biraz gecikmesidir. Araştırmaya dahil olan diğer AGİ Eşenkara ise akarsu rejimlerinden Kar Rejimine yakındır.

Sakarya Nehri Havzası'nda araştırmayı kapsayan 1965-2011 yılları yıllık ortalama sıcaklık ve yağış miktarlarına bakıldığında NAO indisinin kuvvetli pozitif ve kuvvetli negatif evrelerinin görüldüğü yıllarda yağış ve akım miktarlarında değişiklikler görülmektedir. Bu değişiklikler bazı yıllarda ve araştırma alanında ki bazı istasyonlarda daha belirgindir. "1973 ve 1989 yıllarında yağışların azalması pozitif NAO indisi ile ilişkilidir" (Türkeş ve Erlat, 2003). Araştırma alanında incelenen meteoroloji istasyonlarının yıllık toplam yağış miktarlarının da 1973 ve 1989 yıllarında azalmış olduğu görülmektedir. Ayrıca yıllık ortalama akım miktarı da bu yıllarda düşüş göstermiştir. 1992 yılında havzada görülen düşük sıcaklıklarında NAO ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir.

NAO indisinin negatif evresi sırasında nemli koşullar hakimdir. 1963, 1968, 1969 ve 1978 yılları kışlarında bu nemli koşullar hüküm sürmüştür (Türkeş ve Erlat, 2003). Sakarya Nehri Havzası'nda incelenen meteoroloji istasyonlarının 1968, 1969 ve 1978 yıllarına ait yıllık toplam yağış miktarlarına göre özellikle Eskişehir Bölge ve Polatlı'nın bu yıllarda yağış miktarlarındaki artış daha belirgindir. AGİ'lerin 4 tanesinde 1969 yılı yıllık ortalama akımın en yüksek olduğu yıl olmuştur. 1968 yılı da akım miktarının yüksek olduğu bir yıldır. NAO indisleri ile bağlantılı bu değişiklikler havzanın iklim elemanlarında Kuzey Atlantik Salınımına bağlı olarak farklılaşmaların olduğunu gösterir. El Nino ve La Nina'nın görüldüğü yıllarda Sakarya Nehri Havzası'nda sıcaklık ve yağışın yıllık ortalamalarına bakıldığında ise çok belirgin bir değişikliğe rastlanmamıştır.

#### KAYNAKÇA

- Atalay, A. & İkiel, C. (2007). *Trend analysis of monthly and annual flow values of Sakarya River (Turkey)*. Geomed 2007 International Symposium on Geography, Environment and Culture in the Mediterranean Region, Antalya.
- Bilgin, T. (1990). Orta Sakarya vadisinin jeomorfolojisi. *Coğrafya Araştırmaları Dergisi (Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Coğrafya Bilim ve Uygulama Kolu Yayını)* 2(2), 161-193.
- Büyükyıldız, M. (2004). *Sakarya Havzası yağışlarının trend analizi ve stokastik modellemesi*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Erinç, S. (1957). Türkiye'de akarsu rejimlerine toplu bakış. *Türk Coğrafya Dergisi*, 17, 93-118.
- Erlat, E. (2010). *İklim sistemi ve iklim değişimleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Güngördü, E. (2003). *Türkiye'nin Coğrafyası*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Hansen, J. E. (2012). *NASA Finds 2011 Ninth Warmest Year on Record*. Data source: NASA Goddard Institute for Space Studies. Image credit: NASA Earth Observatory (<http://www.giss.nasa.gov/research/news/20120119/>)
- Hoşgören, Y. (2013). *Hidroğrafya'nın ana çizgileri I*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- İkiel, C. (1998). Türkiye fiziki coğrafyasına genel bir bakış. *Yeni Türkiye Dergisi*, 4, 104-115.
- İkiel, C. & Atalay, A. (2007). *Sustainable use of water resources and insensitivity of the human*. 31st IMISE Conference, Italy.
- NASA, (2012). *NASA Finds 2011 Ninth-Warmest Year on Record*. <http://www.nasa.gov/topics/earth/features/2011temps.html>

- Solomon, S., D. Qin, M. Manning, Z. Chen, M. Marquis, K.B. Averyt, M. Tignor & H.L. Miller (eds.), (2007). *Technical summary. In: climate change: the physical science basis. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA, 2007.
- Şen, Ö. L., Bozkurt, D., Göktürk, O. M., Dündar, B. & Altürk, B. (2013). *Türkiye’de iklim değişikliği ve olası etkileri*. [http://ipc.sabanciuniv.edu/en-old/wp-content/uploads/2012/10/Bildiri\\_Omer\\_L\\_Sen\\_vd\\_2013.pdf](http://ipc.sabanciuniv.edu/en-old/wp-content/uploads/2012/10/Bildiri_Omer_L_Sen_vd_2013.pdf).
- Temuçin, E. (1990). Aylık değişme oranlarına göre Türkiye’de yağış rejimi tipleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 5(1), 160-183.
- Tuncer, K., Nazik, L., Poyraz, M & Ferudun, D. (2010). *Aşağı ve Orta Sakarya Havzası’nın (Eskişehir, Bilecik, Sakarya) doğal mağaraları ve bu mağaraların ekosistemlerinin bozulmasına yönelik tehditler*. Ulusal Jeomorfoloji Sempozyumu.
- Turoğlu, H. (2014a). *İklim değişikliği bağlamında İstanbul’un su yönetimi problemleri TÜCAUM VIII. Coğrafya Sempozyumu*, Ankara.
- Turoğlu, H. (2014b). İklim değişikliği ve Bartın Çayı havza yönetimi muhtemel sorunları. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 12/(1), 1-22.
- Türkeş, M. (1994). Artan sera etkisinin Türkiye üzerindeki etkileri. *TÜBİTAK Bilim ve Teknik Dergisi* 321.
- Türkeş, M., Sümer, U. M. & Kılıç, G. (1996). *El Lino Güneyli Salınım: Küresel bir okyanus/atmosfer olayı*, Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Türkeş, M., Sümer, U. M. & Kılıç, G. (2000). *Küresel iklim değişikliği ve olası etkileri*. Çevre Bakanlığı, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi Seminer Notları, 7-24.
- Türkeş, M. & Erlat, E. (2003). Precipitation changes and variability in Turkey linked to the North Atlantic Oscillation during the period 1930-2000. *International Journal of Climatology* 23, 1771-1796.
- Türkeş M. (2008), Küresel iklim değişikliği nedir? Temel kavramlar, nedenleri, gözlenen ve öngörülen değişiklikler, *İklim Değişikliği ve Çevre*, 1, 26-37.
- Türkeş, M., Şen, Ö.L., Kurnaz, L., Madra, Ö. & Şahin, Ü. (2013). *İklim değişikliğinde son gelişmeler: IPCC 2013 raporu*. <http://ipc.sabanciuniv.edu/publication/iklim-degisikliginde-son-gelismeler-ipcc-2013-raporu/>.
- Ustaoğlu, B. & İkiel, C. (2007). Geyve’nin iklimi ve iklim koşullarının tarımsal faaliyetlere etkisi. *Akademik İncelemeler Dergisi* 2/(2), 208-229.
- Yazıcı, H. (1998). *Orta Sakarya Vadisi’nin coğrafi etüdü “Yenice-Alpagut arası”*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yılmaz, M.M. (2008). *Orta Sakarya Yöresi’nin iklim özellikleri*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- WMO. 1999. *WMO Statement on the Status of the Global Climate in 1998*, WMO-No. 896, World Meteorological Organization, Geneva.

**Araştırma Makalesi/Research Article****Arazi Çalışmalarının Coğrafya Öğretmeni Adaylarının Yeryüzü Şekillerini Kavrama ve Tasvir Etme Becerilerine Etkileri<sup>1</sup>**Abdullah TÜRKER<sup>2</sup> Ülkü ESER ÜNALDI<sup>3</sup>Ceylan ÇAKIR KARAGÜÇ<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Bu çalışma 3-5 Ekim 2019 tarihlerinde Eskişehir’de gerçekleştirilen 2. Uluslararası Coğrafya Eğitimi Kongresi (UCEK-2019)’nde sunulan aynı isimli sözlü bildirisinin genişletilmiş halidir.

<sup>2</sup> Dr., Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Coğrafya Eğitimi Anabilim Dalı, abdullahturker@gazi.edu.tr

<sup>3</sup> Prof. Dr., Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Coğrafya Eğitimi Anabilim Dalı, unaldu@gmail.com

<sup>4</sup> Arş. Gör., Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Coğrafya Eğitimi Anabilim Dalı, ceylancakir@yahoo.com

**Anahtar Kelimeleri**

Coğrafya, jeomorfoloji, yeryüzü şekilleri, arazi çalışması.

**Key Words**

Geography, geomorphology, landforms, field Survey.

**Sorumlu yazar/Corresponding Author**

Abdullah Türker, Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Coğrafya Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara, Türkiye

**Email:**

abdullahturker@gazi.edu.tr

**Geliş/Received:** 19.03.2020

**Kabul/Accepted:** 25.07.2020

**Öz**

Doğa ve insan ilişkileri ile karşılıklı etkileşimlerini konu alan Coğrafya biliminin öğretiminde bilimsel amaçlı arazi çalışmalarının etkileri oldukça fazladır. Akademik anlamda özellikle fiziki coğrafya konularının Coğrafya öğretmeni adaylarına kazandırılabilmesi için yükseköğretim kurumlarındaki Coğrafya bölümlerinin hemen hepsinde zorunlu ya da seçmeli statüye sahip arazi çalışması dersleri bulunmaktadır. Bu araştırma, Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Coğrafya Eğitimi Ana Bilim Dalı’nda okutulan Arazi Çalışması dersinin öğretmen adaylarının yeryüzü şekillerini kavrama, tanımlama, ayırt etme ve tasvir becerilerine etkilerini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma 2018-2019 Bahar yarıyılında okutulan Arazi Çalışması dersini alan 12 kişiden oluşan lisans 3. sınıf öğrencileri ile Ayaş-Güdül-Bey pazarı güzergâhında gününbirlik yapılan arazi çalışması ile yürütülmüştür. Araştırma tek gruplu deneysel desen modelinde ön test-son test uygulamaları ile gerçekleştirilmiştir. Arazi çalışmasına katılan deney grubu öğrencilerinin arazi çalışmalarının yeryüzü şekillerini kavrama ve tasvir etme becerilerine etkileri üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturduğu görülmektedir ( $Z=-2,941$ ;  $p<,05$ ). Fark puanlarının sıra ortalaması ve sıra toplamları dikkate alındığında gözlenen bu farkın pozitif sıralar lehine yani son test puanları lehine olduğu görülmektedir. Araştırma sonucunda yükseköğretim kurumlarındaki arazi çalışmalarına benzer çalışmaların ortaöğretim düzeyindeki coğrafya derslerinde de yer verilmesi, Coğrafya eğitimi ya da bölümü müfredatlarındaki arazi çalışması derslerinin sayısının artırılması önerilmektedir.

**Önerilen Atıf/Suggested Citation:**

Türker, A., Ünaldu Eser, Ü. & Karagüç, Ç., (2020). Arazi Çalışmalarının Coğrafya Öğretmeni Adaylarının Yeryüzü Şekillerini Kavrama ve Tasvir Etme Becerilerine Etkileri. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 144-161

## The Effects of Field Surveys on The Skills of Teaching Candidates to Conceptualize and Depict Landforms

### Abstract

In the instruction of Geographic sciences, which are about the mutual interactions of the relationship between nature and people, the effects of scientific field surveys are quite high. There are mandatory or elective field survey courses in almost all Geography departments at institutions of higher education for Geography teaching candidates to gain physical geography issues in an academic sense. This research took place to study the effects of a Survey Course taught in the Gazi University Gazi Faculty of Education Department of Geography Education on the skills of teaching candidates to conceptualize, define, distinguish, and depict landforms. The research was conducted with a field survey performed in one day in the Ayaş-Güdül-Beypazarı route with 12 third-year undergraduate students who took the class Field Surveys taught in the 2018-2019 Spring semester. The research was completed with pre- and posttest applications in a single-group experimental design model. The questions prepared by the research team and shaped with expert views were used before the field survey. The research team personally administered the pre-test forms two weeks before the field survey to the test group, providing each teaching candidate a period of 30 minutes. Two weeks after completing the field survey on March 22, 2019, the research team again performed a post-test, providing the same amount of time. It is seen that the field surveys of the test group students who participated in the field survey created a meaningful influence over the development of the skills of conceptualizing and depicting landforms ( $Z=-2.941, p<0.05$ ). Considering the rank average and rank sums of the different scores, it is seen that this observed difference favors positive ranks, meaning the posttest scores. It is recommended that studies similar to field surveys in institutions of higher education be included in secondary education geography courses and that the number of field survey courses in Geography education or departmental syllabi is increased.

### 1. GİRİŞ

Biyosferdeki doğal, beşeri ve ekonomik olguların insanla ilişkilendirilerek incelendiği bilim dalı coğrafya olarak tanımlanabilir. Dünyayı görmek için coğrafya bilmek gerekir (Doğanay ve Doğanay, 2014). Coğrafi yeryüzünde gerçekleşen tüm doğal ve beşeri olayları inceleyen coğrafya biliminde olayları yerinde gözlemleyebilmek ve teorikte öğrenilen bilgilerin gerçekteki yapılarını doğrudan inceleyerek pekiştirebilmek adına arazi çalışmalarının önemi büyüktür.

Eskiçağlardan itibaren insanlar yaşadıkları çevreyi merak etmiş ve incelemelerle bulunmak ya da çevrelerini tanımak için geziler yapmıştır. Kendi yaşamlarını doğrudan etkileyen özellikleri tanımlamak ve yaşamlarını bu özelliklere göre biçimlendirebilmek adına çevre tanıma gezileri zamanla uzun seyahatlere, kaleme alınan seyahatnamelere ve çizilen haritalara dönüşmüştür. İnceleme alanına doğal ve beşeri tüm unsurların dahil olduğu coğrafya biliminin öğrenimi ve öğretilmesinde gözlem ve coğrafi sorgulama becerilerinin en iyi geliştirildiği etkinlik olarak Humboldt tarafından coğrafya bilimine kazandırılan bilimsel amaçlı arazi çalışmaları etkin biçimde kullanılmaktadır (Doğanay, 2014). Coğrafya öğretiminde arazi gezileri, öğrencilere geniş deneyimler sağladıkları, soyut kavramları somutlaştırdıkları, pek çok kavram ve pratik bilgiyi birleştirdikleri ve sonuçta öğretimin kalıcı hale getirilebilmesinde rol oynadıkları için önemlidir.

Doğa ile insan arasında ilişki kurma üzerine yoğunlaşmış olan coğrafya bilimi için doğa bir laboratuvar durumundadır. Arazi çalışmalarının coğrafya öğretimindeki yeri ve önemi tartışılmaz. Coğrafi bilgi birikimini ve bilgilerin somutlaştırılmasını sağlamak adına arazi çalışmaları büyük katkı sağlar (Balcı, 2012). Arazi çalışmaları, sınıf içi çalışmaları daha anlamlı kılmak ve tamamlamak amaçlarıyla bir olayı, olguyu veya varlığı bulunduğu tabii şartlar içerisinde bir rehber gözetiminde gerçekleştirilir. Gerçekleştirilen planlı ve amaçlı arazi



çalışmalarında olay ve olguları derinlemesine inceleme, karşılaştırma ve değerlendirme yapma olanağı sunar (Aydın, 2019).

Kent (1999) coğrafya dersindeki arazi çalışmalarını tıpkı Fen bilimlerindeki laboratuvar deneylerinin vazgeçilmez önemi ile aynı olarak değerlendirir. İnsanın yaşadığı ve etkileşim halinde olduğu çevreyi incelemek için saha çalışmalarının yapılması modern coğrafyanın bir gerekliliğidir. Çünkü gerçek coğrafi bilgi için ancak araziden elde edilir. Garipağaoğlu (2001)'da hangi eğitim basamağında olursa olsun coğrafya öğretiminde gezi-gözlem metodundan mutlak suretle yararlanılması gerektiğini vurgular. Arazi çalışması yapılmayan bir coğrafya öğretiminin laboratuvara girmeden fizik, kimya ve biyoloji öğretmekten farksız olduğunu ifade etmektedir.

### 1.1. Kavramsal çerçeve

Alan veya arazi, coğrafya biliminin laboratuvarı niteliğindedir. Arazi çalışmalarında katılımcıların görme, duyma, dokunma yada koku alma gibi duyularına hitap ediliyor olması bilgilerin edinilmesini kolaylaştıracak ve kalıcı hale getirecektir. Başka bir ifadeyle fen bilimlerindeki laboratuvar çalışmaları gibi arazi de coğrafyacılar için teorikte görülen bilgilerin uygulamada görülebileceği ve veri toplayabileceği deneyimleri sağlama yeridir. Derslerde anlatılan konuları gösterme ve uygulama yapma alanı olarak da arazi çalışmalarının coğrafyadaki yeri çok önemlidir (Özgüç, 1994, s. 63-64).

İngiltere'de Wolverhampton Üniversitesi'nde coğrafi arazi çalışmaları üzerine yürütülen bir araştırmada da öğrenciler açısından arazi çalışmalarının birçok faydasına vurgu yapılmaktadır. Araştırma sonucunda arazi çalışmaları ile öğrencide aşağıdaki becerilerin gelişmesine katkı sağlandığı ifade edilmektedir:

- Gözlem becerisini geliştirmesi,
- Deneyimsel öğrenmeyi artırması,
- Öğrencileri kendi başlarına öğrenim yapmaya teşvik etmesi,
- Analitik becerilerin geliştirilmesi,
- Çevreye saygı bilinci oluşturmaya ile
- Coğrafi araştırma yapmaktan haz alma isteğini geliştirmeye yardımcı olması (Besenyei, R., vd. 2004).

Arazi çalışmaları gerek lisans öğrencilerinde gerekse ortaöğretim öğrencilerinde sorgulama, araştırma, problem çözme, eleştirel düşünme, analiz yapma gibi birçok becerinin gelişimine de büyük katkı sağlamaktadır.

Hore (2007), coğrafya bilminde arazi çalışmalarının en önemli amaçlarını;

- Arazi çalışmaları ile öğrenciler gittikleri yerleri anlama ve bilgilerini geliştime imkanı bulması,
- Arazi çalışmaları ile kitaplardaki bilgilerin günümüzdeki etkileri ve güncel durumu ile güncel sorunları yerinde inceleme ve çözümleri inceleme şansını elde etmesi,
- Öğrencilerde harita okuma ve yorumlama, veri toplama-kayıt tutma, taslak oluşturma, ilişki kurma ve analiz etme becerilerini geliştirmesi olarak sıralamaktadır.

Bu becerilerin yanında arazi çalışmalarının öğretmen-öğrenci ya da öğretim elemanı-öğretmen adayları arasındaki iletişim engellerini kaldırması ve ilişkilerin gelişimine katkı sağlama yönünde oldukça güçlü olduğu ifade edilmektedir (Besenyei, R., vd. 2004).

Yükseköğretim kurumlarındaki coğrafya öğretiminde bilimsel veri toplamının temelini arazi çalışmaları ve inceleme gezileri oluşturur. Coğrafya açısından hem öğretici hem de eğitici olan arazideki bilimsel gezi ve gözlemler, yükseköğretimde günümüzde yakın çevre gezileri şeklinde gerçekleştirildiği gibi, güzergâh ve katılımcıların olanakları doğrultusunda uzun süreli uzak mesafe gezileri şeklinde de gerçekleştirilebilmektedir (Garipağaoğlu, 2001).

Coğrafya öğretiminde yapılan arazi çalışmalarının temelinde öğrencilere sınıf ortamında teorik olarak öğretilen kavram, bilgi ve becerilerin gerçekteki yapı, durum ve özelliklerini yerinde görerek, yaparak-yaşayarak deneyimleme olanağı bulmasına fırsat verilmesi yatar. Teorik bilgilerin yanında yalnızca arazi çalışmaları ile kazanılabilecek olan arazide çalışma, coğrafi gözlem gibi becerilerin kazandırılması da sağlanmış olur. Arazi çalışmaları konunun ve güzergahın niteliğine göre kimi zaman gezi-gözlem ağırlıklı gerçekleşirken kimi zaman da gösterim (demonstrasyon) ya da deney yaparak gerçekleştirilir (Çalışkan, 2018, s.49).

Fiziki coğrafyanın kurucusu olarak kabul edilen Alexandre Von Humboldt tarafından coğrafya biliminin gelişimine metodolojik açıdan yapılan en büyük katkı bilimsel anlamda gezi-gözlem yöntemini kazandırmasıdır (Doğanay ve Doğanay, 2014, s. 157). Humboldt'tan günümüze arazi çalışmaları ve coğrafi gezi-gözlem etkinlikleri birçok değişikliğe uğrayarak süregelmiştir. Bu değişikliklerin başlıca nedenleri arasında haritalama tekniklerinin gelişmesi ve değişmesi, kullanılan araçların değişmesi, uzaktan algılama araç ve tekniklerinin gelişimi, ulaşım ve iletişim araçlarının değişimi ve coğrafi bilginin artması ve gelişimi sıralanabilir. Bu değişimlerin sonucunda arazi çalışmalarında da olması gereken değişiklikler ortaya çıkmıştır. Bu noktada Kent vd. (1997)'nin yaptıkları çalışmada 1950'den 1997'ye kadar arazi çalışmalarına bakış açısındaki temel değişiklikleri aşağıdaki gibi özetlemiştir:

**Tablo 1.** Coğrafyadaki Arazi Çalışması Yaklaşımlarında 1950-1997 Arasında Yaşanan Değişimler (Kent vd., 1997, s. 316).

<b>1950</b>	<b>Geleneksel “bak-gör” veya “Cook turları” biçimindeki arazi dersleri</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gözleme dayalı ve betimleme ağırlıklı</li> </ul>		
<b>1960</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yerşekilleri temelli ya da coğrafi bağlamda ilginç özellikleri olan yerlere düzenlenen gezi ziyaretleri merkezli</li> <li>Pasif öğrenci katılımı</li> </ul>		
<b>1970</b>	<b>“Yeni Coğrafya - 1960’lar devrimi (Problem merkezli, proje tabanlı arazi çalışmaları)</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tümevarım ve tümdengelim yaklaşımları, (positivist) hipotez geliştirme ve test etme, veri toplama ve istatistiksel analizler, yorumlama ve rapor yazma</li> </ul>		
<b>1980</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ayrıntılı ölçeklendirme, genellikle çok küçük alanlarda çalışma</li> <li>Aktif öğrenci katılımı</li> </ul>		
<b>1985</b>	<b>Yüksek öğrenimde girişimler - Dönüşebilen yeternekler</b>		
	<b>Problem merkezli arazi çalışmaları hahâ hakim ama dönüşebilen yetenek unsurlarına giriş</b>	<b>Tematik geziler</b>	<b>ve güdümlü</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proje tasarlama yeteneği</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organizasyon yeteneği</li><li>• Liderlik yeteneği</li><li>• Grup yetenekleri</li><li>• Aktif öğrenci katılımı ama kontrol hala öğretim elemanlarının elinde</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bireysel öğrenci inisiyatifi</li><li>• Grup inisiyatifi</li><li>• Geri bildirimler aracılığıyla tamamlama</li></ul>
<b>1990</b>	<b>Öğrenci sayısındaki çoğalma-büyük sınıflarda öğretim</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Arazi dersleri daha önce var olan tüm arazi çalışmalarını yöntemleriyle birleşmesi</li><li>• “Bak-gör” yönteminin tematik güdümlü yürüyüşlerle/gezilerle birleşmesiyle başlaması</li><li>• Öğretim elemanınca yönetilen, problem merkezli projeler</li><li>• Öğrencilerin inisiyatifinde problem merkezli çalışmaların dönüşebilen yeteneklerin diğer boyutlarıyla eklenmesi</li></ul>	
<b>1997</b>	<b>Büyük sınıflarda birleşen, arazi çalışmalarının maliyetinin gerek bölümlerin gerekse öğrencilerin karşısına çıkardığı ciddi problemler</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gelecek?</li><li>• Sanal gerçekliğin arazi derslerine yardım etmesi</li><li>• Sanal gerçeklik daha ucuz ya da yeterince tatmin edici olacak mı?</li></ul>	

Tablo 1’de görüldüğü gibi arazi çalışmalarının 1950’den günümüze doğru gelindikçe daha kapsamlı ve kompleks bir hal aldığı söylenebilir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte günümüzde GPS ve Drone kullanarak yapılan ve üç boyutlu modellemelerin kolaylıkla yapılabilmesi arazi çalışmalarının etkililiğini daha da artırmaktadır.

## 2. YÖNTEM

Bu bölümde nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanıldığı araştırmanın araştırma deseni, çalışma grubu, veri toplama aracı ve verilerin analizi aşamaları hakkında bilgi verilmiştir.

### 2.1. Araştırma Deseni

Araştırma tek gruplu deneysel desen modelinde ön test-son test uygulamaları ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın nitel bölümünde ise öntest ve sontest uygulamalarında öğretmen adaylarının cevapları ve özellikle de çizimlerindeki değişiklikleri kontrol edebilmek amacıyla uygulama formlarından doğrudan alıntılara yer verilerek karşılaştırılmalar yapılmıştır.

Deneysel desenlerin sınıflandırılmasında ölçüt olarak denek sayısı dikkate alındığında tek denekli ya da küçük gruplu desenler ile çok denekli desenler olmak üzere iki başlık altında toplanabilir. Tek denekli ya da tek gruplu deneysel desenlerde öntest ve sontest puanları arasındaki esas karşılaştırma genellikle denek ya da grubun zaman içerisinde ya da yapılan çalışma sürecinde gösterdiği gelişim üzerinden yapılır (Büyüköztürk, 2016, s.10).

### 2.2. Çalışma Grubu

Araştırma Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Coğrafya Eğitimi Anabilim Dalı’nda 2018-2019 bahar yarıyılında okutulan Arazi Çalışması dersini alan 12 kişiden oluşan lisans 3. sınıf öğrencileri ile yürütülmüştür. Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının 7’si kadın 5’i erkektir.

### 2.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Arazi çalışmasının yapılacağı güzergahta daha önceden araştırmacılar tarafından çok defa arazi çalışmaları gerçekleştirildiği için güzergahta görülecek yapı ve yeryüzü şekilleri ile ilgili uygulanması planlanan öntest ve sontest için arazi güzergahındaki sıra da takip edilerek toplam 10 soru hazırlanmıştır. Hazırlanan sorular güzergah hakkında bilgi sahibi fiziki coğrafya ve coğrafya öğretimi konularında çalışmaları olan iki öğretim üyesi ile ölçme aracı ve soru yapısı olarak uygunluğunu değerlendirmek için eğitim bilimleri alanında görev yapan iki öğretim üyesinin görüşlerine sunulmuştur. Uzman görüşleri sonrasında soru sayısı dört ayrı başlık altında ikiye soru (ilk soruda bilgi ikinci soruda tasvir becerisi ölçülmesi planlanmıştır.) olmak üzere toplam sekize düşürülmüştür. Öntest ve sontest uygulamalarında aynı sayıda soruya yer verilmiştir. Sorular planlanırken ilk önce konu ile ilgili bilgi ve açıklama yapmaları istenmiş (Örneğin yatay yapılı arazilerdeki yeryüzü şekillerinin isimlerini yazmaları istenmiştir) sonrasındaki soruda ise tasvir ve çizim becerilerini (Örneğin yatay yapılı arazilerdeki topografyanın gelişimi ve başlıca yeryüzü şekilleri çizerek ifade etmeleri) yansıtılmaları istenmiştir. Son şekli verilen sorular daha önce aynı güzergahta arazi çalışmasına katılan 4. sınıftaki bir öğrenci ile pilot çalışma yapılarak soruların anlaşılabilirliği ve uygulamanın süresi test edilmiştir. Deney grubuna arazi çalışmasından 2 hafta önce öntest formları bizzat araştırma ekibi tarafından her öğretmen adayına 30 dk. süre verilerek uygulanmıştır. Araştırma ekibinin katılımıyla 22 Mart 2019 günü arazi çalışması gerçekleştirilmiştir. Arazi çalışmasından 2 hafta sonra ise araştırma ekibi tarafından yine aynı süre verilerek sontest uygulaması yapılmıştır.

### 2.4. Veri Analizi

Öğretmen adaylarının öntest ve sontest uygulamasındaki toplam sekiz soruya verdikleri cevaplar 0, 1 ve 2 olarak puanlanmış ve toplam test puanları elde edilmiştir. Adayların cevapları arasında doğru cevaplar 2, eksik cevaplar 1, boş bırakılan ya da yanlış olanlar 0 puan olarak değerlendirilmiştir. Bu puanlama doğrultusunda testlerden alınabilecek maksimum puan 16 olarak belirlenmiştir. Öğretmen adaylarının öntest ve son test puanları SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz aşamasında öntest puanlarının normal dağılım göstermemesi sontest puanlarının ise normal dağılım göstermesi nedeniyle non-parametrik istatistiklerden Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi tercih edilmiştir.

İlişkili ölçümler için Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi tekniği sosyal bilimlerde az denekle yürütülen araştırmalarda deneklerin fark puanlarının normal dağılım göstermediği durumlarda ilişkili t-testinin yerine kullanılır. Aynı deneklerin farklı zamanlarda yapılan ölçümlerden elde ettikleri puanlar dikkate alınarak analiz yapılır (Büyüköztürk, 2010, s.163).

Arazi çalışmalarının öğretmen adaylarının yeryüzü şekillerini tasvir becerilerine etkilerini ortaya koyabilmek için öntest ve sontest uygulamalarındaki çizimlere karşılaştırmalı olarak yer verilmiştir. Öntest ve sontest formlarındaki öğretmen adaylarının çizimleri incelenerek arazi çalışmalarının öğrencilerin yeryüzü şekillerini tasvir etme becerilerine etkileri ortaya konulmuştur.

### 3. BULGULAR VE YORUM

Araştırmaya katılan coğrafya öğretmeni adaylarının öntest ve sontest sonuçlarından aldıkları toplam puanlar Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Deney Grubunun Öntest-Sontest Toplam Puanları

Katılımcı	Öntest Toplam Puan	Sontest Toplam Puan
ÖA1	0	13
ÖA2	0	14
ÖA3	0	5
ÖA4	0	12
ÖA5	2	8
ÖA6	0	10
ÖA7	0	7
ÖA8	4	14
ÖA9	1	11
ÖA10	11	16
ÖA11	0	0
ÖA12	0	3

Katılımcıların Tablo 2’de verilen öntest puanlarına bakıldığında toplamda maksimum 16 puan alınabilecek testten yalnızca dört kişinin puan alabildiği ve en yüksek puanın 11 olduğu görülmektedir. Lisans eğitimlerinin 3. sınıfında olmaları ve jeomorfoloji ile ilgili dersleri almış oldukları göz önünde bulundurulduğunda bu durum bir hayli düşündürücüdür. Sontest puanlarında ise bir öğretmen adayı haricinde büyük değişim olduğu ve öntest puanı yüksek olan katılımcının tüm soru ve çizimleri doğru cevapladığı görülmektedir.

Çalışma grubunun öntest ve sontestlerden elde ettikleri toplam puanların SPSS 22 programı kullanılarak yapılan Wilcoxon işaretli sıralar testi analiz sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 3.** Deney Grubunun Öntest-Sontest Puanlarının Farklılığı İçin Wilcoxon İşaretili Sıralar Testi Sonuçları

	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	z	p
Negatif Sıralar	0 <sup>a</sup>	,00	,00		
Pozitif Sıralar	11 <sup>b</sup>	6,00	66,00	- 2,941	,003
Eşit	1 <sup>c</sup>				
Toplam	12				
a. Sontesttoplam < Öntesttoplam					
b. Sontesttoplam > Öntesttoplam					
c. Sontesttoplam = Öntesttoplam					

Tablo 3’te görüldüğü üzere arazi çalışmasına katılan deney grubu öğrencilerinin arazi çalışmalarının yeryüzü şekillerini kavrama ve tasvir etme becerilerine etkileri üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturduğu anlaşılmaktadır ( $Z = -2,941$ ;  $p < ,05$ ). Fark puanlarının sıra ortalaması

ve sıra toplamları dikkate alındığında gözlenen bu farkın pozitif sıralar lehine yani son test puanları lehine olduğu görölmektedir.

Bu bölümde öğretmen adaylarının yukarıda bahsedilen 4 ayrı başlık altında ikişer (biri bilgi diğeri tasvir becerisi ölçmeye dayalı) soruya verdikleri cevapların öntest ve sontest uygulamasındaki değışimi hakkında sayısal rakamlara ve öğrenci çizimlerine doğrudan alıntılar yoluyla yer verilmiştir. Fotoğraflarda verilen öğrenci çizimlerinde solda yer alan çizimler öntest, sağda yer alan çizimler ise sontest aşamasındaki çizimlerini göstermektedir.

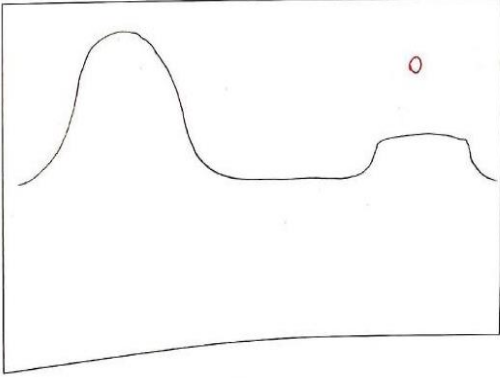
### 3.1. Yatay yapılı arazilerle ilgili bulgular

Öğretmen adaylarının öntest puanlarına bakıldığında yatay yapılarla ilgili bilgi sorusunda (1. soru) ön test uygulamasında bir öğrenci tam puan (2) almış, iki öğrencide yarım (1) puan almıştır. Diğer öğrenciler ise puan alamamıştır. Sontest uygulamasında 6 öğrenci tam puan 5 öğrenci ise yarım puan almıştır. Öğretmen adaylarının yatay yapılarla ilgili çizim sorusuna (2. soru) verdikleri cevaplara bakıldığında öntest uygulamasında bir öğrenci tam puan bir öğrenci de yarım puan almış diğerleri puan alamamıştır. Sontest uygulaması puanlarına bakıldığında ise 9 öğrenci tam puan bir öğrenci ise yarım puan almıştır. Katılımcıların yatay yapılı arazilerle ilgili çizim sorusuna verdikleri cevaplar bazı katılımcıların çizimlerinden doğrudan alıntılar yapılarak aşağıda verilmiştir.

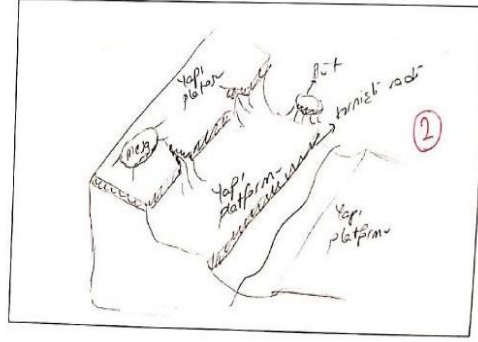


**Fotoğraf 1.** Arazi Çalışmasında Yatay Yapılı Arazilerin Anlatıldığı Bölge

2. Yatay yapılı arazilerin bulunduğu sahalarda topografyanın gelişimini ve başlıca yeryüzü şekillerini aşağıdaki kutucuğa çiziniz.



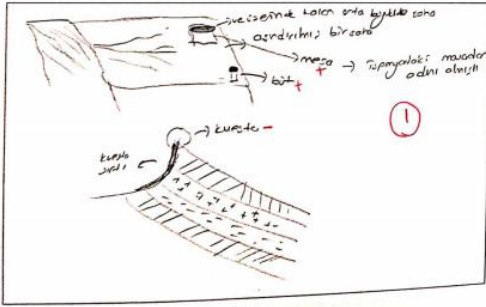
2. Yatay yapılı arazilerin bulunduğu sahalarda topografyanın gelişimini ve başlıca yeryüzü şekillerini aşağıdaki kutucuğa çiziniz.



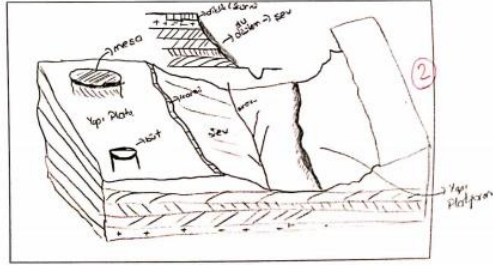
**Fotoğraf 2.** Öğretmen Adayı 1 (ÖA1)'in Yatay Yapılı Arazilerde Gelişen Yeryüzü Şekillerine Ait Çizimleri

Fotoğraf 2 incelendiğinde ÖA1'in arazi çalışması sonrasında yatay yapılı arazilerde yeryüzü şekillerinin gelişim süreci, tabaka duruşları, ortaya çıkan ana yeryüzü şekillerinin isimlendirilmesi ve tasvir edilmesi noktasında önemli ilerleme kaydettiği görülmektedir. Arazi çalışması öncesinde hiçbir yapı ve yeryüzü şekli ile bağdaştırılamayacak bir çizim yapmışken sontest aşamasındaki çizimi oldukça başarılı durumdadır.

2. Yatay yapılı arazilerin bulunduğu sahalarda topografyanın gelişimini ve başlıca yeryüzü şekillerini aşağıdaki kutucuğa çiziniz.

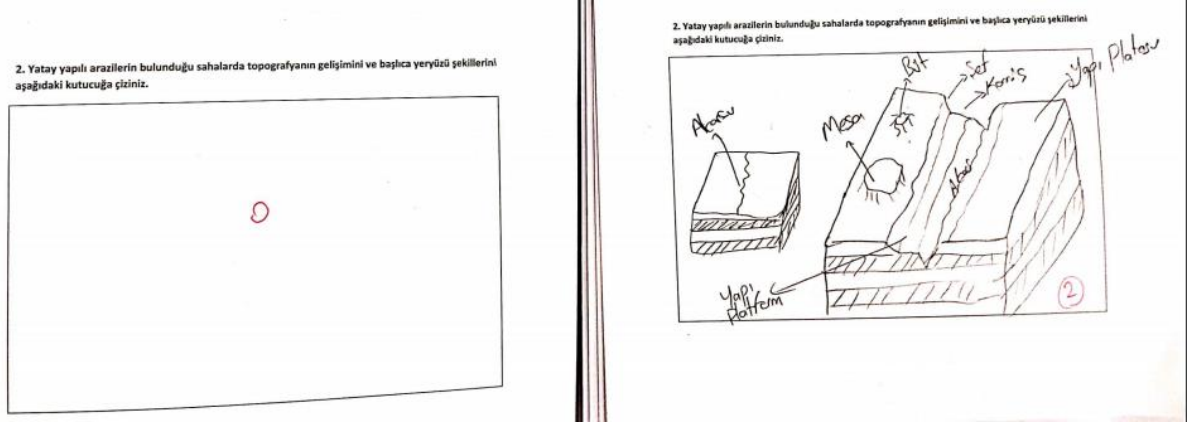


2. Yatay yapılı arazilerin bulunduğu sahalarda topografyanın gelişimini ve başlıca yeryüzü şekillerini aşağıdaki kutucuğa çiziniz.



**Fotoğraf 3.** Öğretmen Adayı 5 (ÖA5)'in Yatay Yapılı Arazilerde Gelişen Yeryüzü Şekillerine Ait Çizimleri

Fotoğraf 3'e bakıldığında ÖA5'in arazi çalışması öncesinde yaptığı iki ayrı çizimden alttaki çizimde monoklinal tabakalar üzerinde bulunan kuestalar ile üst taraftaki çiziminde yatay yapılı arazilerdeki mesa ve büt yapılarını resmettiği görülmektedir. Arazi çalışması sonrasındaki çiziminde ise yatay yapılı araziye gösteren bir blokdiyagram çizerek yalnızca yatay yapılı arazilerdeki yeryüzü şekillerine yer verdiği görülmektedir. Öntest aşamasındaki kavram karmaşasının sontest aşamasında genel itibariyle giderildiği görülmektedir.



**Fotoğraf 4.** Öğretmen Adayı 7 (ÖA7)'nin Yatay Yapılı Arazilerde Gelişen Yeryüzü Şekillerine Ait Çizimleri

Fotoğraf 4 incelendiğinde ÖA7'nin öntest uygulamasında yatay yapılı arazilerdeki yeryüzü şekillerine ait çizim alanını boş bıraktığı görülmekte iken arazi çalışması sonrasında yatay yapılı arazilerde gelişen ana yeryüzü şekillerini doğru bir biçimde tasvir ettiği görülmektedir.

### 3.2. Çapraz tabakalanma ile ilgili bulgular

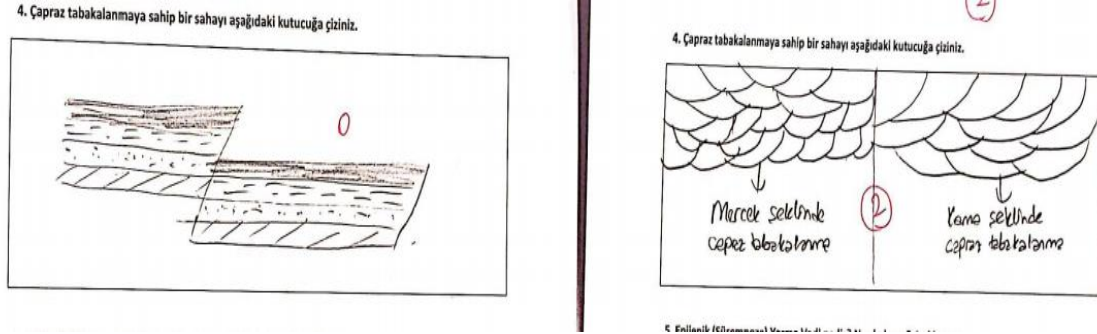
Öğretmen adaylarının öntest puanlarına bakıldığında çapraz tabakalanma ile ilgili bilgi sorusunda (3. soru) ön test uygulamasında bir öğrenci tam puan (2) almış, diğer öğrenciler hiç puan alamamıştır. Sontest uygulamasında ise 5 öğrenci tam puan 2 öğrenci ise yarım puan almıştır.



**Fotoğraf 5.** Arazi Çalışmasında Çapraz Tabakalanmaların Anlatıldığı Bölge

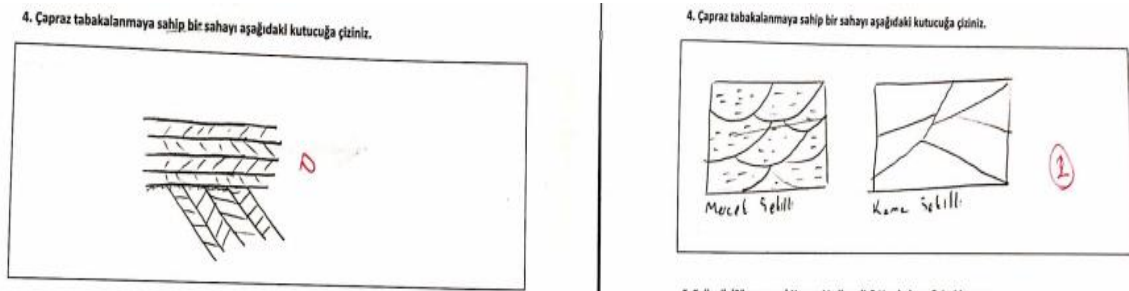


Çapraz tabakalanmanın çizimi (4. soru) ile ilgili öntest uygulamasında yalnızca bir öğrenci tam puan almış diğerleri puan alamamışken sontest uygulamasında sekiz öğrenci tam bir öğrenci ise yarım puan almıştır. Öğretmen adaylarının çapraz tabakalanma ilgili çizim sorusuna verdikleri cevaplar bazı katılımcıların çizimlerinden doğrudan alıntılar yapılarak aşağıda verilmiştir.



**Fotoğraf 6.** Öğretmen Adayı 4 (ÖA4)'ün Çapraz Tabakalanma Yapısına Sahip Depolara Ait Çizimleri

Fotoğraf 6'da görüldüğü gibi ÖA4'ün türbülantlı ortamlarda gerçekleşen çapraz tabakalanmalara ait öntest uygulamasında kompresyonel hareketlere bağlı olarak oluşan bir ters fay resmettiği görülmektedir. Arazi çalışması sonrasında ise mercek ve kama biçimindeki tabakalanmaları benzer olarak çizmiş olsa da öntest aşamasına göre büyük yol katettiği görülmektedir.



**Fotoğraf 7.** Öğretmen Adayı 6 (ÖA6)'nın Çapraz Tabakalanma Yapısına Sahip Depolara Ait Çizimleri

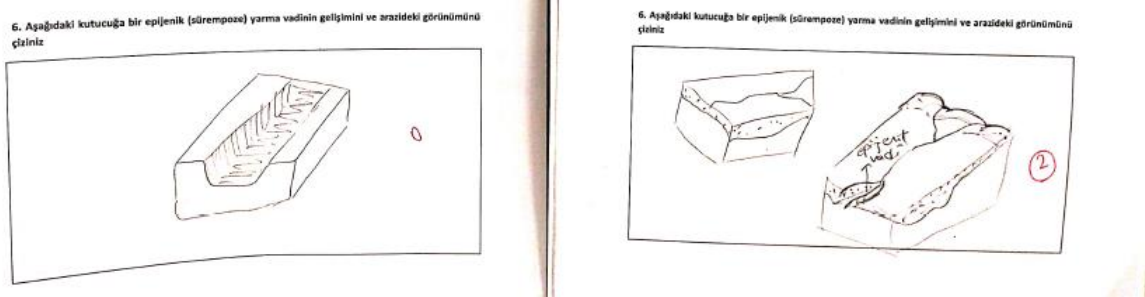
Fotoğraf 7'ye bakıldığında ÖA6'nın öntest ve sontest çizimleri incelendiğinde yanlış olan bir çizimden tamamen doğru bir çizime ulaştığı görülmektedir.

### 3.3. Epijenik (sürempoze) yarma vadilerle ilgili bulgular

Öğretmen adaylarının öntest puanlarına bakıldığında epijenik yarma vadilerle ilgili bilgi sorusunda (5. soru) ön test uygulamasında yalnızca bir öğrenci yarım puan almış, diğer öğrenciler hiç puan alamamıştır. Sontest uygulamasında ise 4 öğrenci tam puan 3 öğrenci ise yarım puan almıştır. Epijenik yarma vadinin çizimi (6. soru) ile ilgili öntest uygulamasında hiçbir öğrenci puan alamamışken sontest uygulamasında dört öğrenci tam dört öğrenci ise yarım puan almıştır. Öğretmen adaylarının epijenik yarma vadilerle ilgili çizim sorusuna verdikleri cevaplar bazı katılımcıların çizimlerinden doğrudan alıntılar yapılarak aşağıda verilmiştir.



**Fotoğraf 8.** Arazi Çalışmasında Epijenik (Sürempoze) Yarma Vadinin Anlatıldığı Bölge



**Fotoğraf 9.** Öğretmen Adayı 1 (ÖA1)'in Epijenik (Sürempoze) Yarma Vadiye Ait Çizimleri

Fotoğraf 9'da diskordans yapıllı arazilerde akarsuyun eski zemine gömülmesiyle oluşturduğu epijenik yarma vadiye ait çizimde ÖA1'in öntest'te bir tabanlı vadi yapısı çizmişken sontest uygulmasında diskordans yapıyı mümkün olduğunda tasvir etmeye çalışmasından hareketle arazi çalışmasının tasvir becerisini olumlu etkilediği söylenebilir.



**Fotoğraf 10.** Öğretmen Adayı 4 (ÖA4)'ün Epijenik (Sürempoze) Yarma Vadiye Ait Çizimleri

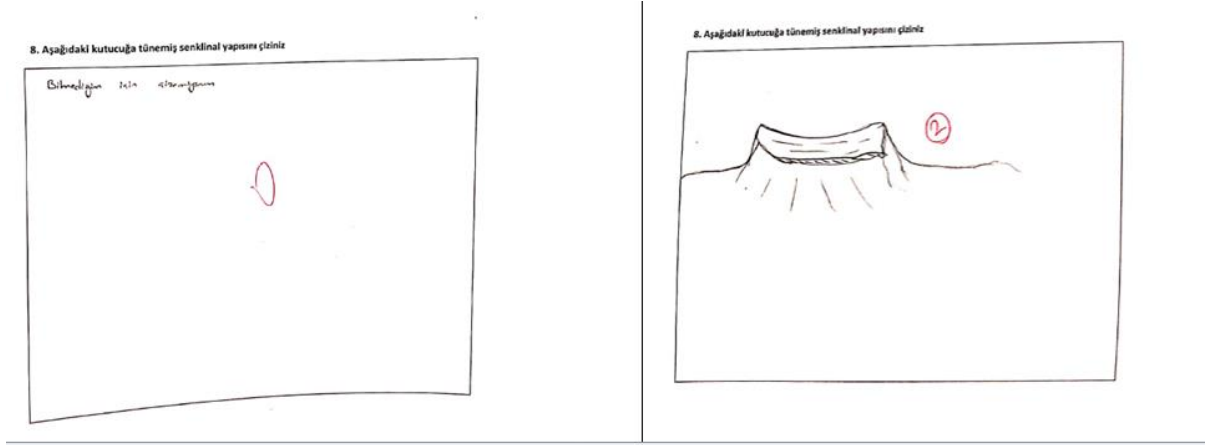
Fotoğraf 10 incelendiğinde ÖA4'ün öntest ve son test çizimlerinden ikisinde de epijenik yarma vadiye doğrudan benzeyen bir tasvir yapamadığı görülmektedir. Ancak sontest çizimindeki diyagramın vadi yapısına dah fazla benzediği görülmektedir.

### 3.4. Tünemiş senklinalle ilgili bulgular

Öğretmen adaylarının öntest puanlarına bakıldığında tünemiş senklinalle ilgili bilgi sorusunda (7. soru) ön test uygulamasında yalnızca iki öğrenci tam puan almış diğer öğrenciler hiç puan alamamıştır. Sontest uygulamasında ise 6 öğrenci tam puan 3 öğrenci ise yarım puan almıştır. Tünemiş senklinalin çizimi (8. soru) ile ilgili öntest uygulamasında yalnızca bir öğrenci tam puan almış diğerleri puan alamamışken sontest uygulamasında üç öğrenci tam dört öğrenci ise yarım puan almıştır. Öğretmen adaylarının tünemiş senklinal ilgili çizim sorusuna verdikleri cevaplar bazı katılımcıların çizimlerinden doğrudan alıntılar yapılarak aşağıda verilmiştir.

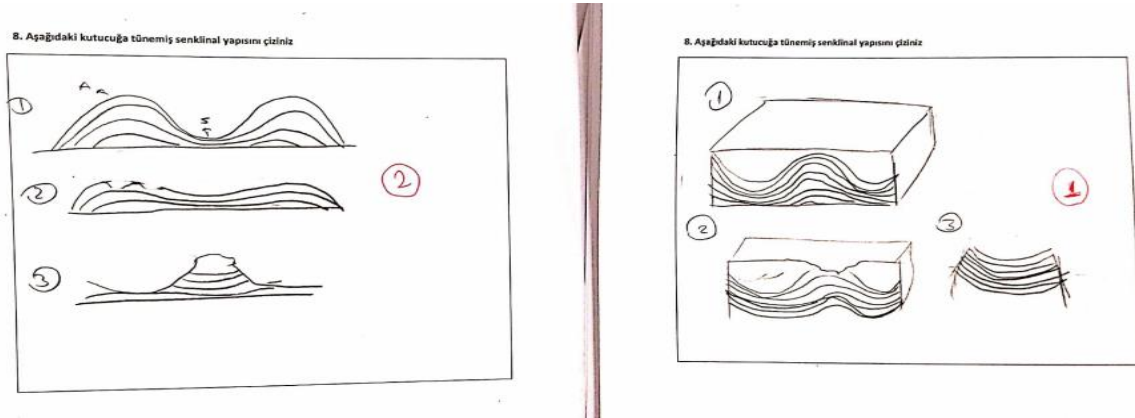


**Fotoğraf 11.** Arazi Çalışmasında Tünemiş Senklinalin Anlatıldığı Bölge



**Fotoğraf 12.** Öğretmen Adayı 2 (ÖA2)'nin Tünemiş Senklinale Ait Çizimleri

Fotoğraf 12'de görüldüğü üzere ÖA2'nin öntest uygulamasındaki çizim kısmını bilmediği için çizemediğini beyan etmişken sontest çiziminde arazi çalışmasında gördüğü yapıya yakın bir çizim yaptığı görülmektedir.



**Fotoğraf 13.** Öğretmen Adayı 8 (ÖA8)'in Tünemiş Senklinale Ait Çizimleri

Fotoğraf 13'e bakıldığında ise ÖA8'in bilgi ve tasvir becerilerinin sınıf arkadaşlarına oranla daha iyi olduğu söylenebilir. Bu durum öntest ve sontest formlarındaki çizimlerinden de açıkça görülebilmektedir.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bulgular ışığında, çalışmaya katılan öğretmen adayları ile Arazi Çalışması dersi kapsamında gerçekleştirilen arazi çalışmasının öğrencilerin yeryüzü şekillerini kavrama ve tasvir etme becerilerini geliştirmede önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir. Öğrencilerin öntest ve sontest formlarındaki sorulara verdikleri cevaplar ve yaptıkları çizimler teker teker incelenmiştir. 12 öğretmen adayının 11'inde açıklama ve tasvirlerine bakıldığında bilimsel amaçlı yapılan arazi çalışmalarının coğrafya öğretmen adaylarının yeryüzü şekillerini kavrama, tanımlama, ayırt etme ve tasvir becerilerine büyük katkı sunduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının öntest ve sontest puanları arasında arazi çalışmalarının anlamlı bir farklılık oluşturduğu görülmüştür. Bu sonuç literatürdeki arazi çalışması ve gezi-gözlem metodunun etkililiği ile ilgili yapılan araştırmaların sonuçları ile örtüşmektedir. Balcı (2010-b) tarafından coğrafya öğretiminde coğrafi gezilerin etkisini

belirlemek amacıyla yapılan çalışmada bilgi testlerinin sonuçlarında t testinde son testin puan ortalaması puanlarının ön test puan ortalamalarından %38,1 daha fazla olduğu ortaya konulmuştur. Coğrafi konularının öğretiminde arazi çalışmaları ve gezi-gözlem metodunun önemine vurgu yapan Çetin, Kuş ve Karatekin (2010) araştırmalarının sonucunda sınıf ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin sık kullandığı bir metod olmadıklarını belirlemişlerdir. Açıkgöz (2006) tarafından sosyal bilgiler öğretiminde gezi-gözlem ve inceleme yönteminin etkililiğinin incelendiği çalışmada gezi-gözlem metodunun tüm duyu organlarına hitap etmesinden dolayı öğrenci başarısına büyük katkı sağladığı tespit edilmiştir. Korkmaz (2006) tarafından volkan topografyası konularının öğretiminde gezi-gözlem yönteminin öğrenci başarısına etkisinin araştırıldığı deneysel araştırmada öğrencilerin öntest ve sontest başarı puanları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Karakök (2011)'ün yaptığı deneysel araştırma sonucunda fiziki coğrafya konularının öğretiminde arazi gezilerinin öğretmen adaylarının başarı düzeylerini artırıcı etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Kaya, Demirkaya ve Aydın (2010), arazi çalışmalarının coğrafya derslerine karşı olumlu tutum geliştirdiğini ve sınıf ortamına oranla daha yararlı olduğu ve kalıcı öğrenmenin sağlanmasında etkili olduğunu ifade etmektedir.

Coğrafyanın tüm konularının öğretiminde arazi çalışmalarının uygulanabilir ve kalıcı öğrenmeye katkı sunan bir teknik olması gerçeğinden hareketle öğretim elemanları tarafından arazi çalışmalarının gerçekleştirilmesi, öğretmen adaylarının donanımlı birer öğretmen olarak yetişmeleri için gerekli özverinin gösterilmesi gereklidir. Zira görev yapacakları ortaöğretim düzeyinde Coğrafya derslerinde öğrencilere kazandırılması beklenen becerilerden özellikle arazide çalışma (14 kazanım) ve coğrafi gözlem (24 kazanım) becerileri için arazi çalışmalarının gerçekleştirilmesi büyük katkı sağlayacaktır. Ortaöğretim düzeyindeki arazi çalışmalarının başarıya ulaşabilmesi için ise lisans eğitiminde bu beceriyi edinmiş öğretmenlere ihtiyaç vardır.

Arazi çalışmalarının öncesinde öğretim elemanı ya da öğretmenlerin güzergahı iyi analiz etmesi, arazide var olan doğal ve beşeri unsurların hangi konuların öğretiminde kullanılabileceğini net olarak belirlemesi ve bu öğelerin nasıl öğretilmeyeceğine karar vermesi gereklidir. Arazi öncesinde yapılacak bu hazırlık çalışması arazi çalışmasının başarıya ulaşmasında büyük rol oynayacaktır. İzberak (1968), coğrafya biliminin vazgeçilmez tekniklerinden olan arazi çalışmalarının uygulanması süreci öncesinde arazi güzergahı ile ilgili literatür hakkında detaylı bir tarama yapılarak bunun öğrencilerle paylaşılması, numune alma ve muhafaza teknikleri hakkında bilgilendirme yapılması kılık-kıyafetlerle ilgili gidilecek güzergaha uygun hareket edilmesi için ön bilgilendirmenin yapılması, sağlık sorunlarına karşı bilgilendirme ve hazırlıkların yapılması gibi başlıklar konusunda öğretim elemanlarının donanımlı ve deneyimli olmaları başarılı bir arazi çalışması için büyük önem taşıdığını vurgulamaktadır.

Balcı (2010-a) tarafından coğrafya öğretmen adaylarının coğrafi gezilerin coğrafya öğretimindeki yeri ile ilgili görüşleri konusundaki araştırmasında “coğrafya öğretimindeki arazi çalışmalarının, kalıcı öğrenmeyi sağladığı, teorik bilgilerin pratiğe daha kolay aktarılmasını yardımcı olduğu ve coğrafi olgu ve kavramların öğrencilere arazi çalışmaları ile daha kolay kazandırıldığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Dando and Wiedel (2007) arazi çalışmalarını yükseköğretim coğrafya eğitiminin başarılı olabilmesi için temel ayaklardan biri olan ancak fazlaca ihmal edilen bir etkinlik olarak değerlendirmektedir. Kent, Gilbertson ve Hunt (1997) coğrafya öğretiminde büyük önemi olan arazi çalışmalarının coğrafi bilgi ve becerilerinin kazandırılmasının yanında özellikle grup çalışması, liderlik ve organizasyon becerilerinin gelişimine de büyük katkı sağladığını ifade etmektedir.

Literatürde yer alan araştırmalara bakıldığında tamamında arazi çalışmalarının coğrafya eğitiminde vazgeçilmez bir önemi olduğu, arazinin coğrafyanın laboratuvarı olduğu gibi ifadelerle ortaya konulduğu görölür. Bu ifadelere karşın ölkemizde coğrafya Eğitimi almış bireyler arasında mezun olunan üniversiteler arasından farklılıklar olduğu açıktır. Çalışkan (2018, s. 50) çalışmasında Britanya’da coğrafya bölümünden mezun olan birinin üniversite Eğitimi süresince arazide geçirdiği gün sayısı ortalama 15 gün iken ölkemizde bu durumun ortalama 4 gün olduğunu ifade etmektedir.

Coğrafya derslerindeki yeri tartışılmaz olan haritaların arazi çalışmalarında etkin kullanılabilmesi ve öğretmen adaylarının harita okuma ve yorumlama kapasitelerinin artırılması için arazi öncesinde harita uygulamaları ile yeryüzü şekillerini yorumlamayı kolaylaştıracak fotoğraf ve videolardan faydalanılabilir (Balcı, 2015). Arazi çalışmaları ile ilgili çizim etkinlikleri genellikle jeomorfoloji uygulamaları derslerinde gerçekleştirilir. Yeryüzü şekillerinin anlamlandırılmasında yapı ve yeryüzü şekillerinin çizimlerine jeomorfoloji ile ilgili diğer derslerde de yer verilmesi öğretmen adaylarının çizim becerilerine ve arazi çalışmalarının etkinliğine de katkı sunacaktır.

Coğrafya bölümlerinin hemen hepsinde arazi çalışması isimli ayrı derslerin yanında birçok ders kapsamında öğretim elemanlarının inisiyatifi ve emekleri ile arazi çalışmaları gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmalar için gerekli maddi ve manevi desteğin kurum yöneticileri tarafından sağlanması gerçekleştirilecek arazi çalışmalarının sayı ve etkililiğini doğrudan etkilemektedir. Britanya’daki arazi çalışmaları seviyelerine ulaşabilmek için coğrafya bölümlerindeki arazi çalışmalarının desteklenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Alkış (2010), bazı ölkelerde örnekleri olan ve öğretmenlere arazi çalışmaları konusunda destek ve hizmet veren “Arazi Çalışmaları Merkezleri”nin ölkemizde Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde oluşturulmasının ve oluşturulacak bir e-portal üzerinde tün öğretmenlerin bilgi, beceri ve deneyimlerini paylaşma olacaklarının sağlanması yararlı olacağı görüşlerini ifade etmektedir.

2018’de Coğrafya Eğitimi Anabilim Daları’nda ortak öğretim programı uygulaması başlanmıştır. Bu programın 4. yarıyılında 5 AKTS’lik Arazi Çalışması dersi yer almaktadır (YÖK, 2018, s.2). Bu ders kapsamında gerçekleştirilecek arazi çalışmalarında öğretim elemanlarının süreci iyi yönetmesi ve en başta arazi çalışması için gönüllü ve istekli olması büyük önem taşımaktadır. Arazi çalışmaları sırasında öğrencilere sadece anlatım yöntemi ile bilgi aktarmak yeterli olmayacaktır. Arazide görülen yapı ya da yeryüzü şeklinin tasvir edilmesi, ayırt edici unsur ve özelliklere dikkat çekilmesi ve ile fotoğraf çekiminde dikkat edilecek hususların ifade edilmesi arazi çalışması dersinin etkililiğini arttıracaktır.

Araştırma sonucunda yükseköğretim kurumlarındaki coğrafya bölümlerindeki zorunlu arazi çalışması derslerinin sayısının artırılması, bu derslerin benzerlerinin ortaöğretim düzeyindeki Coğrafya derslerinde de gerçekleştirilebilmesi için uygun alt yapının oluşturulması önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Açıkgöz, M. (2006). *Sosyal bilgiler öğretiminde gezi-gözlem ve inceleme yönteminin etkililiğinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Alkış, S. (2010). Coğrafya öğretiminde inceleme gezileri ve arazi çalışmaları, R.Özey ve A. Demirci (Ed), *Coğrafya Öğretiminde Yöntem ve Yaklaşımlar (2. baskı) içinde* (s. 93-122). İstanbul: Aktif.

- Aydın, F. (2019). Coğrafya dersi öğretim yöntem ve teknikleri ile bunların derslerde uygulama örnekleri. Ü.Eser Ünalı (Ed.), *Coğrafya Öğretimi-I içinde* (59-128), Ankara: Pegem Akademi.
- Balcı, A. (2010-a). The opinions of the geography teacher candidates about the place of fieldtrips in geography teaching. *Education*, 130 (4), 570-571.
- Balcı, A. (2010-b). The impact of geographical trips on geography teaching. *Education*, 131 (1), 33-42.
- Balcı, A. (2012). Coğrafya öğretmeni adaylarının batı anadolu'daki coğrafi arazi uygulamalarına ilişkin deneyimleri: nitel bir araştırma, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12 (2), 971-997.
- Balcı, A. (2015). Coğrafya öğretmen adaylarının coğrafi arazi uygulamalarındaki harita okuryazarlıklarını tespate yönelik bir araştırma. *Asos Journal (The Journal of Academic Social Science/Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi)*, 3(10), 16-35.
- Besenyey, L., Watkin, G. & Oliver, K. (2004). An evaluation of the educational effectiveness of fieldwork within environmental science awards at the University of Wolverhampton. University Of Wolverhampton, Learning And Teaching Projects 2003/2004.
- Büyüköztürk, Ş. (2016). *Deneyisel desenler öntest-sontest kontrol grubu desen ve veri analizi*(5. Baskı), Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (12. Baskı), Ankara: Pegem Akademi.
- Çalışkan, O. (2018). *Coğrafya eğitimi ve arazi çalışmaları* (2.baskı), Ankara: Pegem Akademi.
- Çetin, T., Kuş, Z. & Karatekin, K. (2010). Sınıf ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin gezi-gözlem yöntemine ilişkin görüşleri. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (5)2: 158-180.
- Dando, W. A. & Wiedel, J. W. (1971). A two-week field course with deferred papers: a possible solution to the problem of undergraduate fieldwork. *Journal of Geography*, 70 (5), 289-295.
- Kaya, H., Demirkaya, H. & Aydın, F. (2010). Undergraduate students' experiences in a geography fieldwork. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 6(6), 637-641.
- Doğanay, H. & Doğanay, S. (2014). *Coğrafya 'ya giriş*, Ankara: Pegem Akademi.
- Garipağaoğlu, N. (2001). Gezi-gözlem metodunun coğrafya eğitimi ve öğretimindeki yeri. *Marmara Coğrafya Dergisi*. 3(2). 13-30.
- Hore, H. (2007). Behind the waterfall: Why do fieldwork?, *Geography Matters*, 10 (1), 9-11.
- İzbrak, R. (1968). Coğrafi araştırma gezileri ve hazırlıklar. *Coğrafya Araştırma Dergisi*, 2 (2), 1-52.
- Karakök, H. (2011). *Fiziki coğrafya konuları öğretiminde arazi gezisinin öğretmen adaylarının başarı düzeylerine etkisi ve fiziki coğrafya kavramlarının öğreniminde karşılaşılan sorunlar*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.

- Kent, M., Gilbertson, D. & Hunt, C. (1997). Fieldwork in geography teaching: a critical review of the literature and approaches. *Journal of Geography in Higher Education*, 21 (3), 313-332.
- Kent, A. (1999). Fieldwork in the geography curriculum. *International Perspectives and Research Issues*, 8 (2), 159-163.
- Korkmaz, N. (2006). *Volkan topoğrafyası konularının öğretiminde gezi gözlem yönteminin öğrenci başarısına etkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Özgüç, N. (1994). *Beşeri coğrafya'da veri toplama ve değerlendirme yöntemleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Basımevi.
- Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK), (2018). Coğrafya öğretmenliği lisans programı, [https://www.yok.gov.tr/Documents/Kurumsal/egitim\\_ogretim\\_dairesi/Yeni-Ogretmen-Yetistirme-Lisans\\_Programlari/Cografya\\_Ogretmenligi\\_Lisans\\_Programi.pdf](https://www.yok.gov.tr/Documents/Kurumsal/egitim_ogretim_dairesi/Yeni-Ogretmen-Yetistirme-Lisans_Programlari/Cografya_Ogretmenligi_Lisans_Programi.pdf) adresinden erişilmiştir.



Review Article/Derleme Makale**Eğitim Kurumlarında Yönetsel Tarz ve Örgütsel Mutluluk<sup>1</sup>****Atakan BULUT<sup>2</sup>**, **Gökhan DEMİRHAN<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Bu çalışma, Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde başyazar tarafından yazılmakta olan yüksek lisans tez çalışmasında türetilmiştir.

<sup>2</sup> İngilizce Öğretmeni, Milli Eğitim Bakanlığı, atakanbulut@yahoo.com

<sup>3</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Uşak Üniversitesi Eğitim Fakültesi, gokhan.demirhan@usak.edu.tr

**Anahtar Kelimeleri**

Yönetsel tarz, örgütsel mutluluk, öğretmen mutluluğu, eğitim kurumları.

**Key Words**

Managerial style, organizational happiness, happiness of teacher, educational institutions.

**Sorumlu yazar/Corresponding Author**

Atakan Bulut, İngilizce Öğretmeni, Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye.

**Email:** atakanbulut@yahoo.com

**Geliş/Received:** 17.04.2020

**Kabul/Accepted:** 03.05.2020

**Öz**

Bu çalışmada eğitim kurumlarındaki yönetim tarzının öğretmenlerin mutluluğu üzerine etkisinin boyutları incelenmeye çalışılmıştır. Elde edilen önemli bulgulardan biri eğitim düzeyinin yükselmesiyle olumsuz duyguların meydana gelmesinin azaltılabileceğidir. Bu bilgiye dayanarak öğretmenlerin lisansüstü eğitim imkânlarının teşvik edilmesinin önemli olduğu sonucuna varabiliriz. Ayrıca çalışmada ortaya çıkan diğer dikkat çeken bulgu ise öğretmenlerin kurumdaki çalışma sürelerinin artmasıyla yöneticiyi iş odaklı görme algılarının da artmasıdır. Ancak bu sonuç öğretmenlerin yönetsel tarz algılarını tek çatı altında toplamıştır. Yani, öğretmenlerin penceresinden bir yönetici ne kadar insana odaklı ise bir o kadar da iş odaklıdır ve net bir ayrım yoktur. Bu bilginin sonucunda araştırmanın temel çıkış noktasıyla ilgili yönetsel tarz ile eğitim kurumlarındaki öğretmenlerin mutluluğu arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bu bağlamda örgütsel mutluluğu etkileyen faktörler yönetsel tarzın iki alt boyutu olan iş ve insan odaklılık yönünden incelenmiştir.

Araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma evreni 2019–2020 eğitim öğretim yılında Manisa ili Kula ilçesindeki resmi anaokulu, ilkokul, ortaokul ve liselerde görev yapan 584 öğretmenden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Manisa ilinin Kula ilçesinde görev yapan 362 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmada kolay ulaşılabilir örnekleme yolu kullanılmıştır. Araştırmada öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeylerini belirlemek amacıyla Demo ve Paschoal (2013) tarafından geliştirilen ve Arslan ve Polat (2018) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılan ‘Örgütsel Mutluluk Ölçeği (ÖMÖ)’ ile öğretmenlerin yönetsel tarz düzeylerini belirlemek amacıyla da Yücel ve Demirhan (2010) tarafından geliştirilen ‘Okul Yöneticisi Çalışma Tarz Belirleme Ölçeği’ kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde yüzde, aritmetik ortalama, frekans, standart sapma değerleri hesaplanmış, tek yönlü varyans analizi, t-Testi ve Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Analizi

**Önerilen Atıf/Suggested Citation:**

Bulut A. & Demirhan, G. (2020). Eğitim Kurumlarında Yönetsel Tarz ve Örgütsel Mutluluk. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 162-176

kullanılmıştır. Demografik özelliklerde ise; cinsiyet, yaş, medeni durum, mesleki branş, mesleki kıdem yılı, okuldaki çalışma süresi ve eğitim seviyesi dikkate alınmıştır. Örgütsel mutluluğu etkileyen faktörler ile demografik özellikler arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı ve yönetsel tarz algısıyla örgütsel mutluluk seviyesi istatistiksel olarak analiz edilmiştir.

## Managerial Style in Educational Institutions and Organizational Happiness

### Abstract

In this study, it is aimed to search the dimensions of the effect of managerial style on teachers' happiness in educational institutions. One of the important findings being obtained in this survey is that the occurrence of negative emotions can be reduced with the increase of education level. As a result of this information, we can conclude that it is important to encourage teachers' postgraduate education opportunities. What's more, another remarkable finding that emerged in the study is that teachers' perception of job-oriented perception increases with the increase of working time in the institution. However, this result has caused teachers' managerial style perceptions to be under one roof or in other words one dimension which means that the manager is equally job and human oriented in the institution from the perspective of teachers and there is no clear distinction. As a consequence of this information, it is seen that there is a significant relationship between the managerial style and the happiness of teachers in educational institutions when regarding the main starting point of the study. In this context, the factors affecting organizational happiness have been examined in terms of job and human orientation, which are two sub-dimensions of managerial style.

In the research, relational survey model was used. The research population consists of 584 teachers working in state pre-school, primary, secondary and high schools in Kula district of Manisa province in 2019-2020 academic years. The sample of the study consists of 362 teachers working in Kula district of Manisa. In the study, easily accessible sampling method was used. In this study, 'Organizational Happiness Scale' which was originally developed by Demo and Paschoal (2013) and adapted to Turkish by Arslan and Polat (2018) to determine the level of organizational happiness of teachers and 'School Manager Working Style Determination Scale' developed by Yücel and Demirhan (2010) to determine the managerial style perception levels of teachers were used. In the analysis of the data, percentage, arithmetic mean, frequency, standard deviation values were calculated; t-Test, one-way analysis of variance and Pearson Product-Moment Correlation Analysis were used. In demographic features gender, age, marital status, professional branch, professional service period, working time in school and education level have been taken into account. Whether there are significant differences between the factors affecting organizational happiness and demographic features, and also differences between organizational happiness level and managerial style perception have been statistically analyzed.

### 1. GİRİŞ

Eğitim kurumlarında örgütsel mutluluk, başarıyı yakalamak için ve kurumun ön plana çıkması için anahtar bir rol oynayabilir. İnsan sosyal ve duygusal bir varlıktır ve mutlu, motive olmuş bir şekilde kurumda çalıştığında bu durum onun işlerine dolayısıyla örgüte yansiyabilecektir. Eğitim örgütlerinin yapısının ana unsuru öğretmenlerdir. Bu yüzden öğretmenlerin olumlu bakış içerisinde ve mutlu olması, onların daha enerjik, verimli, kendini iyi hisseden, mesleki doyumunu fazla, kendine güvenen, motive olmuş ve çevresine daha faydalı hizmet veren bireyler olmasını sağlayabilir. Bunun yanında bu kişiler, istediklerine ulaşabilmek ve kolaylık sağlayabilmek adına kendileri için gerektiği yerde ve zamanda destek olan ve işlerini güçleştirmeyen ama kolaylaştıran yönetim kadrosuna da ihtiyaç duymaktadır. Bu durumda eğitim örgütlerindeki yönetim ve yönetsel tarzların da öğretmen ve örgütsel mutluluk üzerinde etkisi ortaya çıkmaktadır. Güçlü ilişkilerin ve iletişimin olduğu, saygı, sevgi ve güvene dayalı ortamın oluşturulduğu bir ortamda öğretmenler mesleğin verdiği sosyal statüyü bilerek motivasyonu yüksek ve özverili bir şekilde hizmet etmeye çalışabilirler. Böylece eğitim örgütlerindeki yönetsel tarzlar öğretmenlerin davranışlarını etkiler. Bunun sonucunda da mutlu

ve motive olmuş öğretmenler okulun amaç ve vizyonu doğrultusunda zorlanmadan yönlendirilebilir ve eğitim örgütlerinin hedeflerine yönelik kanalize edilebilir. Bu düşünceler ışığında yönetsel tarz algısı yüksek bireylerin örgütsel mutluluklarının da yüksek seviyede olduğunu düşünebiliriz.

Bu sebeplerden ve sonuçlardan dolayı eğitim kurumlarında örgütsel mutluluk ve yönetsel tarz kavramlarının birbirleriyle ne denli ilişkisi olduğunu ortaya koymak adına yapılan bu çalışma önem taşımaktadır. Şöyle ki Bulut'un 2015 yılında yaptığı araştırmada da öğretmenlerin örgütsel mutluluklarına şekil veren ve etkileyen beş unsurdan biri yönetim sürecidir. Ayrıca, bu görüşlere benzer şekilde Ertong'un 2018 yılında yaptığı çalışma sonucunda; örgütsel mutluluğu etkileyen altı tema elde edilmiştir ve bunlardan biri yine yönetsel süreçlerdir.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Örgütsel Mutluluk

Örgütsel mutluluk, çalışma ortamındaki pozitif ve negatif duygular ile çalışmanın anlamlılığı ve kişinin gücünü, motivasyonunu işte değerlendirme aralığını ifade etmektedir. Yani, örgütsel mutluluk kişinin geneldeki bütün mutluluğuna etki eden temel unsurlardan biridir (Frey ve Stutzer, 2013). Çalışanlar, çalışma ortamlarında pozitif veya negatif, az veya çok bir sürü duyguyu yaşayabilmektedir. Örgütsel mutluluk kavramına araştırmalarda baktığımızda da çalışma ortamındaki kişilerin çeşitli duyguları tecrübe ettikleri, kişilerin potansiyellerini ortaya çıkarmayı ve onları huzurlu, mutlu etmeyi hedefledikleri bir ortaklıkta bulunduğu görülmektedir (Warr, 2007; Arslan, 2018).

Hayatımızda, çalışma ortamımız temel bir yer edindiğinden dolayı burada çoğu zamanımızı, enerjimizi ve dikkatimizi geçiririz. Bu yüzden, örgütler çalışma ortamlarımız birçok politik, sosyal ve kişisel alışverişin kaynağı konumundadır (Gavin ve Mason, 2004). Tam bu noktada dünya genelinde evrensel anlamda insanların ve toplumların mutluluğunu oluşturmada ve geliştirmede iş ve işyerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Çünkü kişilerin çoğu yaşamlarının önemli bir sürecini bu örgütlerde, iş ortamında geçirmektedir (Helliwell, Layard ve Sachs, 2017).

Bu öneme rağmen birçok örgüt işgörenlerinin mutluluğunu düşünerek onları mutlu etmek amacıyla kurulmamıştır (Csikszentmihalyi, 2004). Ancak, bazı örgütlerin temel sorularından biri çalışanlarını nasıl mutlu edebilecekleridir. Bu soruya cevap arama sebeplerinden en önemlisi çalışanların daha iyi performansıyla etkili olup, örgütün hedeflerine ulaşmada kuruma yardım edeceğini bilmek yatmaktadır (Eby, Mahar ve Butts, 2010; Nelson ve Knight, 2010). Çalışanların mutluluk katsayılarını arttırmak, onları tatmin etmek örgütsel etkililiği arttırmanın anahtarı olduğu çeşitli araştırmalarda ortaya çıkmaktadır (Staw, Sutton ve Pelled, 1994; Wright, Bonett ve Sweeney, 1993). Ancak, bu araştırmaların çalışanların mutluluğunu nasıl arttıracığı konusunda yeterli bir kaynak olmadığı düşünülmektedir (Cropanzona ve Wright, 1999).

Örgütsel mutluluk, örgütlerin performansını ve etkinliğini arttırmada çok büyük bir paya sahiptir. Mutlu kişiler performansı yüksek olan kişilerdir ve kişiler mutsuz olduklarında hangi işi yaparsa yapsınlar tam olarak, iyi odaklanmış bir şekilde kendilerini işe veremezler. Bazı araştırmacılar, çalışma ortamında uzun süreli ve kalıcı mutluluğu yakalayabilen örgütlerin, verimliliği yükseltebileceğini ve devamlılık sağlayabileceğini düşünmektedir. Bu yüzden örgütler, iyi bir sonuç alabilmek için örgütsel mutluluğu yakalamada ve devamlı kılabilmede hangi etmenlerin çalışanların mutluluğunu olumlu etkilediğini iyi analiz etmelidir (Wesarat, Sharif ve Majid, 2015). Hangi örgüt olursa olsun kalıcılığı sağlamak için bu örgütteki liderler, çalışanların duygularını, tutumlarını ve davranışlarını dikkate almalıdır ve göz ardı

etmemelidir. Bu bilgiler ışığında, işgörenin bakış açısından örgütsel mutluluk hayati önem arz eden bir konu olarak düşünülmektedir (Saenghiran, 2013).

Literatürde örgütsel mutluluk tanımlarının bazılarında yer alan ifadeler hayatın ve işin anlamıyla bağlantılı unsurların, bazılarında ise hayatın ve işin anlamıyla bağlantılı unsurların yanı sıra potansiyelin ortaya çıkarılmasıyla bağlantılı unsurların da yer aldığı görülmektedir. Aşağıda bu tanımlar şöyle sıralanmaktadır (Arslan, 2018).

Örgütsel mutluluğun ifadesi; sadece hoşnut olmayı, olumlu duygusal kazanım, güzel duygular ve zevk almayı değil; aynı zamanda kişinin hayatının anlamının olmasını da kapsamaktadır. Özetle örgütsel mutluluk kavramı, olumlu duygularla birlikte işin anlamını da kapsamaktadır (Saenghiran, 2013).

Örgütsel mutluluk; çalışma ortamındaki hislerden ve eğlenceden, verilen görevin kutsallığına ve kişinin içindeki cevherinin ne kadarını ortaya koyduğuna ait algısından oluşmaktadır (Paschoal ve Tamayo, 2008). Warr'ın (2007) mutluluk tanımında da kavramın; iyi ve kötü duygularla birlikte bireysel özelliklerin artırılması, içindeki cevherin ortaya çıkartılması ve ortaya konması, bireyin kendini tanıması gibi öğelerden meydana geldiği görülmektedir. Bu araştırmada kullanılan ölçek de mutluluğa ilişkin Warr'ın (2007) bakış açısını yansıtarak, örgütsel mutluluğun; olumlu duygular, olumsuz duygular ve potansiyelin gerçekleştirilmesi olmak üzere üç alt boyutta incelemektedir.

Sonuç olarak tanımlar incelendiğinde örgütsel mutluluk kavramının duygu, anlam ve potansiyelin gerçekleştirilmesi öğelerinden oluştuğu görülmektedir.

## 2.2. Yönetel Tarz

Yönetim aynı kurumda çalışan ve hedefleri, istekleri, tutkuları, inançları, kişilikleri ve ihtiyaçları birbirinden farklılık gösteren kişilere iş yaptırabilme sanatıdır (Şahin, 2004). Yönetici ise, hedefine ulaşmak için kurallar koyan, uygulayan, kurallara uyan, emir alan ve emir veren, elindeki kaynakları ve insan gücünü en uygun şekilde tartarak en iyi üretkenliği ortaya çıkarması beklenen kişidir. Yönetim tarzı ise kişiliğin, tecrübelerin ve tutumların bir karışımı olarak ortaya çıkan, insanların olayları ele alış şekli ve ortaya konulan davranışların genel olarak kalitesidir (Bektaş, 2014).

Yönetim tarzı, yöneticinin sorumluluk ve hedeflerini gerçekleştirebilmesi için beraber çalıştığı kişilerle kurduğu ilişkilerin sonucunda meydana gelen, yöneticiye has yönetsel bir davranıştır (Başaran, 1992).

Yönetim tarzının iki yönünde de birey ve bireysel ilişkilerin olması, farklı kişilerde, farklı kurumlarda, farklı olaylarda değişkenlik göstermesi sonucu olarak yöneticilerde farklı tutumların ve davranışların meydana gelmesine sebep olmaktadır. Kurumların ana hedeflerinin ulaşma sorumluluğu olan yöneticilerin bu işleyiş sırasında ortaya koydukları tepkiler, davranışlar ve eylemler onların yönetim tarzlarını oluşturmaktadır (Tahtacı, 2013).

Kişilerin içinde buldukları çevresel koşullar, kişiliklerinin bir parçasını oluşturmaktadır. Genetik olarak gelen bazı huylar veya özellikler tabii ki değiştirilemez ya da değişmez, fakat çevresel veya kültürel özellikler farklılaştıkça kişilerin davranışları da farklılaşır ve kişiliklerinde fark edilebilen veya fark edilemeyen bir takım değişimleri meydana çıkarabilir. Çağımızın popüler yöneticilik özelliklerinden bazıları; "insana yakın olma", "sosyal olma", "müşteri odaklı olma"dır (Tahtacı, 2013).

Bu anlamda yapılan araştırma öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeylerinin sürdürülebilir olması ve ortaya konan yönetim tarzlarının etkin olarak kullanılması yönünden önemli olabilir.

Dolayısıyla çalışmanın sonuçları ve çizdiği yönler elde edilen bulgular aracılığıyla detaylı olarak incelendiğinde yazın alanı için katkı sağlayabilir.

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Eğitim kurumlarında öğretmenler tarafından algılanan örgütsel mutluluk değişkeni ile çalıştıkları kuruma ilişkin sahip oldukları yönetsel tarz algısı arasındaki ilişki seviyesini belirlemeyi amaçlayan araştırma, ilişkisel tarama modelindedir.

#### 3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Manisa ilinde 45.000 nüfuslu Kula ilçesinde yer alan Milli Eğitim Bakanlığı'na ait 44 adet kamu okullarında 2019-2020 eğitim öğretim yılında görev yapan 584 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Manisa ili Kula ilçesindeki anaokulu, ilkokul, ortaokul ve liselerde görev yapan toplam 362 öğretmen oluşturmaktadır. Örneklem kapsamındaki katılımcıların belirlenmesi araştırmanın evrenin tümüne uygulanması ardından araştırmaya gönüllü katılanlardan oluşmaktadır. Kolay ulaşılabilir örnekleme yoluna gidilmiştir.

#### 3.3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada; araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak demografik değişkenlerin yanı sıra, literatürde yer alan örgütsel mutluluk ve yönetsel tarz ile ilgili veri toplama araçları taranarak uygun görülen ölçme araçlarının kullanımına ilişkin gerekli izinler alınarak örneklem dahilindeki öğretmenlere doğrudan uygulanmıştır.

Araştırmanın verilerini toplamada üç bölümden meydana gelen anket kullanılmıştır. Kullanılan anketin birinci bölümünde kişisel bilgi formu kullanılarak katılımcıların demografik özelliklerin belirlenmesine çalışılmıştır. Kişisel bilgi formu ile katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, mesleki kıdem, mesleki branş, eğitim durumu ve bulunduğu okulda çalışma süresine ilişkin bilgilere ulaşılmıştır.

Veri toplama aracının ikinci bölümünde katılımcıların örgütsel mutluluk düzeylerini belirlemeyi amaçlayan “Örgütsel Mutluluk Ölçeği” yer almaktadır. Demo ve Paschoal (2013) tarafından geliştirilen Örgütsel Mutluluk Ölçeği (ÖMÖ), Arslan ve Polat (2018) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılmıştır ve ölçekte cevap ölçeği 5’li likert tipinde olup, 1-Hiç, 2-Biraz, 3-Oldukça, 4-Sıklıkla ve 5-Tamamen şeklindedir. Ölçek 29 madde ve olumlu duygular, olumsuz duygular, potansiyelin gerçekleştirilmesi olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Olumlu duygular varyansı % 17.349, olumsuz duygular varyansı % 25.861 ve potansiyelin gerçekleştirilmesi varyansı ise % 22.346 oranındadır. Anketin güvenilirlik değerine bakılmıştır. Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı 0,931 bulunmuştur. Bu sonuç anketin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Veri toplama aracının üçüncü bölümünde ise katılımcıların yönetsel tarz algısını belirlemeyi amaçlayan “Okul Yöneticisi Çalışma Tarz Belirleme Ölçeği” yer almaktadır. Demirhan (2010) tarafından geliştirilen ölçekte cevap ölçeği 9’lu likert tipinde olup (1) Hiçbir zaman, (2) Hemen hemen hiçbir zaman, (3) Nadiren, (4) Az, (5) Orta düzeyde, (6) Nispeten daha çok, (7) Çoğu zaman, (8) Hemen hemen her zaman, (9) İstisnasız her zaman önemser şeklindedir. Ölçek 49 madde ve insan odaklılık, iş odaklılık olmak üzere 2 alt boyuttan oluşmaktadır. İnsan odaklılık varyansı % 33,033 ve iş odaklılık varyansı ise % 30,053 oranındadır. Bu anket için de

güvenilirlik değerine bakılmıştır. Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı 0,987 bulunmuştur. Bu sonuç da anketin güvenilir olduğunu göstermektedir.

### 3.4. Veri Toplama Süreci

Örneklem kapsamındaki katılımcıların belirlenmesi amacıyla herhangi bir seçkiye gidilmemiş, araştırmacı tarafından tüm okullar ziyaret edilerek araştırmaya katılım konusunda gönüllü olan tüm öğretmenlere anketler dağıtılmıştır. Anketlerin geri dönüş oranı %100 dür. Oluşturulan örneklemin evreni temsil düzeyinin belirlenmesi için yapılan hesaplama göre; %95 güven düzeyinde, güven aralığı değeri 3,18 olarak belirlenmiş olup, yeterli düzeydedir.

### 3.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında kullanılan anket ile toplanan veriler SPSS paket programı kullanılarak yorumlanmıştır. Verilerin analizinde frekans ve ortalamalarına bakılmış, ikili gruplarda t- testi kullanılmıştır. İki'den fazla gruplarda ise One- Way ANOVA (tek yönlü varyans analizi) kullanılmıştır. Testlerde  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyi esas alınmıştır.

Örgütsel Mutluluk Ölçeğinde; 1.00 ile 1.80 arası çok düşük, 1.81 ile 2.60 arası düşük, 2.61 ile 3.40 arası orta, 3.41 ile 4.20 arası yüksek ve 4.21 ile 5.00 arası çok yüksek olarak puanlanmıştır. Yönetsel Tarz Ölçeğinde ise; 1.00 ile 2.60 arası çok düşük, 2.61 ile 4.20 arası düşük, 4.21 ile 5.80 arası orta, 5.81 ile 7.40 arası yüksek ve 7.41 ile 9.00 arası çok yüksek olarak puanlanmıştır.

Ayrıca öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeyleri ile yönetsel tarz algıları ile yaş, mesleki kıdem ve çalışma süreleri gibi değişkenler arasında anlamlı olarak kabul edilecek bir ilişkinin var olup olmadığını belirlemek ve öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeyleri ile yönetsel tarz algıları arasında anlamlı bir ilişkinin var olup olmadığını belirlemek için ise Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu kullanılmıştır.

### 3.6. Etik Konular

Araştırmayı uygulamadan önce Örgütsel Mutluluk Ölçeği için 01.10.2019 tarihinde Yaser Arslan'dan; Yönetsel Tarz Belirleme Ölçeği için 17.02.2020 tarihinde Gökhan Demirhan'dan gerekli izinler alınmıştır. Ayrıca Manisa ili Kula ilçesindeki resmi okullarda anketin uygulanması için Manisa Valiliğinin 23.03.2020 tarih ve 46949512-605.01 sayılı araştırma izni alınmıştır.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Araştırmaya Katılanların Kişisel Bilgileri

Çalışmanın kişisel bilgiler bölümünde, sosyo-demografik özelliklere ilişkin sorular yer almaktaydı. Bu bulgular; cinsiyet, yaş, medeni durum, mesleki branş, mesleki kıdem yılı, okuldaki çalışma süresi ve eğitim seviyesi şeklindedir.

**Tablo 1.** Ankete Katılan Öğretmenlerin Cinsiyet, Medeni Durum, Mesleki Branş ve Eğitim Durumuna İlişkin Sayı ve Yüzde Dağılımı

Demografik Özellik		Sayı	Yüzde ( % )
Cinsiyet	Kadın	170	47,0%
	Erkek	192	53,0%
Medeni Durum	Bekar	64	17,7%
	Evli	298	82,3%
Mesleki Branş	Sözel	218	60,2%

	Sayısal	83	22,9%
	Sınıf	61	16,9%
<b>Eğitim Durumu</b>	Lisans	332	91,7%
	Lisansüstü	30	8,3%

Cinsiyet: Araştırma 170'i kadın, 192'si erkek, toplam 362 öğretmen üzerinde uygulanmıştır. Buna göre ankete katılan öğretmenlerin; %47'si kadın, %53'ü erkektir.

Medeni Durum: Araştırmaya katılan öğretmenlerden 64'ü yani %17,7'si bekar iken 298'i yani %82,3'ü evlidir. Buna göre öğretmenlerin büyük çoğunluğunun evli olan öğretmenlerden oluştuğu görülmektedir.

Mesleki Branş: Mesleki branş yönünden tablo incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmenlerin sözel branşta olanların sayısı 218, oranı %60,2; sayısal branşta olanların sayısı 83, oranı %22,9 ve sınıf öğretmeni olanların sayısı 61, oranı %16,9 olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlara göre, araştırmaya katılan öğretmenlere bakıldığında sözel alandaki öğretmen sayısının diğer alanlara göre daha çok olduğu görülmektedir.

Eğitim Durumu: Anket çalışmasına katılan öğretmenlerin eğitim durumlarına göre dağılımına bakıldığında ise 332 kişinin yani %91,7'sinin lisans mezunu iken 30 kişinin de yani %8,3'ü lisansüstü mezun olarak görünmektedir. Bu sonuçlara göre, araştırmadaki öğretmenlerin büyük çoğunluğunun lisans mezunu olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 2.** Ankete Katılan Öğretmenlerin Yaş, Mesleki Kıdem Yılı, Okuldaki Çalışma Süresine İlişkin Ortalamalarının Dağılımı

Demografik Özellik	N	Minimum	Maksimum	Ortalama ( $\bar{X}$ )
Yaş	362	22,00	63,00	37,0497
Kıdem Yılı	362	1,00	43,00	12,3674
Okulda Çalışma Süresi	362	1,00	17,00	4,9586

Yaş: Araştırmaya katılan öğretmenlerin yaş ortalamaları 37.05 iken en genç yaş grubunun 22, en yaşlı öğretmen grubunun ise 63 olduğu görülmektedir.

Mesleki Kıdem: Kıdem yılı ortalamaları göre tablo incelendiğinde araştırmaya katılan öğretmenlerin mesleki kıdem yılında 12,37 gibi bir ortalama hesaplanmıştır. Bu rakama göre araştırmanın yapıldığı Kula ilçesinde çalışan öğretmenlerin zorunlu hizmet bölgesi olmasından dolayı kıdem yıl ortalamaları çok yüksek olmadığı görülmüştür.

Okulda Çalışma Süresi: Son olarak Tablo 2'ye bakıldığında, araştırmaya katılan öğretmenlerin okulda çalışma süresi ortalamalarının 4,95 olarak hesaplanmıştır. En uzun okulda çalışma süresinin 17 yıl olduğu, en kısa sürenin ise 1 yıl olduğu belirlenmiştir.

#### 4.2. Örgütsel Mutluluğun Eğitim Durumu Değişkenine Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Araştırmaya katılan öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeylerine ilişkin görüşlerinde lisans ya da lisansüstü mezunu olmalarına göre fark olup olmadığının belirlenmesi için bağımsız t-Testi

uygulanarak, elde edilen bulgular Tablo 3'te aşağıda gösterilmiştir. Ayrıca bu tablo sonucunda elde edilen bulgular ve sonucunda ulaştığımız yorumlar yer almaktadır.

**Tablo 3.** Eğitim Durumu Değişkenine Göre Öğretmenlerin Örgütsel Mutluluklarına Yönelik t-Testi Sonuçları

Değişkenler	Eğitim Durumu	N	$\bar{X}$	Ss	t-Testi	
					t	p
Olumlu Duygular	Lisans	332	3,5036	,95964	-1,331	0.184
	Lisansüstü	30	3,7458	,89146		
Olumsuz Duygular	Lisans	332	1,8358	,81320	2,147	0.037
	Lisansüstü	30	1,6278	,47127		
Potansiyelin Gerçekleştirilmesi	Lisans	332	3,7884	,89878	-0,287	0.774
	Lisansüstü	30	3,8375	,87355		

Araştırmaya katılan eğitim kurumlarındaki öğretmenlerin örgütsel mutluluk ölçeği alt boyutlarındaki ortalamalarının eğitim durumu değişkenine göre incelendiğinde olumlu duygular ve potansiyelin gerçekleştirilmesi alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılaşması yoktur. Ancak, diğer boyut olan olumsuz duygular kısmında ise istatistiksel olarak anlamlı farklılaşmanın olduğu görülmektedir. Şöyle ki, lisans mezunu öğretmenlerin olumsuz duygu alt boyutundaki ortalamaları ( $\bar{X}=1,84$ ), lisansüstü öğrenim mezunu öğretmenlerin ortalamalarına ( $\bar{X}=1,63$ ) göre anlamlı bir şekilde daha yüksektir. Yani, eğitim düzeyinin yükselmesiyle olumsuz duyguların meydana gelmesinin azaltılabileceği söylenebilir. Güllü(2018) yaptığı araştırmasında eğitim düzeyi yükseldikçe kişiler daha nitelikli işlerde istihdam edilmekte ve mutluluk düzeyleri de diğerlerine kıyasla daha yüksek olabilmekte diyerek çalışmamızdaki sonuçla örtüşmektedir. Yine bu bilgiye dayanarak lisansüstü öğrenim mezunu öğretmenlerin özgüveninin yüksek olmasıyla kendilerini daha iyi hissettikleri ve olumsuz duygularını ortadan kaldırebildikleri söylenebilir. Ayrıca eğitim seviyesinin örgütsel mutluluk seviyesi üzerinde olumlu bir etkisi olduğu söylenebilir. Şöyle ki kişilerin eğitim düzeyi yükseldikçe profesyonelleşerek bilgi seviyeleri de yükselmekte, bunun sonucu olarak topluma ve kuruma karşı bakış açıları vizyon kazanmaktadır. Böylece eğitim seviyesi yüksek olan öğretmenler işlerinde daha fazla mutlu olurlar ve haz duyarlar. Çünkü bu kişiler mesleki açıdan bir üst seviyeye çıkarak bir sosyal statü kazanırlar ve öğretmenlere bu sosyal statülerine göre bazı kurslarda veya hizmetiçi eğitimlerde görevler verilir. Bu da öğretmenlerin işlerinde potansiyellerini ortaya çıkarmada daha çok imkan sağlar.

#### 4.3. Yönetmelik Tarzın Yaş, Mesleki Kıdem ve Aynı Okulda Çalışma Süresi Değişkenlerine Göre İncelenmesine İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Araştırmaya dahil olan öğretmenlerin yönetmelik tarz algılarının yaş, mesleki kıdem ve aynı okulda çalışma süresi değişkenlerine göre anlamlı bir ilişki gösterip göstermediğini ortaya



çıkarmak amacıyla Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Analizi yapılmıştır. Sonuçlarına göre elde edilen bulgular Tablo 4’te gösterilmiştir.

Korelasyon analizi, incelenen iki değişken arasında pozitif ya da negatif yönlü bir ilişkinin olup olmadığının belirlenmesi için yapılan bir analiz tekniği olarak ifade edilir. Korelasyon katsayıları -1.00 ile 1.00 arasındadır. Korelasyon katsayısının -1.00 olması, değişkenler arasında çok yüksek negatif bir ilişki olduğunu, 1.00 olması ise değişkenler arasında çok yüksek pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Korelasyon katsayılarının mutlak değeri 0.70-1.00 arasında olduğunda ilişkinin yüksek düzeyde, 0.30-0.70 arasında olduğunda ilişkinin orta düzeyde, 0.00-0.30 arasında olduğunda ise ilişkinin düşük düzeyde olduğundan söz edilir (Büyüköztürk, 2012).

**Tablo 4.** Öğretmenlerin Yönetmel Tarz Algıları ile Yaş, Mesleki Kıdem ve Aynı Okulda Çalışma Süresi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Korelasyon Analizi Sonuçları

YÖNETSEL TARZ	İş Odaklılık	İnsan Odaklılık
<b>DEĞİŞKENLER</b>		
Yaş	,080	,041
Mesleki Kıdem	,038	-,018
Aynı Okulda Çalışma Süresi	,114*	,049

(\* $p > 0,05$  düzeyinde anlamlıdır, \*\* $0,01$  düzeyinde anlamlıdır.)

Eğitim kurumlarındaki öğretmenlerin yönetmel tarz ölçeği alt boyutlarındaki ortalamalarının yaşları ve kıdem yılları değişkenlerine göre incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı farklılaşması yoktur. Bunun sonucu olarak, yönetmel tarz ve alt boyutları hakkındaki öğretmen görüşlerinin yaşları ve kıdem yılları değişkenlerine göre değişmediği söylenebilir.

Ancak, aynı okuldaki çalışma süresi ile iş odaklılık alt boyutunda ise, anlamlı, pozitif yönlü ve düşük düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir ( $r=0,114$ ,  $p < .05$ ). Bir başka deyişle, öğretmenlerin aynı okulda çalışma süresi arttıkça okula, işine ve iş arkadaşlarına olan bağlılığı gelişmektedir ve meslektaşlarıyla, okul çevresiyle ve okul aile birliği, velileriyle ve doğal olarak yönetimiyle olan ilişkiler zaman içinde artmakta, öğretmenin daha fazla karşılıklı etkileşime girdiği sonucuna varılabilir. Ayrıca bu etkileşimin öğretmenlerde çalıştıkları kuruma yönelik aitlik duygusunun da artmasıyla işini ve kurumunu sahiplenmesine sebep olabilmektedir.

#### 4.4. Örgütsel Mutluluk Ölçeği Alt Boyutları Ortalamalarına İlişkin Bulgular ve Yorumlar

**Tablo 5.** Öğretmenlerin Örgütsel Mutluluk Düzeylerine Yönelik Ortalamalarına İlişkin Sonuçlar

Değişkenler	Ortalama ( $\bar{X}$ )	Standart Sapma(ss)
Olumlu Duygular	3,5237	,95535
Olumsuz Duygular	1,8186	,79213
Potansiyelin Gerçekleştirilmesi	3,7925	,89564

Yukarıdaki Tablo 5’i incelediğimizde, araştırmada elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılan öğretmenler örgütsel mutluluk düzeyleri açısından yüksek diyebileceğimiz olumlu

duyguya sahiptirler. Buna bağlı olarak diğer alt boyut olan potansiyelin gerçekleştirilmesi de yüksek olduğu söylenebilir. Yani eğitim örgütlerinde mutlu olan öğretmenlerin kendilerine olan güvenlerin sonucu olarak sahip oldukları becerilerini okulda veya sınıfta gerçekleştirme anlamında potansiyelin gerçekleştirilmesi boyutunda da yüksek düzeye sahip oldukları sonucuna varılabilir. Ancak son alt boyut olan olumsuz duygular ise her ne kadar yüksek olmasa da araştırmaya katılan öğretmenlerde var olduğu söylenebilir. Sonuç olarak, eğitim kurumlarında araştırmaya katılan öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir.

#### 4.5. Yönetmel Tarz Ölçeği Alt Boyutları Ortalamalarına İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Araştırmanın bir diğer amacı eğitim kurumlarındaki öğretmenlerin yönetmel tarz düzeyini belirlemektir. Aşağıdaki Tablo 6 incelendiğinde araştırmada elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılan öğretmenlerin iş ve insan odaklılık boyutlarında görüşleri yüksek ve yakın değerler seviyesindedir. Bu bulgular ışığında öğretmen algılarına göre okul yöneticilerinin iş odaklı ve insan odaklı yönetmel tarzları farklı algılanmamaktadır. Yani katılımcılar müdürlerini her iki boyutta ayırım yapmadan değerlendirmişlerdir ve bu iki boyutun net bir ayrımı görülmemektedir.

**Tablo 6.** Öğretmenlerin Yönetmel Tarz Düzeylerine Yönelik Ortalamalarına İlişkin Sonuçlar

Değişkenler	Ortalama ( $\bar{X}$ )	Standart Sapma(ss)
İş odaklılık	7,4303	1,35866
İnsan odaklılık	7,3593	1,50086

#### 4.6. Eğitim Kurumlarında Örgütsel Mutluluk Düzeyleri İle Yönetmel Tarz Düzeyleri Ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Gösteren Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde araştırmanın çıkış noktası olan yönetmel tarz algısının eğitim örgütlerindeki mutluluk seviyesine etkisiyle ilgili bulgular ve sonuçlar yer almaktadır. Örgütsel mutluluk ve alt boyutları olan olumlu duygular, olumsuz duygular ve potansiyelin gerçekleştirilmesi ile yönetmel tarz ve alt boyutları olan iş odaklılık ve insan odaklılık arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan Pearson korelasyon analiz sonuçları Tablo 7’de gösterilmiştir.

**Tablo 7.** Öğretmenlerin Örgütsel Mutluluk Düzeyleri İle Algılanan Yönetmel Tarz Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları

ÖRGÜTSEL MUTLULUK YÖNETSEL TARZ	Olumlu Duygular	Olumsuz Duygular	Potansiyelin Gerçekleştirilmesi
İş Odaklılık	,430**	-,315**	,334**
İnsan Odaklılık	,484**	-,414**	,350**

(\* $p > 0,05$  düzeyinde anlamlıdır, \*\* $0,01$  düzeyinde anlamlıdır.)

Yukarıdaki tablo incelendiğinde araştırmanın ana sorusuna yönelik net verilere ulaşıldığı görülmektedir. Buna göre, öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeylerinin olumlu duygular alt boyutundaki düzey ortalamaları ile yönetmel tarz algılarının iş odaklılık alt boyutundaki algı düzeyi ortalamaları arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır. Bir başka deyişle, öğretmenlerin okul yönetimine ilişkin iş odaklılık algı düzeyleri arttıkça, olumlu duygular düzeyleri de artmaktadır.

Yine yukarıdaki tabloya göre, öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeylerinin olumsuz duygular alt boyutundaki düzey ortalamaları ile yönetsel tarz algılarının iş odaklılık alt boyutundaki algı düzeyi ortalamaları arasında anlamlı, negatif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır. Buna göre, öğretmenlerin okul yönetimine ilişkin iş odaklılık algı düzeyleri arttıkça, olumsuz duygu düzeyleri azalmaktadır. Yani, eğitim örgütlerinde işe odaklanan ve işine hâkim olan yöneticiler öğretmenler tarafından gerekeni gerektiği yerde doğru bir şekilde yaparak güven veren kişiler olarak düşünülmektedir ki bu da öğretmenlerin okul ve işleyişiyle ilgili olumsuz duyguların azalmasına sebep olabilmektedir.

Ayrıca bu tablodan ortaya çıkan diğer bir sonuçta; öğretmenlerin, örgütsel mutluluk düzeylerinin potansiyelin gerçekleştirilmesi alt boyutundaki düzey ortalamaları ile yönetsel tarz algılarının iş odaklılık alt boyutundaki algı düzeyi ortalamaları arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır. Kısacası, öğretmenlerin okul yönetimine ilişkin iş odaklılık algı düzeyleri arttıkça, potansiyelin gerçekleştirilmesi düzeyleri de artmaktadır. Bu sonuca bakarak öğretmenlerin okul yönetimi tarafından motive edilmelerinin yaptıkları iş odaklı olduğu söylenebilir. Bu da doğru bir şekilde yönlendirilen ve motive edilen öğretmenin içindeki cevheri çıkarıp işini en iyi şekilde yapacağını ve aynı zamanda mutluluğun üretkenliği arttıracağını göstermektedir.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin, örgütsel mutluluk düzeylerinin olumlu duygular alt boyutundaki düzey ortalamaları ile yönetsel tarz algılarının insan odaklılık alt boyutundaki algı düzeyi ortalamaları arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır. Bir başka deyişle, öğretmenlerin okul yönetimine ilişkin insan odaklılık algı düzeyleri arttıkça, olumlu duygu düzeyleri de artmaktadır. Bu bilgi ışığında çalışmadaki öğretmenlerin yönetim tarzı algılarının net bir şekilde ayrıldığını tam tersine iş ve insan odaklılık algılarının paralel olduğu sonucuna varılmaktadır.

Öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeylerinin olumsuz duygular alt boyutundaki düzey ortalamaları ile yönetsel tarz algılarının insan odaklılık alt boyutundaki algı düzeyi ortalamaları arasında anlamlı, negatif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır. Yani, öğretmenlerin okul yönetimine ilişkin insan odaklılık algı düzeyleri arttıkça, olumsuz duygu düzeyleri azalmaktadır. Bu sonuca göre öğretmenin de bir insan olduğu, sosyal ve etkileşimde olan bir varlık olduğu aynı zamanda duyusal olarak önemli olduğu gerçeğine dayanarak okul yöneticilerinin yönetim tarzlarında insani kısmı dikkate aldıklarında öğretmenlerin olumsuz düşünce yapılarından sıyrılacağı veya azalacağı düşünülebilir.

Öğretmenlerin, örgütsel mutluluk düzeylerinin potansiyelin gerçekleştirilmesi alt boyutundaki düzey ortalamaları ile yönetsel tarz algılarının insan odaklılık alt boyutundaki algı düzeyi ortalamaları arasında anlamlı, pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır. Yani insan odaklı yöneticinin etkililiği öğretmenin işine sahip çıkması, kendini işinde motive hissetmesiyle birleşerek öğretmenlerin kendilerini tam bir görev insanı gibi hissedip işlerine sahiplenmesine sebep olabilir. Bu da eğitim örgütlerinde öğretmenlerin verimliliğini arttırıp kendilerini kanıtlamak için bir fırsata dönüşebilir.

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Öğretmenlerin mutluluğu konusu herkesin merak anlamında iştahını açan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda görev yapan bütün branşlardaki öğretmenlerinin mutluluğunun ve iş motivasyonunun arttırılması konusunda yapılacak olan eylemlerin, hem Milli Eğitim camiasının bütünüyle ilgili, hem de ülkenin geleceğiyle ilgili olacağı çok nettir. Yine bu çerçevede bu mutluluğa yön verecek ve yolunu çizecek en yakın kişilerin eğitim örgütlerindeki yöneticilerin olduğu düşünüldüğünde yönetsel

tarz algısının önemi de ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden de bu araştırmada yönetsel tarzın öğretmenlerin mutluluğu üzerine etkisinin boyutları açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın sonuçlarına göre eğitim seviyesinin örgütsel mutluluk üzerinde olumlu bir etkisi olduğu söylenebilir. Şöyle ki kişilerin eğitim düzeyi yükseldikçe profesyonelleşerek bilgi seviyeleri de yükselmekte, bunun sonucu olarak topluma ve kuruma karşı bakış açıları vizyon kazanmaktadır. Bu da eğitim örgütlerinde çalışan öğretmenlere yüklenen görevler anlamında motive edici ve olumlu etki oluşturmaktadır. Eğitim seviyesi yüksek olan öğretmenler işlerinden daha çok haz duyarlar ve mutlu hissederler. Çünkü bu kişiler mesleki yönden üst düzeyde olmakla kurumsal bir statü, özgüven elde ederler ve öğretmenlere bu kurumsal pozisyonlarına göre sorumluluklar verilir veya hizmetiçi eğitimlerde görevlendirilir. Bu da öğretmenlerin yeteneklerini işlerinde daha çok kullanmalarına olanak sağlayarak potansiyellerinin ortaya çıkmasını sağlar. Alan yazın incelendiğinde, Güllü (2018) yaptığı araştırmasında eğitim düzeyi yükseldikçe kişiler daha nitelikli işlerde istihdam edilmekte ve mutluluk düzeyleri de diğerlerine kıyasla daha yüksek olabilmekte diyerek çalışmamızdaki sonuçla örtüşmektedir.

Yine araştırmada ortaya çıkan ilgi çekici diğer unsurda öğretmenlerin aynı okuldaki çalışma süresi arttıkça, öğretmenlerin okul yönetimini iş odaklı algılama düzeyleri de artmaktadır. Bu sonuca bakarak öğretmenlerin aynı okulda çalışma sürelerinin artmasıyla okula, okul yönetimine ve meslektaşlarına alışıp aittik duygularının gelişmesiyle okulu daha iş merkezli gördüğü söylenebilir. Çalışmadaki bu sonuç alan yazındaki Demirhan'ın 2010 yılında yaptığı çalışmayla da örtüşmektedir. Ayrıca, öğretmenler deneyim kazandıkça okuldaki çalışma süreleri arttıkça birey olarak okula olan uyumu gelişir ve bunun sonucunda iş odaklılığı algısı yükselir. Başka bir deyişle zamanla okulunda tecrübe edinen öğretmen, elindeki ve çevresindeki sosyo-ekonomik olanakları daha net tanır ve en uygun biçimde kullanarak daha iyi bir iş ortaya çıkarmak için motive olur. Başka bir bakış açısıyla da aynı okuldaki uzun çalışma sürecinde yöneticiyle öğretmenler arasındaki etkileşimin artmasına bağlı olarak birbirlerini desteklemesi ve anlaması artmış olabilir. Yani, aynı okuldaki öğretmenler ve yöneticilerin uzun süre çalışmaları sonucu etkili ve rahat iletişim kurdukları, bunun sonucunda da öğretmenlerin okulu iş odaklı görmeleri arttığı söylenebilir.

Son olarak araştırmanın temel çıkış noktasına ve makalenin başlığına baktığımızda, okul yönetim tarzıyla eğitim örgütlerindeki öğretmenlerin mutluluk seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. Yani, yöneticilerin yönetsel tarzı doğrudan örgütsel mutluluğu etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yöneticilerin yönetim tarzı olarak birçok öğretmen tarafından kabul görmüş ve öğretmenlerin mutluluk seviyelerini arttıracak şekilde yönetim şekillerini hayata geçirmeleri öğretmen performansı ve birlikteliği yönünden çok kritiktir. Bunu destekleyecek şekilde yöneticiler gerektiğinde çalışanlar için sosyal etkinlikler planlamalıdır ve tüm öğretmenlerin bu sosyal etkinliklere gönüllü olarak katılımları teşvik edilmelidir. Araştırmamızdaki bu sonuca paralel olarak Jones (2011) yaptığı çalışmada mutluluğun iş tatmini ve meşguliyetle ilgili olduğunu, aynı zamanda mutluluğun üretkenliği artırdığını belirtmiştir. Ayrıca yöneticiler yönetim tarzlarını ortaya koyarken sadece bilimsel verilere ve kurallara dayalı olarak oluşturmadan kaçınmalıdırlar. Çünkü yöneticiler kendi toplumunun ve öğretmenlerinin içinde bulunduğu kültürel ve sosyal değerlerini de dikkate almalıdır. Sonuçta her birey bir insandır ve robotik yapısı yoktur. Bireylerin duyuşsal özelliklerini de göz ardı edemeyiz. Bu anlamda yöneticinin başarısı bilimsel verilere bağlı olduğu kadar, kendi ekibini ve özelliklerini tanımasına da bağlıdır. Araştırmada ortaya çıkan diğer bir sonuçta öğretmenlerin yönetsel tarzı bir bütün olarak algılaması ve alt boyutlarını insan ve iş odaklı olarak ayırmamasıdır. Buna benzer şekilde Aydın (2011) tarafından yapılan çalışmada da

öğretmenler okulun misyonu olan eğitim faaliyetlerinin yürütülmesini hem iş odağıyla, hem de insan odağıyla bağdaştırdıkları için iş ve insan odaklılık birbirinden ayrı değişkenler olarak algılanmamaktadır. Kısacası öğretmenlerin iş ve insan odakları hakkında paralel görüş bildirirken yöneticinin etkililiğini esas aldıkları düşünülmektedir. Bu da makalenin başlığıyla doğrudan ilgili bir noktadır. Şöyle ki her birey bir insandır ve her bireyin bir aile yapısı ve buna bağlı bir duygusal ortamı vardır. Bu yüzden okul yöneticileri yönetim tarzlarında insan odaklı boyutu hissettirmek için ve öğretmenlerde güven sağlamak için öğretmenlerini yakından tanımalı, onlara ihtiyaçları konusunda gereken desteği vermelidir.

Bu sonuçların yanı sıra konuyla ve araştırmayla ilgili şu önerilere dikkat etmek ilerideki çalışmalar ve faaliyetler için kaynak oluşturabilir.

İlk olarak öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeyleri genel anlamda yüksek düzeydedir. Bu düzeyin sürdürülebilmesi için öğretmenlerin işbirliği ve yardımlaşma duygularını ortaya koyacak faaliyetlerin etkin hale getirilmesini sağlayacak takım çalışmaları teşvik edilmeli ve bu sayede öğretmenler çevresi tarafından desteklendiğini hissettirilmeli ve kendilerini kuruma ait hissederek motive olmaları sağlanmalıdır.

Öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeyleri genel anlamda yüksek olmasına rağmen olumsuz duygular alt boyutu düşük düzeyde de olsa bulunmaktadır. Olumsuz duyguları olabildiğince asgari miktara indirmek için okul yöneticileri tarafından okulda çalışanlar arasında etkili bir iletişim kurulması sağlanmalı, güvenilir bir okul ortamı ve olumlu okul iklimi oluşturulmalı, çalışanlar arasında sevgi, saygı, dayanışma ve yardımlaşma ortamı oluşturulmalıdır. Okul yöneticileri çalışanlar için sosyal etkinlikler planlamalıdır ve tüm çalışanların bu sosyal etkinliklere gönüllü olarak katılımları teşvik edilmelidir.

Öğretmenlerin okulda çalışma süreleriyle yönetsel tarzın alt boyutu olan iş odaklılık arasında anlamlı bir ilişki görülmüştür. Bu anlamda yaşamın işten ibaret olmadığı için, iş yaşam dengesini sağlamak üzere, öğretmenin okul dışındaki zamanını ailesi ve sevdikleri ile geçirmesi teşvik edilmeli, belirli bir saatten sonra telefon ve e-posta ile uğraşmamalı, haftanın en az bir günü de tüm iş stresinden kendini soyutlayıp ailesi ve sevdikleri ile kaliteli zaman geçirmesi teşvik edilmelidir. Bu anlamda gereksiz ve fazla bürokratik işlemler öğretmenler için azaltılması sağlanabilir.

Öğretmenlerin lisansüstü eğitim için daha çok fırsat verilmelidir ve bu anlamda gerek okul yöneticileri tarafından gerekse Milli Eğitim Bakanlığı tarafından öğretmenlere motive edici ve destekleyici ödüllendirme sistemi geliştirilebilir. Ayrıca örgüt kültürü ve örgüt ortamında iyileştirici çalışmalar yapılarak öğretmenlerin örgütsel mutluluk düzeylerinin devamlılığı sağlanabilir.

## KAYNAKÇA

- Akbulut, B. (2015). *Ortaöğretim kurumlarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel imaj algıları ile iş doyumu düzeyleri arasındaki ilişki*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Arslan, Y. (2018). *Öğretmenlerin farklılıkların yönetimi yaklaşımlarına ilişkin algıları ile örgütsel mutluluk algıları arasındaki ilişki*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Bakker, A. B., Westman, M., van Emmerik, I. H., Härtel, C. E. & Page, K. M. (2009). Discrete emotional crossover in the workplace: The role of affect intensity. *Journal of Managerial Psychology*, 24 (3), 237-253.
- Başaran, E. İ. (1992). *Yönetimde İnsan İlişkileri*. Ankara: Gül Yayınevi.

- Bektaş, M. (2014). *Yönetim tarzlarının örgütlerdeki informal iletişim kanallarına etkisi: Burdur ili kamu kurumları örneği*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Brief, A.P. & Weiss, H.M. (2002). Organizational behavior: Affect in the workplace. *Annual Review of Psychology*, 53(1), 279-307.
- Bulut, A. (2015). *Ortaöğretim öğretmenlerinin örgütsel mutluluk algılarının incelenmesi: Bir norm çalışması*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2012). Bilimsel araştırma yöntemleri (Onüçüncü baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Cropanzano, R. & Wright, T.A. (1999). A 5-year study of change in the relationship between well-being and job performance. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 51(4), 252.
- Csikszentmihalyi, M. (2004). *İyi iş: Liderlik, mutluluk ve anlam oluşturma*. (Çev. Ahmet Kardam). İstanbul: Acar Matbaacılık.
- Demirhan, G. (2010). *Eğitim yöneticilerinin yönetsel tarzları ile öğretmenlerin adanmışlık ve tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişki*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Döş, İ. (2013). Mutlu okul. *Eğitim ve Bilim*, 38(170), 266-280.
- Eby, L. T., Maher, C.P. & Butts, M.M. (2010). The intersection of work and family life: The role of affect. *Annual review of psychology*, 61, 599-622.
- Eren, E. (2006). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi (9. Baskı)*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Ertong, C. (2018). *Okullarda öğretmenlerin örgütsel mutluluğunu etkileyen faktörlerin incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Frey, B. & Stutzer, A. (2013). *Recent developments in the economics of happiness*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Gavin, J. H. & Mason, R.O. (2004). The virtuous organization: the value of happiness in the workplace. *Organizational Dynamics*, 33(4), 379-392.
- Gökdemir Dumludağ, Ö. (2011). *Mutluluk ve iktisadi parametreler üzerine bir inceleme*. (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güllü, S. (2018). Spor işletmelerinde çalışan mutluluğu. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 4(3), 547-559.
- Hartzell, J. C., Sun, L. & Titman, S. (2006). The effect of corporate governance on investment: evidence from real estate investment trusts. *Real Estate Economics*, 34(3), 343-376.
- Helliwell, J., Layard, R & J. Sachs (2017), World happiness report 2017. *Sustainable Development Solutions Network, New York*, <http://worldhappiness.report/ed>.
- Nelson, D. W. & Knight, A. E. (2010). The power of positive recollections: Reducing test anxiety and enhancing college student efficacy and performance. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(3), 732-745.
- Paschoal, T. & Tamayo, A. (2008). Construction and validation of the work well-being scale. *Avaliação Psicológica*, 7(1), 11-22.
- Saenghiran, N. (2013). Towards enhancing happiness at work: A case study. *Social Research Reports*, (25), 21-33.

- Staw, B.M., Sutton, R.I. & Pelled, L.H. (1994). Employee positive emotion and favorable outcomes at the workplace. *Organization Science*, 5(1), 51-71.
- Şahin, A. (2004). Yönetim kuramları ve motivasyon ilişkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11), 523-547.
- Tahtacı Koç, D. (2013). *Ortaöğretim yöneticilerinin yönetim tarzlarının bilgi yönetimleriyle ilişkisi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Warr, P. (2007). *Work, happiness and unhappiness*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wesarat, P., Sharif, M. Y. & Majid, A. H. (2015). A conceptual framework of happiness at the workplace. *Asian Social Science*, 11(2), 78-88.
- Wright, T. A., Bonett, D. G. & Sweeney, D.A. (1993). Mental health and work performance: Results of a longitudinal field study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 66(4), 277-284.

Araştırma Makalesi/Research Article**Adidas Mağazalarında Mağaza Atmosferi ve Satın Alma Niyetinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi<sup>1</sup>**Valida İbrahimova  <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Bu araştırma, yazarın yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Bilim Uzmanı, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Anabilim Dalı, [valida.ibrahimova94@gmail.com](mailto:valida.ibrahimova94@gmail.com)

**Anahtar Kelimeleri**

Mağaza atmosferi, satın Alma niyeti, pazarlama.

**Key Words**

Store atmosphere, intent to purchase, marketing.

**Sorumlu yazar/Corresponding Author**

Valida İbrahimova, Bilim Uzmanı, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Anabilim Dalı, Ankara-Türkiye

**Email:** [valida.ibrahimova94@gmail.com](mailto:valida.ibrahimova94@gmail.com)

**Geliş/Received:** 02.12.2019

**Kabul/Accepted:** 18.04.2020

**Öz**

Bu araştırma, Adidas mağazalarından alışveriş yapan müşterilerin Adidas mağazalarına yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin ve müşterilerin sahip oldukları satın alma niyetlerinin demografik değişkenler kapsamında farklılaşma durumlarını tespit edebilmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, tarama modeli ile yürütülmüştür. Araştırmanın örneklem grubunu, Azerbaycan'ın Bakü ilindeki Adidas mağazalarından alışveriş yapan 511 müşteri oluşturmaktadır. Mağaza Atmosferi Ölçeği ve Satın Alma Niyeti Ölçeği'nden toplanan veriler, bağımsız gruplar t testi ve tek yönlü varyans analizi (anova) kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, Adidas mağazalarına yönelik mağaza atmosferi puanlarının cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve aylık gelir kapsamında anlamlı düzeyde farklılaşmadığı; yaş grubu kapsamında 16-25 ve çalışma yılı kapsamında ise 1-5 yıl aralığı lehine anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir. Müşterilerin sahip oldukları satın alma niyeti puanlarının ise eğitim durumları, çalışma yılı ve aylık gelir kapsamında anlamlı düzeyde bir farklılık göstermediği; cinsiyet kapsamında kadınlar, medeni durum kapsamında evliler ve yaş grubu kapsamında ise 46 ve üzeri yaş grubu lehine anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir.

**Investigation of Store Atmosphere and Purchase Intention to Demographic Variables in Adidas Stores****Abstract**

The aim of this study is to determine the differentiation status of the customers who shop from Adidas stores in terms of demographic variables of the store atmosphere thoughts and customers' purchase intentions towards Adidas stores. For this reason, the research was conducted with a screening model. The sample group of the research consists of 511 customers who shop from Adidas stores in Baku, Azerbaijan. The data collected from the Store Atmosphere Scale and Intention to Purchase Scale were analyzed using independent groups t test and one-way analysis of variance (ANOVA). As a result of the research, it was observed that the store atmosphere scores

**Önerilen Atıf/Suggested Citation:**

İbrahimova, V. (2020). Adidas Mağazalarında Mağaza Atmosferi ve Satın Alma Niyetinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 177-185



for Adidas stores did not differ significantly in terms of gender, marital status, education level and monthly income; In the age group 16-25 and in the study year 1-5 years were found to differ significantly in favor of the interval. On the other hand, it was found that the purchase intention scores of the customers did not show a significant difference in terms of education level, working year and monthly income; It has been found that gender differs significantly in favor of women, married in marital status and 46 and older age group.

## 1. GİRİŞ

Tüketici, ürün pazarlamasının merkezinde yer alan ve istekleri ya da ihtiyaçları doğrultusunda belirli bir ürünü satın alma potansiyelleri bulunan bireylerdir (Bozkurt, 2004). Tüketici kavramı aynı zamanda kararsızlığı da sembolize etmektedir. Bu durum da işletmeleri, tüketici ve tüketici memnuniyeti üzerine araştırmalar yapmaya zorlamaktadır (Çelenk, 2018).

Günümüz pazarlamasının odak noktası tüketici tatminidir. Müşteri tatmini, firmanın tüketici ile iletişim kurduğu anda oluşmaya başlamaktadır. Yeni bir ürünle ilgili herhangi bir bilginin müşterileri etkilemesi, müşterilerin o ürüne veya firmaya yönelik bir izlenim oluşturmaya sebebiyet verir. Tüketiciler, herhangi bir ürünü satın almadan önce araştırma yapıp belirli bir karara varırlar. Fakat çoğu zaman son kararı mağaza içinde verirler. Bu durumun temel sebebi de müşterilerin mağaza içindeki atmosferden etkilenme durumlarıdır (Bayar, 2019).

Mağaza atmosferi, ilgili mağazanın içinde ve dışında müşterileri uyaran bütün unsurların toplamından oluşmaktadır (Arslan, 2004). Ayrıca, mağaza atmosferi, mağazanın müşterilere vermek istediği bilgi ve mesajların müşteriler tarafından algılanmasını ifade etmektedir (Tek ve Orel, 2006). Bu bağlamda, mağaza atmosferi, müşterilerin bilişsel ve duyuşsal yöndeki isteklerine cevap verip onların satın alma davranışlarını şekillendirmek hedefiyle mağaza içinde ve dışında yapılan tasarımlar bütünüdür (Kaltcheva & Weitz, 2006).

Mağaza atmosferini oluşturan faktörler temelde 5 bölüm halinde incelenmektedir. Mağaza dışı atmosfer faktörleri, ilgili mağazanın bulunduğu konum, dış cephe özellikleri, mağazaya ait vitrin ve park alanı gibi faktörlerin birleşimidir. Mağaza içi atmosfer faktörleri; ilgili mağazanın zemin ve tavan bileşimi, mağazanın aydınlanma düzeyi, mağazaya ait koku bütünlüğü, mağazanın temizliği, mağaza duvarlarının yapısı ve mağazadaki yürüme alanlarının genişliği gibi faktörlerden oluşmaktadır. Genel yerleşim ve mağaza tasarım faktörleri; ilgili mağazanın yerleşim planı, mağazadaki ürünlerin gruplandırılma düzeyi, departman yerleşkeleri ve müşteri kabinleri gibi faktörlerdir. Satın alma noktası ve dekorasyon faktörleri; ilgili mağazadaki ödeme noktası, gerekli yönlendirmeler, mağaza duvarlarında yer alan görseller, ürünlerdeki etiketlerin görünme düzeyi gibi faktörlerdir. İnsan faktörü ise; mağaza çalışanlarının karakteristik özellikleri, dış görünüşleri, mağazadaki insan yoğunluğu ve mağazaya gelen müşterilerin genel yapısı gibi faktörlerdir (Kerfoot, Davies ve Ward, 2003).

Satın alma niyeti, müşterilerin ilgili mağazanın vermiş olduğu iletileri benimseyerek belirli bir ürüne yönelik davranışsal eğilimler gösterme durumudur (Dodds, Monroe, ve Grewal, 1991). Bir diğer ifadeyle satın alma niyeti, müşterilerin bir ürün ya da hizmeti satın almaya yönelik istekleridir. Satın alma niyeti pozitif bir görünüme sahip olduğunda, müşterilerde marka bağlılığı oluşabilmektedir. Bir markaya yönelik algılanan değer ne kadar yüksek olursa müşterilerin de satın alma niyetleri o düzeyde yükselir (Wu, 2015).

Pazarlama dünyasının değişim gösterdiği bu günlerde, işletmelerin başarılı olabilmeleri için tüketicilerin ilgi ve ihtiyaçlarını dikkate alıp ona göre yapılanmaları gerekmektedir. Bu bağlamda işletmeler, mağaza atmosferlerini tüketici ilgisini çekebilecek düzeyde düzenlemeli ve tüketicilerin satın alma niyetlerini doğru şekilde değerlendirmelidir (Çelenk, 2018).

## 1.1. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırma, Azerbaycan'ın Bakü ilindeki Adidas mağazalarından alışveriş yapan müşterilerin Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferini ve müşterilerin satın alma niyetlerini belirleyebilmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda araştırma, aşağıda sunulan hipotezleri test etmektedir.

H<sub>1</sub>: Adidas mağazalarından alışveriş yapan müşterilerin Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferine yönelik düşünceleri, demografik bilgilere göre (cinsiyet, medeni durum, yaş grubu, eğitim düzeyi, çalışma süresi ve aylık gelir) kıyaslandığında anlamlı düzeyde bir farklılık göstermektedir.

H<sub>2</sub>: Adidas mağazalarından alışveriş yapan müşterilerin Adidas mağazalarına yönelik satın alma niyetleri, demografik bilgilere göre (cinsiyet, medeni durum, yaş grubu, eğitim düzeyi, çalışma süresi ve aylık gelir) kıyaslandığında anlamlı düzeyde bir farklılık göstermektedir.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, Adidas mağazalarında alışveriş yapan müşterilerin Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferini ve müşterilerin satın alma niyetlerini tespit edebilmeyi amaçladığından dolayı tarama modeli ile yürütülmüştür. Tarama modeli, araştırma öncesinde belirlenen katılımcıların belirli bir konudaki genel düşünce ve beceri gibi özelliklerinin incelendiği araştırma modelidir (Fraenkel ve Wallen, 2006). Bu araştırmalar, temel olarak kalabalık örneklem gruplarındaki problemlerin yüzeysel olarak tespit edilmesinde kullanılır. Problemin tespiti yapılırken nedeni detaylı olarak incelenmez (Wellington, 2006).

### 2.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırma, Azerbaycan'ın Bakü ilindeki Adidas mağazalarından alışveriş yapan 511 müşterinin katılımı ile yürütülmüştür. Müşterilerin demografik bilgilerine yönelik toplanan veriler, frekans ve yüzde analizi kullanılarak analiz edilmiş ve ulaşılan bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Araştırma Örnekleminin Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular

		f	%
Cinsiyet	Kadın	293	57.3
	Erkek	218	42.7
Medeni Durum	Bekar	273	53.4
	Evli	238	46.6
Yaş Grubu	16-25	167	32.7
	26-35	161	31.5
	36-45	103	20.2
	46 ve üzeri	80	15.7
Eğitim Düzeyi	Lise	36	7.0
	Yüksekokul	58	11.4
	Lisans	228	44.6
	Lisanüstü	189	37.0

Çalışma Süresi	1-5 yıl	236	46.2
	6-10 yıl	92	18.0
	11-15 yıl	90	17.6
	16 yıl ve üzeri	93	18.2
Aylık Gelir	2020 TL altı	109	21.3
	2021-3500 TL	85	16.6
	3501-5000 TL	127	24.9
	5001 TL ve üzeri	190	37.2
Toplam		511	100

Tablo 1'deki bulgular incelendiğinde, örneklem grubunun %57.3'ünün kadın ve %42.7'sinin erkek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların medeni durumları incelendiğinde, %53.4'ünün bekâr ve %46.6'sının evli olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak, müşterilerin %32.7'sinin 16-25, %31.5'inin 26-35, %20.2'sinin 36-45 ve %15.7'sinin ise 46 yaş ve üzeri yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Örneklem grubunun eğitim düzeyleri incelendiğinde, %7'sinin lise, %11.4'ünün yüksekokul, %44.6'sının lisans ve %37'sinin ise lisansüstü programlardan mezun olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, katılımcıların çalışma yılları incelendiğinde, %46.2'sinin 1-5 yıl, %18'inin 6-10 yıl, %17.6'sının 11-15 yıl ve %18.2'sinin ise 16 yıl ve üzerinde çalıştıkları tespit edilmiştir. Son olarak, müşterilerin %21.3'ünün 2020 TL ve altında, %16.6'sının 2021-3500 TL aralığında, %24.9'unun 3501-5000 TL aralığında ve %37.2'sinin ise 5001 TL ve üzerinde kazandığı tespit edilmiştir.

### 2.3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada, katılımcıların Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferine yönelik düşüncelerini belirleyebilmek için Turley ve Milliman (2000) tarafından geliştirilen *Mağaza Atmosferi Ölçeği* kullanılmıştır. Bu ölçek 5 boyuttan ve 57 maddeden oluşmaktadır. Fakat bu çalışmada maddelerin tamamı Adidas mağazalarına ve çalışmanın yapısına uyum sağlamadığı için 37 maddelik haliyle kullanılmıştır.

Bu çalışmada, Adidas mağazalarından alışveriş yapan müşterilerin satın alma niyetlerini tespit edebilmek için Cronin, Brody ve Hult (2000) tarafından geliştirilen *Satın Alma Niyeti Ölçeği* kullanılmıştır. Bu ölçek, likert tipte 3 sorudan oluşmaktadır.

### 2.4. Verilerin Analizi

Bu çalışmada, katılımcıların demografik bilgilerine yönelik toplanan veriler, frekans ve yüzde analizi ile analiz edilmiştir. Bununla birlikte, araştırma amaçlarına yanıt bulabilmek için bağımsız gruplar t testi ve tek yönlü varyans analizi (anova) kullanılmıştır. Bu minvalde, cinsiyet ve medeni durum gibi 2 değişkenli parametreler bağımsız gruplar t testi ile analiz edilirken yaş grubu, eğitim durumu, çalışma yılı ve aylık gelir gibi 4 değişkenli parametreler ise tek yönlü varyans analizi kullanılarak analiz edilmiştir.

## 3. BULGULAR

Azerbaycan'ın Bakü ilindeki Adidas mağazalarından alışveriş yapan 511 müşteriye Mağaza Atmosferi Ölçeği ve Satın Alma Niyeti Ölçeği uygulanmış ve bu ölçeklerden toplanan veriler, demografik değişkenlere dayalı olarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda ulaşılan bulgular aşağıda paylaşılmıştır.

**Tablo 2.** Müşterilerin Mağaza Atmosferi ve Satın Alma Niyeti Puanlarının Cinsiyete Dayalı Kıyaslanması

		<b>n</b>	$\bar{x}$	<b>ss</b>	<b>sd</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
<b>Mağaza Atmosferi</b>	Kadın	293	3.66	.46	509	1.66	.10
	Erkek	218	3.59	.59			
<b>Satın Alma Niyeti</b>	Kadın	293	3.71	.82	509	3.30	.001
	Erkek	218	3.45	.91			

Tablo 2'ye göre, kadın müşterilerin ( $\bar{x}=3.66$ ,  $ss=.46$ ) Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferine yönelik düşünceleri erkek müşterilerin ( $\bar{x}=3.59$ ,  $ss=.59$ ) düşüncelerinden daha yüksektir. Bağımsız gruplar t testi sonuçları değerlendirildiğinde, gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı değildir [ $t_{509}=1.66$ ,  $p=.10$ ].

Kadın müşterilerin ( $\bar{x}=3.71$ ,  $ss=.82$ ) satın alma niyetleri erkek müşterilerin ( $\bar{x}=3.45$ ,  $ss=.91$ ) satın alma niyetlerinden daha yüksektir. Bağımsız gruplar t testi sonuçları değerlendirildiğinde, gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeydedir [ $t_{509}=3.30$ ,  $p=.001$ ].

**Tablo 3.** Müşterilerin Mağaza Atmosferi ve Satın Alma Niyeti Puanlarının Medeni Duruma Dayalı Kıyaslanması

		<b>n</b>	$\bar{x}$	<b>ss</b>	<b>sd</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
<b>Mağaza Atmosferi</b>	Bekâr	273	3.62	.52	509	-.21	.84
	Evli	238	3.63	.53			
<b>Satın Alma Niyeti</b>	Bekâr	273	3.48	.92	509	-3.26	.001
	Evli	238	3.73	.79			

Tablo 3'e göre, evli müşterilerin ( $\bar{x}=3.63$ ,  $ss=.53$ ) Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferine yönelik düşünceleri bekâr müşterilerin ( $\bar{x}=3.62$ ,  $ss=.52$ ) düşüncelerinden daha yüksektir. Bağımsız gruplar t testi sonuçları değerlendirildiğinde, gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı değildir [ $t_{509}=-.21$ ,  $p=.84$ ].

Evli müşterilerin ( $\bar{x}=3.73$ ,  $ss=.79$ ) satın alma niyetleri bekâr müşterilerin ( $\bar{x}=3.48$ ,  $ss=.92$ ) satın alma niyetlerinden daha yüksektir. Bağımsız gruplar t testi sonuçları değerlendirildiğinde, gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeydedir [ $t_{509}=-3.26$ ,  $p=.001$ ].

**Tablo 4.** Müşterilerin Mağaza Atmosferi ve Satın Alma Niyeti Puanlarının Yaş Grubuna Dayalı Kıyaslanması

		<b>n</b>	$\bar{x}$	<b>ss</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>Mağaza Atmosferi</b>	16-25	167	3.72	.51	3.97	.01
	26-35	161	3.54	.53		
	36-45	103	3.59	.51		
	46 ve üzeri	80	3.68	.51		
	Toplam	511	3.63	.52		
<b>Satın Alma Niyeti</b>	16-25	167	3.63	.87	3.77	.01
	26-35	161	3.44	.93		
	36-45	103	3.61	.81		
	46 ve üzeri	80	3.83	.77		
	Toplam	511	3.60	.87		

Tablo 4'e göre, 16-25 yaş grubundaki müşterilerin ( $\bar{x}=3.72$ ,  $ss=.51$ ) Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferine yönelik düşünceleri sırasıyla, 46 ve üzeri ( $\bar{x}=3.68$ ,  $ss=.51$ ), 36-45 ( $\bar{x}=3.59$ ,  $ss=.51$ ) ve 26-35 ( $\bar{x}=3.54$ ,  $ss=.53$ ) yaş grubundaki müşterilerin düşüncelerinden daha yüksektir. Tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları değerlendirildiğinde gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeydedir [ $F_{(3,507)}=3.97$ ,  $p=.01$ ]. Gruplar arasında oluşan anlamlı farkın düzeyini belirleyebilmek için tukey testi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre 16-25 yaş grubu müşterilerin mağaza atmosferi puanlarının 26-35 yaş grubu müşterilerin puanlarından anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir.

46 ve üzeri yaş grubundaki müşterilerin ( $\bar{x}=3.83$ ,  $ss=.77$ ) satın alma niyetleri sırasıyla, 16-25 ( $\bar{x}=3.63$ ,  $ss=.87$ ), 36-45 ( $\bar{x}=3.61$ ,  $ss=.81$ ) ve 26-35 ( $\bar{x}=3.44$ ,  $ss=.93$ ) yaş grubundaki müşterilerin satın alma niyetlerinden daha yüksektir. Tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları değerlendirildiğinde, gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeydedir [ $F_{(3,507)}=3.77$ ,  $p=.01$ ]. Gruplar arasında oluşan anlamlı farkın düzeyini belirleyebilmek için tukey testi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre 46 ve üzeri yaş grubu müşterilerin Adidas mağazalarına yönelik satın alma niyeti puanlarının 26-35 yaş grubu müşterilerin puanlarından anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 5.** Müşterilerin Mağaza Atmosferi ve Satın Alma Niyeti Puanlarının Eğitim Durumuna Dayalı Kıyaslanması

		n	$\bar{x}$	ss	F	p
Mağaza Atmosferi	Lise	36	3.51	.67		
	Yüksekokul	58	3.67	.63		
	Lisans	228	3.66	.46	1.22	.30
	Lisansüstü	189	3.60	.52		
	Toplam	511	3.63	.52		
Satın Alma Niyeti	Lise	36	3.44	.98		
	Yüksekokul	58	3.73	.99		
	Lisans	228	3.61	.84	.98	.40
	Lisansüstü	189	3.57	.85		
	Toplam	511	3.60	.87		

Tablo 5'e göre, yüksekokul mezunu müşterilerin ( $\bar{x}=3.67$ ,  $ss=.63$ ) Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferine yönelik düşünceleri sırasıyla, lisans ( $\bar{x}=3.66$ ,  $ss=.46$ ), lisansüstü ( $\bar{x}=3.60$ ,  $ss=.52$ ) ve lise ( $\bar{x}=3.51$ ,  $ss=.67$ ) mezunu müşterilerin düşüncelerinden daha yüksektir. Tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları değerlendirildiğinde gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeyde değildir [ $F_{(3,507)}=1.22$ ,  $p=.30$ ].

Yüksekokul mezunu müşterilerin ( $\bar{x}=3.73$ ,  $ss=.99$ ) satın alma niyetleri sırasıyla, lisans ( $\bar{x}=3.61$ ,  $ss=.84$ ), lisansüstü ( $\bar{x}=3.57$ ,  $ss=.85$ ) ve lise ( $\bar{x}=3.44$ ,  $ss=.98$ ) mezunu müşterilerin satın alma niyetlerinden daha yüksektir. Tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları değerlendirildiğinde gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeyde değildir [ $F_{(3,507)}=.98$ ,  $p=.40$ ].

**Tablo 6.** Müşterilerin Mağaza Atmosferi ve Satın Alma Niyeti Puanlarının Çalışma Yılına Dayalı Kıyaslanması

	n	$\bar{x}$	ss	F	p
--	---	-----------	----	---	---

<b>Mağaza Atmosferi</b>	1-5 yıl	236	3.68	.52	3.06	.03
	6-10 yıl	92	3.49	.56		
	11-15 yıl	90	3.63	.44		
	16 yıl ve üzeri	93	3.62	.54		
	Toplam	511	3.63	.52		
<b>Satın Alma Niyeti</b>	1-5 yıl	236	3.60	.85	2.62	.05
	6-10 yıl	92	3.40	1.01		
	11-15 yıl	90	3.62	.86		
	16 yıl ve üzeri	93	3.76	.75		
	Toplam	511	3.60	.87		

Tablo 6'ya göre, 1-5 yıl aralığında çalışma yılına sahip müşterilerin ( $\bar{x}=3.68$ ,  $ss=.52$ ) Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferine yönelik düşünceleri sırasıyla, 11-15 yıl ( $\bar{x}=3.63$ ,  $ss=.44$ ), 16 yıl ve üzeri ( $\bar{x}=3.62$ ,  $ss=.54$ ) ve 6-10 yıl ( $\bar{x}=3.49$ ,  $ss=.56$ ) aralığında çalışma yılına sahip müşterilerin düşüncelerinden daha yüksektir. Tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları değerlendirildiğinde, gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeydedir [ $F_{(3,507)}=3.06$ ,  $p=.03$ ]. Gruplar arasında oluşan anlamlı farkın düzeyini belirleyebilmek için tukey testi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre 1-5 yıl çalışma aralığına sahip müşterilerin mağaza atmosferi puanlarının 6-10 yıl çalışma aralığına sahip müşterilerin puanlarından anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir.

16 yıl ve üzeri çalışma yılına sahip müşterilerin ( $\bar{x}=3.76$ ,  $ss=.75$ ) satın alma niyetleri sırasıyla, 11-15 yıl ( $\bar{x}=3.62$ ,  $ss=.86$ ), 1-5 yıl ( $\bar{x}=3.60$ ,  $ss=.85$ ) ve 6-10 yıl ( $\bar{x}=3.40$ ,  $ss=1.01$ ) çalışma aralığına sahip müşterilerin satın alma niyetlerinden daha yüksektir. Tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları değerlendirildiğinde gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeyde değildir [ $F_{(3,507)}=2.62$ ,  $p=.05$ ].

**Tablo 7.** Müşterilerin Mağaza Atmosferi ve Satın Alma Niyeti Puanlarının Aylık Gelire Dayalı Kıyaslanması

		<b>n</b>	<b><math>\bar{x}</math></b>	<b>ss</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
<b>Mağaza Atmosferi</b>	2020 TL ve altı	109	3.68	.52	1.89	.13
	2021-3500 TL	85	3.67	.47		
	3501-5000 TL	127	3.54	.48		
	5001 TL ve üzeri	190	3.65	.57		
	Toplam	511	3.63	.52		
<b>Satın Alma Niyeti</b>	2020 TL ve altı	109	3.66	.85	2.04	.11
	2021-3500 TL	85	3.75	.81		
	3501-5000 TL	127	3.47	.92		
	5001 TL ve üzeri	190	3.58	.86		
	Toplam	511	3.60	.87		

Tablo 7'ye göre, bir ayda 2020 TL ve altında kazanan müşterilerin ( $\bar{x}=3.68$ ,  $ss=.52$ ) Adidas mağazalarındaki mağaza atmosferine yönelik düşünceleri sırasıyla, 2021-3500 TL ( $\bar{x}=3.67$ ,

ss=.47), 5001 TL ve üzeri ( $\bar{x}$ =3.65, ss=.57) ve 3501-5000 TL ( $\bar{x}$ =3.51, ss=.67) aralığında kazanan müşterilerin düşüncelerinden daha yüksektir. Tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları değerlendirildiğinde, gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeyde değildir [ $F_{(3,507)}=1.89, p=.13$ ].

Bir ayda 2021-3500 TL aralığında kazanan müşterilerin ( $\bar{x}$ =3.75, ss=.81) satın alma niyetleri sırasıyla, 2020 TL ve altı ( $\bar{x}$ =3.66, ss=.85), 5001 TL ve üzeri ( $\bar{x}$ =3.58, ss=.86) ve 3501-5000 TL ( $\bar{x}$ =3.47, ss=.92) aralığında kazanan müşterilerin satın alma niyetlerinden daha yüksektir. Tek yönlü varyans analizi (anova) sonuçları değerlendirildiğinde, gruplar arasında oluşan bu fark anlamlı düzeyde değildir [ $F_{(3,507)}=2.04, p=.11$ ].

Araştırma sonunda elde edilen bulgular doğrultusunda, H<sub>1</sub> hipotezinin yaş grubu ve çalışma süresi kapsamında doğrulandığı; cinsiyet medeni durum, eğitim düzeyi ve aylık gelir kapsamında ise doğrulanmadığı belirlenmiştir. Ayrıca H<sub>2</sub> hipotezinin cinsiyet, medeni durum ve yaş grubu kapsamında doğrulandığı; eğitim düzeyi, çalışma süresi ve aylık gelir kapsamında ise doğrulanmadığı tespit edilmiştir.

#### 4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırma Azerbaycan'ın Bakü ilindeki Adidas mağazalarından alışveriş yapan müşterilerin Adidas mağazalarına yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin ve satın alma niyetlerinin cinsiyet, medeni durum, yaş grubu, eğitim durumu, çalışma yılı ve aylık gelir gibi demografik değişkenler kapsamında farklılaşma durumlarını tespit edebilmek için yapılmıştır. Araştırmanın ulaştığı bulgular değerlendirildiğinde, Adidas mağazalarından alışveriş yapan müşterilerin Adidas'a yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin cinsiyete dayalı olarak anlamlı düzeyde bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu bağlamda kadın ve erkek müşterilerin Adidas'a yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin birbirlerine denk olduğunu söylemek mümkündür. Fakat yapılan analizler sonucunda, kadın müşterilerin Adidas mağazalarından satın alma niyetlerinin erkek müşterilere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Müşterilerden toplanan veriler, medeni duruma dayalı olarak değerlendirildiğinde, evli ve bekâr müşterilerin Adidas mağazalarına yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin anlamlı düzeyde bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Fakat müşterilerin satın alma niyetleri incelendiğinde, evli müşterilerin Adidas mağazalarından ürün satın alma niyetlerinin bekâr müşterilere göre anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, evli müşterilerin Adidas mağazalarından alışveriş yapma eğilimlerinin bekâr müşterilere kıyasla daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmanın ulaştığı bir diğer sonuç da, Adidas mağazalarına yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin ve satın alma niyetlerinin yaş grubuna göre anlamlı düzeyde farklılık göstermesidir. Bu sonuç doğrultusunda, 16-25 yaş grubundaki müşterilerin mağaza atmosferi düşüncelerinin 26-35 yaş grubundaki müşterilere oranla anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, 46 ve üzeri yaş grubundaki müşterilerin Adidas mağazalarından ürün satın alma eğilimlerinin 26-35 yaş grubuna göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde, Adidas mağazalarına yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin ve bu mağazadan ürün satın alma niyetlerinin eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, eğitim durumları ne olursa olsun müşterilerin Adidas mağazalarına yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin ve satın alma niyetlerinin birbirlerine denk olduğu söylenebilir.

Adidas mağazalarından alışveriş yapan müşterilerden mağaza atmosferi düşünceleri, çalışma yılı kapsamında kıyaslandığında 1-5 yıl aralığında çalışma geçmişi olan müşterilerin 6-10 yıl

aralığında çalışmış müşterilerden anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Fakat müşterilerin satın alma niyetlerinde çalışma yılı kapsamında anlamlı düzeyde bir farklılık tespit edilememiştir.

Araştırmanın ulaştığı son sonuç değerlendirildiğinde, Adidas mağazalarına yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin ve bu mağazadan ürün satın alma niyetlerinin aylık gelir değişkenine göre anlamlı düzeyde bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, aylık gelir düzeyleri ne olursa olsun müşterilerin Adidas mağazalarına yönelik mağaza atmosferi düşüncelerinin ve satın alma niyetlerinin birbirlerine denk olduğunu söylemek mümkündür.

Bu araştırma, Adidas mağazalarından alışveriş yapan müşterilerin mağaza atmosferine yönelik düşüncelerini ve satın alma niyetlerini ortaya koymasından önemlidir. İlgili literatür incelendiğinde, bu doğrultuda yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu gözükmektedir. Literatürde yer alan araştırmaların ulaştıkları sonuçlar, bu araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir. Bu bağlamda, araştırmanın ulaştığı her sonuç, büyük önem arz etmektedir. Ayrıca araştırmanın ulaştığı bu sonuçların bundan sonra yapılacak araştırmalara da yol göstereceği düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Arslan, M. (2004). *Mağazacılıkta atmosfer*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Bayar, G. (2019). *Perakende giyim mağazalarında mağaza atmosferinin tüketicinin satın alma davranışına etkileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bozkurt, İ. (2004). *İletişim odaklı pazarlama tüketiciden müşteri yaratmak*. İstanbul: Mediacat Yayıncılık.
- Cronin, J. J. , Brady, M. K. & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environment, *Journal of Retailing*, 76, (2), 193- 218.
- Çelenk, A.F. (2018). *Televizyon reklamlarının tüketici satın alma davranışları üzerindeki etkisi ve mobil iletişim sektöründe bir uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dodds, W.B., Monroe, K.B. & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.
- Fraenkel, J.R. & Wallen, N.E. (2006). *How to design and evaluate research in education*. (6th edition). New York: Mc-Graw-Hill International Edition.
- Kaltcheva, V. D. & Weitz, B. A. (2006). When should a retailer create an exciting store environment? *Journal of Marketing*, 70(1), 107-118.
- Kerfoot, S., Davies, B. & Ward, P.(2003). Visual merchandising and the creation of discernible retail brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(3), 143-152.
- Tek, Ö. B. ve Orel, F. D. (2006). *Perakende pazarlama yönetimi*. İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- Turley L. W. & Milliman R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: a review of the experimental evidence. *Journal of Business Research*, 49, 193–211.
- Wellington, J., 2006. *Educational research: contemporary issues and practical approaches*. London: Continuum.
- Wu, C. S. (2015). A study on consumers' attitude towards brand image, athletes' endorsement, and purchase intention. *International Journal of Organizational Innovation*, 8(2), 233-253.



**Derleme Makale/Review Article****Türk Dili ve Edebiyatı Müfredatlarının Dil Bilgisi Çalışmaları Açısından Değerlendirilmesi****Seda Artuç Bekteş  <sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Eğitim Uzmanı, Doktora Öğrencisi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, e-posta: [sedartuc2363@gmail.com](mailto:sedartuc2363@gmail.com)

**Anahtar Kelimeleri**

Türk dili, edebiyat, müfredat, program.

**Key Words**

Turkish language, literature, curriculum, program.

**Sorumlu yazar/Corresponding Author**

Seda Artuç Bekteş, Doktora Öğrencisi,  
Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı  
Eğitim Uzmanı, Gazi Üniversitesi Eğitim  
Bilimleri Enstitüsü, Ankara-Türkiye

**Email:** [sedartuc2363@gmail.com](mailto:sedartuc2363@gmail.com)

**Geliş/Received:** 15.01.2020

**Kabul/Accepted:** 16.04.2020

**Öz**

Kurtuluş Savaşı ve sonrasında Türkiye Cumhuriyeti döneminde uygulanan müfredatlardaki dil eğitimlerini değerlendirmek üzere hazırlanan bu çalışma, tanımlar, Kurtuluş Savaşı ve Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti döneminde tarihî ve siyasî genel durum, belirtilen dönemlerdeki Türk Dili Edebiyatı dersi müfredatları alt başlıklarını içermektedir. Millî Eğitim Bakanlığı tarafından günümüzde uygulanan bu Türk Dili ve Edebiyatı Dersi Programı ise bu çalışmada ayrı bir alt başlık olarak değerlendirilmiştir.

**Evaluation of Turkish Language and Literature Curriculum in Terms of Language Studies****Abstract**

Independence War period and after prepared to evaluate language education in the curriculum used in the Republic of Turkey period, this study identifies the Liberation War Period and general historical and political situation in the Republic of Turkey period, in the historical period contained in the working sub-Turkish Language and Literature course curricula headings. Turkish Language and Literature Course Program, which is currently used by the Ministry of National Education, is also evaluated in a sub-title.

**1. GİRİŞ**

Dil iletişimi ve kültürün devamlılığını sağlar. Bu yönüyle de dil öğretimi büyük bir önem arz eder. Dil öğretimiyle ilgili çalışmalar yıllardır sürdürülmekte, dergiler basılıp toplantılar düzenlenmektedir. Bilindiği gibi dil bir toplumun kültür birikimini aktarmada ve bir milletin bireylerini his ve fikir yönünden kaynaştırmada rol oynayan en etkili araçtır.

**Önerilen Atıf/Suggested Citation:**

Bekteş Artuç, S. (2020). Türk Dili ve Edebiyatı Müfredatlarının Dil Bilgisi Çalışmaları Açısından Değerlendirilmesi. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 186-200

Dille ilgili bilinen tanımlardan da hatırlanacağı gibi, dil bütün özellikleriyle birlikte aynı zamanda canlı bir varlıktır. O hâlde canlı olan bir şey geliştirilebilir; bu bağlamda gelişim için eğitime, eğitim için ise programa ihtiyaç vardır. Nitekim Kurtuluş Savaşı'ndan önce de Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra da çeşitli müfredat programları hazırlanmış ve uygulanmıştır. Bu çalışma Kurtuluş Savaşı ve sonrasında Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti döneminde kullanılan müfredatlardaki dil eğitimlerini değerlendirmek üzere hazırlanmıştır. Öncelikle alan taraması yapılmış, konuyla ilgili tezler, makaleler, kitaplar gözden geçirilmiştir. Çalışma Giriş, Değerlendirme ve Sonuç bölümleriyle sunulmuştur. Değerlendirme bölümünde tanımlar, Kurtuluş Savaşı Dönemi ve Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti döneminde tarihi ve siyasi genel durum ve sözü edilen tarihi dönemlerde Türk Dili Edebiyatı dersi müfredatları alt başlıklarına yer verilmiştir. Günümüzde Millî Eğitim Bakanlığı tarafından kullanılan Türk Dili ve Edebiyatı Dersi Programı ise ayrı bir alt başlıkta değerlendirilmiştir.

Sonuç bölümünde yapılan çalışmayla ilgili elde edilen bulgular değerlendirilmiş, taranan kaynaklar ve bilgiler ışığında müfredatlarımızda dil eğitiminin durumuyla ilgili değerlendirme yapılmıştır. Türk Dili ve Edebiyatı müfredatlarıyla ilgili diğer çalışmalara ışık tutmasını umduğumuz çalışmanın başka nitelikli eserlere de kapı açmasını diliyoruz.

## 2. DEĞERLENDİRME

### 2.1. Tanımlar

**Dil**, düşünce, duygu ve isteklerin, bir toplumda ses ve anlam yönünden ortak olan ögeler ve kurallardan yararlanılarak başkalarına aktarılmasını sağlayan, çok yönlü ve çok gelişmiş bir dizgedir (Aksan, 2003).

**Dil**, insanlar arasında anlaşmayı sağlayan doğal bir araç, kendisine özgü yasaları olan ve ancak bu yasalar çerçevesinde gelişen canlı bir varlık, temeli bilinmeyen zamanlarda atılmış bir gizli antlaşmalar sistemi, seslerden örülmüş toplumsal bir kurumdur (Ergin, 2004).

**Amaç**, program ve yönetmeliklerde saptanan ve öğrencilerin davranışlarında gerçekleştirilmesi düşünülen davranış değişiklikleri olarak tanımlanabilir.

**Etkinlik**, kazanımların gerçekleştirilmesi ve hedeflenen bilgi, beceri, tutum ve alışkanlıkların kazandırılması için yapılan ders içi ya da ders dışı her türlü uygulama ve çalışmadır.

**Kazanım**, öğretim sürecinde öğrencilerin edinebilecekleri bilgi, beceri ve alışkanlıklardır (MEB, 2005).

**Dil öğretiminde temel beceriler** genel başlıklar hâlinde; anlama becerileri (okuma, dinleme), anlatım becerileri (konuşma, yazma) olarak ikiye ayrılır (Kavcar vd.2016). *Anlama becerileri*, konuşulan bir ifadeyi veya yazılı bir ifadeyi anlayabilmekle ilgilidir. Başkalarına ait duygu ve düşüncelerin işitilerek veya okunarak anlaşılmasını sağlamaya yönelik beceriler, anlama becerilerinin temelini oluşturur. *Anlatım becerileri* ise konuşma ve yazma becerilerinden oluşur. Bireyin kendine ait duygu, düşünce, tasarım, gözlem ve izlenimlerinin sözlü veya yazılı olarak ifade edilmesini kapsar.

**Edebiyat**, Türkçe Sözlükte: 1.Olay, düşünce, duygu ve hayallerin dil aracılığıyla sözlü veya yazılı olarak biçimlendirilmesi sanatı, yazın (II), gökçe yazın. 2. Bir bilim kolunun türlü konuları üzerine yazılmış yazı ve eserlerin hepsi, literatür (TDK, 2005) olarak tanımlanmıştır. Genel olarak edebiyat; kişinin duygu ve düşüncelerini, kendine özgü bir dil kullanarak, estetik kurallar çerçevesinde, yazılı veya sözlü olarak dile getirmesi şeklinde ifade edilebilir.

**Kültür**, bir örgütün içindeki birey ve grupların davranışlarını yönlendiren normal davranış kalıpları, inançlar, tutumlar ve alışkanlıklar sistemidir. Kültürün en klasik tanımını E.B. Taylor

yapmıştır. Taylor'a göre kültür, bir toplumun üyesi olarak insanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yeteneklerle alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür. Ülkemizde kültürü sistemli olarak ilk tanımlayan Ziya Gökalp'tir. Gökalp kültürü, bir topluma ait sanat, din gelenekler ve âdetler olarak tanımlamış ve kültürün millî olduğunu ileri sürmüştür (Şimşek, vd. 2001).

**Eğitim**, bireyde kendi yaşantısı yolu ile kasıtlı ve istendik davranış değişikliği meydana getirme sürecidir (Ertürk, 1997).

Davranış değişikliğinin gerçekleşme amacı, zamanı, sırası ve ne şekilde gerçekleştirileceği konularında sistemli yol gösterici ise **öğretim programıdır**. Öğretim Programı, belli eğitim kademelerinde öğrenilmesi istenen belli bilgi kategorilerinin zaman ve süre öğeleri dikkate alınarak okul tipi amaç ve ilkeleri doğrultusunda düzenlenmesidir ve eğitim sisteminde yapılan düzenlemeler programda yer aldığı sürece anlam kazanır (Öztoprak, 2011).

MEB'in resmi açıklamalarında, yenilenen öğretim programları için önceki yıllarda kullanılmasına özen gösterilen "öğretim programı" yerine, 1930'lu yılların sonuna kadar yaygın biçimde kullanılmış olan "**müfredat**" kavramı yeniden kullanılmaya başlanır Program geliştirme alan yazınında birçok farklı tanımlı olan **eğitim programı**, "öğrenene, okulda ve okul dışında planlanmış etkinlikler yoluyla sağlanan öğrenme yaşantıları düzeneği" olarak tanımlanır (Coşkun, 2017).

## 2.2.Kurtuluş Savaşı Dönemi'nde Tarihî ve Siyasî Yapı

Kurtuluş Savaşı Dönemi eğitimi de derinden etkilemiştir. Akyüz'den (2009) alınan bilgilere göre I. Dünya savaşında Çanakkale ve başka cephelerde büyük zaferler kazanıldığı hâlde, 30 Ekim 1918 Mondros Mütarekesi ile Osmanlı Devleti yenik sayılmış ve Başkent İstanbul da dâhil olmak üzere birçok toprak işgal edilmeye başlanmıştır. Müttefik devletler, parçalama ve pay kapma çabaları içinde Türk milletini de esaret altına almayı amaçlamışlardır Bu süreçte, millî uyanış ve örgütlenmeye öğretmenlerin katkısı ise mitingler düzenleyerek, kongrelere katılarak ve TBMM'de yer alarak olmuştur. Yine cephelerde yer alan öğrencilerin Kurtuluş Savaşı'ndaki rollerinin büyük olduğu söylenebilir.

Ayrıca bu dönemde, 15 Temmuz 1921 tarihinde Ankara'da toplanan Maarif Kongresi, bir sonuca varamasa da Millî Mücadele ortamında toplanmış olması ve Mustafa Kemal Paşa'nın kongrede konuşma yapması sebebi ile önem arz etmektedir.

Kâzım Karabekir Paşa da söz konusu dönemde eğitimle ilgili eserleri, fikirleri ve uygulamaları nedeniyle Türk Eğitim Tarihi'nde önemli bir yere sahiptir.

Kurtuluş Mücadelesi Dönemi'nde Bakanlık (Maarif Vekilliği) yapan isimler sırasıyla şöyledir (MEB, 2019):

- Mehmet Vehbi Bulak (04.05.1920-13.12.1920)
- Hamdullah Suphi Tanrıöver (14.12.1920-20.11.1921)
- Rızanur (20.11.1921 - 5.11.1922)
- İsmail Safa Özler (06.11.1922-07.03.1924)

## 2.3. Cumhuriyet Dönemi'nde (1923 Sonrası) Tarihî ve Siyasî Yapı

Türkiye Cumhuriyeti Devleti 29 Ekim 1923'te kurulmuş ve bu tarihten sonra ülkede, çok önemli siyasî ve tarihî gelişmeler olmuştur. Cumhuriyet Dönemi'nin siyasal, toplumsal, ekonomik, kültürel ve hukukî değişimleri gerçekleştirildiğinde toplumun büyük bölümü okuryazar olmadığı için, değişimlerin kitlelere kabul ettirilmesinde ve yerleştirilmesinde eğitimin rolü daha çok anlaşılmış, bu sebeple de eğitime önem verilmiştir.

Atatürk, bizzat kendisi “Başöğretmen” unvanı ile eline tebeşiri alarak kara tahta başında halka ders vermiş, kitlelerin eğitim düzeyinin yükselmesi için büyük çaba harcamıştır (Akyüz, 2009).

Sözü edilen dönemde meydana gelen gelişmeleri şöyle özetleyebiliriz:

- 1924’te çıkarılan Tevhid-i Tedrisat Kanunu ile Medreseler kapatılmış ve bütün okullar Eğitim Nazırlığına bağlanmıştır.
- Eğitim laikleştirilmiştir.
- Eğitim demokratikleştirilmiştir.
- Özellikle dil ve tarih konularında millî bir amaca yönelim başlamıştır.
- Latin harfleri kabul edilmiştir.
- Yeni harflerin millete öğretilmesi için geniş bir okuma yazma faaliyeti başlatılmış ve kısa zamanda okuryazar sayısı artmıştır.
- Dil ve Tarih Kurumları kurulmuştur.
- Dilde çok geniş bir Türkçeleştirme faaliyeti başlatılmıştır.

Dil ve edebiyat eğitimi, uzun bir süreç içinde, özellikle 1920-1923 *Hazırlık Dönemi* ve 1924-1928 *Eğitim İnkıpları Döneminde* (Ergün, 1997) temelleri atılarak önemli reformlarla gelişip bugünkü hâlini almıştır.

#### 2.4. Türk Dili ve Edebiyatı Dersi Müfredatları

Türk Dili ve Edebiyatı öğretim programları 1924, 1927, 1929, 1934, 1949, 1954, 1956, 1957, 1976, 1991, 1995, 2005, 2011, 2015, 2017 ve 2018 yıllarında yenilenmiştir.

##### • 1924 Müfredatı

Cumhuriyet’in ilanından sonra orta öğretim kurumları için 1924’te hazırlanan ilk programla liseler iki devreye ayrılmıştır. Lise birinci devre günümüz ilköğretim ikinci kademesini, lise ikinci devre ise günümüz orta öğretim kademesini kapsar (Öztoprak, 2011).

Lise ikinci kademe ders programı incelendiğinde; Türk Lisan ve Edebiyatı dersi kapsamında tür ve şekil bilgilerini içeren temel edebî bilgilerin, Türk Edebiyatı dersi kapsamında Türk Edebiyatının başlangıcından Millî edebiyata kadar gelişimi ve önemli temsilcilerin yer aldığı görülür (Maarif Vekâleti, 1924). 1924 programında dil bilgisi ve kompozisyon derslerinin ve bu derslerle ilgili konuların yer verilmezken dil konusu kapsamında Edebiyat Tarihi dersi içerisinde Eski Türk lehçelerine ve Türklerin kullandıkları alfabelere değinildiği dikkati çeker (Öztoprak, 2011).

##### • 1927 Müfredatı

Lise edebiyat öğretmenleri ve MEB müfettişlerinin raporları üzerine hazırlanan “Orta Mektep ve Lise Edebiyat Programlarına Zeyl” başlıklı yazıda, 1924 Müfredatında sadece okumaya dayalı eğitim verilmesi sebebiyle kompozisyon çalışmalarına da yer ayrılması gerektiği ifade edilerek 1927 Müfredatında “Okuma” dersinin yanı sıra “Tahrir (Kompozisyon)” dersi de bulunur (Yücel, 1938; Karakuş, 2000).

##### • 1929 Müfredatı

1928 yılında gerçekleşen harf devriminin ardından programda Türkçe derslerine ağırlık verilir; Türkçe-Edebiyat programlarında ciddi değişiklikler yapılır. Yeni alfabetesiyle Türkçe, kendini daha iyi bildirecek bir araç kazanmıştır (Göğüş, 1971). Buna göre müfredatta, ortaokul ve lisede ana dili öğretiminin bir bütün sayıldığı ve dersin adının her düzey için Türkçe olarak değiştirildiği görülür.

Lise müfredat programında yer almayan dil bilgisi dersi ortaokul birinci ve ikinci sınıflarda ikişer saat yapılacaktır. Bu programa göre Türkçe dersi; Tahrir, Kıraat, Gramer, Edebî Tetkikler ve Edebiyat Tarihi şeklinde düzenlenir. Bu düzenlemeyle beraber Divan Edebiyatı konuları azaltılır, Batı Edebiyatının seçkin eserlerine ve yazarlarına yer verilmeye başlanır (Liselerin İkinci Devre Müfredat Programı, 1924).

- **1934 Müfredatı**

1934 yılında orta öğretimin ikinci devresinde uygulanan Edebiyat dersi müfredat programı yine değiştirilir. 1934 Müfredat Programı, 1929-1930 öğretim yılında uygulanan Türkçe programından pek farklı olmayıp sadece öğretimin ortaokulda “Türkçe”, lisede ise “Edebiyat” adı altında verilmesi uygun görülür (Dursunoğlu, 2006).

- **1935 Müfredatı**

1935 yılında Millî Eğitim Bakanlığı, bütün derslerin öğretmenleri için kılavuzlar çıkarır. Türkçe ve edebiyat öğretimi için 1934 Müfredat Programına göre F. Rıfık Atay ve H. Ali Yücel tarafından hazırlanan ve 1935-1936 öğretim yılında uygulanması gereken konuları belirten bu kılavuzda okutulacak ders kitapları ile uygulamadaki müfredat programları hakkında açıklamalar yer alır 9.10.1935 tarih ve 710 sayılı kararlarla yayımlanan bu kılavuz, sınırlı değişiklikleri yansıtmakta, programın muhtevası ve ders kitaplarıyla ilgili açıklamaları içermektedir (Göğüş, 1978; Karakuş, 2002).

- **1936 Müfredatı**

Mustafa Kemal, iyice incelenip kuralları belirleninceye kadar dil bilgisi öğretiminin okullardan kaldırılmasını emrettiği için dil bilgisi öğretimi programdan çıkarılmıştır (Göğüş, 1978).

- **1937 Müfredatı**

1937 yılında hazırlanan lise programında edebiyat dersinin içerik ve haftalık ders saatinde bir değişiklik yapılmamıştır. Bu programın hazırlanmasına sebep olan hükümet programına göre ders ödevleri ile ilgili bazı açıklamalar yapılmış ve orta öğretim kurumlarına büyük önem verileceği, Türk dilinin kültürel ve sanatsal boyutlarıyla ele alınacağı vurgulanmıştır (Işıksalan, 2000; Kantemir, 1976).

- **1938 Müfredatı**

1938 yılında lise Edebiyat müfredat programında 1934 programından pek farklı olmasa da tekrar değişiklik yapılmıştır. Bu programla yapılan en önemli değişiklik, dersin öneminden dolayı ders ödevleriyle ilgili bazı açıklamalar yapılmış olmasıdır. Bu programın hazırlanmasına, 1937 Hükümet programında yer alan dil ve edebiyat ile ilgili görüşler sebep olmuştur (Öztürk, 1968; Karakuş, 2002).

- **1939 Müfredatı**

1939 yılında ortaokul ve lise yönetmeliklerine, sınıf geçmede Türkçe ve Edebiyatın iki ders değerinde sayılması için maddeler konularak eğitim sisteminde ana diline verilen önemin arttığı dikkati çekmektedir (Göğüş, 1971). Ana dili sınavlarının, öğrencinin becerilerini kapsamlı biçimde ölçüp değerlendirmeye elverişli yollar izlenerek yapılması ilkesi benimsenmiştir (Oğuzkan, 1991).

- **1940 Müfredatı**

1940 yılında Millî Eğitim Bakanlığı, dil bilgisi konularının okutulması için yeniden hazırlıklara başlamış; bu amaçla Prof. Dr. Tahsin Banguoğlu'na “Ana Hatlarıyla Türk Grameri” adlı bir

kitap yazdırılıp değerlendirilmesi gayesiyle okullara göndermiştir. Millî Eğitim Bakanlığı tarafından Ankara’da bir “Gramer Kongresi” düzenlenmiş okullardan gelen değerlendirmeler, bu toplantıda ele alınmıştır.

Yine Bakanlık tarafından **1942** yılında ortaokulların 1. sınıfları için Necmettin Halil Onan’a bir kitap yazdırılmıştır. Dil bilgisi öğretiminde bundan böyle bu kitabın yöntemi ve terimlerinin esas alınması kararlaştırılmıştır. Liselerde dil bilgisi öğretimine belli bir saat ayrılmamakla beraber, bu işin öğretiminin belirtilen usullerde yapılması karara bağlanmıştır (Tebliğler Dergisi, 1942; Göğüş, 1978).

#### • **1943 Müfredatı**

1943 yılında toplanan İkinci Maarif Şûrasında Türkçe öğretimi konu alınmıştır. Türkçe öğretiminde okuma yazma yöntemlerinin belirlenmesi, diksiyon, deklâmasyon yöntemi ile bir antolojinin hazırlanması, okullarda öğrencilere örnek şive ve telaffuz öğretimi vermek amacıyla özel gramofon plakları ile yapılması kararlaştırılmıştır. Her öğretim kademesinde okutulan kitaplarda imlâ birliğine varılması kararı alınmıştır (Işıksalan, 2000).

#### • **1945 Müfredatı**

1945 yılında ortaokullarda okutulmaya başlayan Türkçe kitapları, Türkçe öğretimine yeni etkinlikler getirir. Okuma parçaları yalnızca duygu ve düşünce yönünden değil şekil, kelime ve dil bilgisi bakımlarından da değerlendirilir. Bu etkinlikler neticesinde öğrenciler yazma faaliyetlerine de yönlendirilir (Göğüş, 1978).

#### • **1949 Müfredatı**

Dördüncü Milli Eğitim Şûrası kararıyla liseler dört yıla çıkarılır ve bu doğrultuda hazırlanan ve 1952 yılında uygulamaya konulan 1949 Müfredat Programında dersin adı “Edebiyat” yerine “Türk Dili ve Edebiyatı” olarak değiştirilir (Göğüş, 1978). İlk defa birinci ve ikinci sınıflar için haftada bir saat “Dil Bilgisi” dersi konulur. Programda, “Okuma ve Edebiyat”, “Dil Bilgisi” ve “Kompozisyon” gibi disiplinler açık şekilde ele alınır.

### **1949 Müfredat Programında Dil Bilgisi Ders İçeriği**

**1. Sınıf: I. Dil ve Yazı.** Dillerin meydana gelişi: İşaretler, seslenmeler, kelime ve cümlenin meydana gelişi, dilin doğması. Yazı: Konuşmanın tespiti, lüzumu. Seslerin şekillerle (harflerle) ifadesi. Bu güne kadar kullandığımız yazılar hakkında toplu bilgiler. Yeni yazımızın dilimizi ifade bakımından değeri. **II. Ses Bilgisi:** Ses. Ses organı. Dilimizin sesleri: Vokaller, konsonantlar, hece, hece çeşitleri, kelime. Hece kuruluşunda vokallerin önemi. Kalın ve ince vokaller. Dilimizde büyük sesli uyumu. Geniş dar, düz yuvarlak vokaller. Küçük ses uyumu. Konsonantlar ve çeşitleri. Kelimelerde konsonant değişiklikleri ve sebepleri. **1.** Dilin lehçeleri, ağızlar. Bilim ve sanat eserlerinde dil ve ağız birliği **2.** Vurgu. Vurgunun dilin söylenişindeki önemi. Vurgu değişmelerinin manaya tesiri. **3.** Ulama **4.** Cümlelerin söylenişindeki ton değişikliklerinin mana ile ilgisi. **III. Kelime Çeşitleri:** İsim, sıfat, zamir, zarf, edat, bağlaç, fiil ve ünlem. Bu kelimelerin vazife yönünden cinsleri ve cümle kuruluşundaki vazifeleri, bu vazifelere göre şekillenmeleri. **IV. Noktalama İşaretlerinin Kullanılışı.**

**2. Sınıf: 1.**Türkçemizin yapısı ve dünya dil grupları arasındaki yeri. **2.**Türk lehçeleri, Türkçemizin zenginliği. Türeme ve bileşme, kelime kökleri, ekler, isim ve sıfat türeten ekler, bu eklerle türemiş isimler ve sıfatlar, fiilimsiler, isim fiiller, sıfat fiiller, bağ fiiller, fiil türeten ekler ve bu eklerle yapılmış fiiller, fiilin çatısı. Zarfların, edatların ve bağların cümle içindeki yerleri ve vazifeleri, cümlenin kuruluşu, cümlenin esas ve yardımcı öğeleri, isim cümlesi, fiil cümlesi, cümle çeşitleri. Basit cümle, bileşik cümle ve cümlecikler. Bileşik cümlede temel

cümlecik ve yan cümlecikler. Yan cümleciklerin vazifeleri. Sıralı cümleler (Teb. Der. 24.03.1952, sayı:682).

- **1954 Müfredatı**

1949 müfredat programı ile dört yıla çıkarılan lise ve dengi okullardan bazıları, yeni programla tekrar üç yıla döndürülmüş, diğerleri dört yıllık eğitimlerini sürdürmüşlerdir. 1954 programı ile dil bilgisi dersi programdan kaldırılmıştır. Edebiyat dersi okuma ve kompozisyon olarak iki ders adı altında ele alınmaya başlamış ve dil incelemelerine bu dersler içerisinde zaman ayrılması düşünülmüştür. Programda dil bilgisi hakkında bilgi verilmekte ancak dil bilgisi kapsamında öğrencilere öğretilmesi gereken konular belirtilmemektedir (Öztoprak, 2011).

- **1957 Müfredatı**

Uygulanan 1956 programı, liselerde fen ve edebiyat kollarının ikinci sınıftan itibaren ayrılması kararı ile 1957 yılında yeniden düzenlenir ve 1957 programı 33 yıl yürürlükte kalır. Uygulamaya konulan yeni müfredat programı hakkındaki açıklamada derslerin “Okuma ve Kompozisyon” bölümlerine ayrıldığı ve dil bilgisinin bu derslerle kaynaştırılarak metinler incelenirken uygulamalı olarak verilmesi gerektiği ifade edilir. Bu program, edebiyat ve kompozisyon derslerinin öğretimi konusunda öğretmene yönlendirici açıklamalar yapan bir kılavuz niteliği taşır (Işıksalan, 2000).

**I. Sınıf: 1.a)Dil, dillerin doğuşu; b)Konuşma ve yazı, 2.a)Ses, ses yolu; b)Dilimizin sesleri, hece, kelime; c)Dilimizde sesli uyumu, sessiz benzeşmesi, 3.Vurgu, ulama, ton (Okumada, sözlü kompozisyonda), 4.Kökler ve ekler (Metin incelemelerinde), basit ve birleşik kelimeler (Metin incelemelerinde, yazılı kompozisyonda), 5.Kelime çeşitleri ve bunların yerini tutan gruplar (Cümledeki görevlerine göre. Okumada ve kompozisyonda) 6.Kelimelerin söylenişi (Okumada, sözlü kompozisyonda) 7.Cümleler, (Bütün çalışmalarda) 8.İmlâ (Okumada, yazılı kompozisyonda) 9.Noktalama (Okumada, yazılı kompozisyonda).**

**II. Sınıf: 1.Dilimizin dünya dil grupları arasındaki yeri. 2.Türk lehçeleri (Okumada örnekleriyle), ağızlar (Okumada ve sözlü kompozisyonda) 3.Türklerin kullandıkları alfabeler 4.Dilimizde en çok kullanılmış yabancı dil kuralları (Metin incelemelerinde). 5.Türkçede kelime türetme yolları (metin incelemelerinde ve sırası geldikçe diğer çalışmalarda) 6. Kelime çeşitleri ve bunların yerini tutan gruplar (Cümledeki görevlerine göre. Okumada, sözlü kompozisyonda) 7.Kelimelerin söylenişi (Okumada, sözlü kompozisyonda) 8.Cümleler (Çeşitli cümlelerin söylenişinde ve öğelerindeki değişikliklerden doğan mana farkları. Metin incelemelerinde, kompozisyonda) 9.İmlâ (Okumada, yazılı kompozisyonda) 10. Noktalama (Okumada, yazılı kompozisyonda).**

**III. Sınıf: 1.Türk dili tarihi 2.Dilimizde en çok kullanılmış yabancı dil kuralları (Metin incelemelerinde) 3.Türkçede kelime türetme yolları (Metin incelemelerinde, sırası geldikçe diğer çalışmalarda) 4. Kelimelerin söylenişi (Okumada, sözlü kompozisyonda) 5.Kelimelerin mana değişiklikleri (Metin incelemelerinde.) 6.Dilimizde kelime gruplarının türlü devirlerdeki şekilleri arasındaki farklar (Metin incelemelerinde) 7.Cümleler (Edebiyatımızın türlü devirlerindeki nesir cümlelerinin farkları. Metin incelemelerinde)**

- **1976 Müfredatı**

Bu program, içerdiği ayrıntılı amaçlar, açıklamalar ve metotlarla beraber “millî kimlik” kazandırmak amacını ön planda tutması özellikleriyle diğer programlardan farklı nitelik

taşımaktadır. 1976 programının genel açıklamalarının birinci maddesinde verilen “Türk Dili ve Kompozisyon ile Türk Edebiyatı dersleri arasında münasebet bulunmakla beraber, amaçları, konuları ve öğretim şekilleri farklı olduğu için, her biri kendi maksadına uygun olarak okutulmalı, imtihanlarda da ayrı notla değerlendirilmelidir.” (Teb. Der. 04.10.1976, Sayı 1901) açıklaması derslerin ayrı disiplinler olarak kabul edildiğini göstermektedir.

Dil bilgisi dersi bu programla “Türk Dil Bilgisi” adı altında müstakil bir ders olarak işlenmeye başlanmıştır.

## I. Sınıf

**1.Giriş:** Dil nedir, Dilin tanımı, Dilin mahiyeti, Konuşma dili - Yazı dili, Türk yazı dilinin gelişmesi, Eski Türkçe, Orta Türkçe-Kuzey Doğu Türkçesi, Doğu Türkçesi, Kuzey Türkçesi, Batı Türkçesi - Eski Anadolu Türkçesi - Osmanlıca - Türkiye Türkçesi, Azerî Türkçesi - Osmanlı Türkçesi.

**2.Türk Dil Bilgisi:** Dil bilgisinin bölümleri, ses bilgisi, cümle nedir, kelime nedir, hece nedir, sesin cümle ve kelime ile münasebeti, ses nedir? Seslerin çıkarılması - ses cihazı, seslerin teşekkülü, sedalı sesler, sedasız sesler. Vokaller, konsonantlar, Türkçedeki sesler - harf ve ses, Türkçedeki seslerin sınıflandırılması, seslerin birleşmeleri, ses hadiseleri, Türkçenin başlıca ses hususiyetleri - bütün ses hususiyetleri, bütün uyumlar, Türkçedeki başlıca ses değişiklikleri, İstanbul Türkçesinin ses hususiyetleri, Türkçe kelimelerde vurgu.

**3. Türk Yazı Dilleri:** Eski Türkçenin ses hususiyetleri, Orta Türkçenin ses hususiyetleri, Doğu Türkçesinin ses hususiyetleri, Eski Anadolu Türkçesinin ses hususiyetleri, Azerî Türkçesinin ses hususiyetleri.

**4. Türkçeye Giren Yabancı Unsurlar:** Türkçenin diğer dillerle münasebeti, Türkçeleştirme, Türkçeye giren yabancı kelimelerdeki ses değişiklikleri, Türkçeye giren yabancı terkipler ve kaideler.

## II. Sınıf

**1. Türk Dil Bilgisi:** Kelime bilgisi, dil nedir, dilin muhtevası nedir, cümle nedir, cümle ve kelime münasebeti, kelime nedir, kelimenin tanımı, kelimenin mahiyeti. Yapı bakımından kelimeler, ses yapısı bakımından kelimeler – heceler. Şekil yapısı bakımından kelimeler - kökler ve ekler, isim kökleri, fiil kökleri. Yapım ekleri, çekim ekleri, isimden isim yapma ekleri, isimden fiil yapma ekleri, fiilden isim yapma ekleri, fiilden fiil yapma ekleri. Mana ve vazife bakımından kelimeler; isimler - fiiller - edatlar, isimler ve isim çekimi, sıfatlar ve çeşitleri, zarflar ve çeşitleri, zamirler ve çeşitleri - zamir çekimi. Fiiller - geçişli geçişsiz fiiller, fiil çekimi - çekim ekleri, basit çekim, isim fiili, birleşik çekim, katmerli birleşik çekim. Edatlar ve çeşitleri. Kelime ve kavram, kelimenin tek ve çok manaları, hakikî mana-mecazî mana. Eş şekilli kelimeler, eş manalı, zıt manalı kelimeler, mana kayması-argo, Türkçe kelimelerdeki başlıca mana değişiklikleri.

**2. Türk Yazı Dilleri:** Eski Türkçenin şekil hususiyetleri, Orta Türkçenin şekil hususiyetleri, Doğu Türkçesinin şekil hususiyetleri, Kuzey Türkçesinin şekil hususiyetleri, Eski Anadolu Türkçesinin şekil hususiyetleri, Azerî Türkçesinin şekil hususiyetleri, Türkçeye giren yabancı unsurlar, Türkçeye giren Arapça unsurlar, Türkçeye giren Farsça unsurlar, Türkçeye diğer dillerden ve Batı’dan giren unsurlar.

## III. Sınıf

**1. Türk Dil Bilgisi:** Kelime grupları, tekrarlar, bağlama gurubu, sıfat tamlaması, iyelik grubu ve isim tamlaması, aitlik grubu, birleşik isim, ünlem grubu, sayı grubu, edat grubu, isnat grubu,



genitif, datif, lokatif, ablatif ve akuzatif gruplar, fiil grubu, partisip grubu, gerundium grubu, kısaltma grubu, cümlelerin tarifi ve mahiyeti, cümle unsurları, fiil, fail, nesne, zarf ve yer tamlayıcısı, cümle dışı unsurlar, cümle çeşitleri, isim cümlesi, fiil cümlesi, mana ve kullanımına göre cümle tipleri, birleşik cümleler, şartlı birleşik cümle, ki'li birleşik cümle, iç içe birleşik cümle, cümle unsurlarının vurgusu ve cümlede vurgu.

**2. Türk Dili Kültürü:** Dil ve kültür, dilin mahiyeti ve doğuşu, yeryüzündeki diller, Türkçenin dünya dilleri arasındaki yeri, yazı dili-konuşma dili, Türk yazı dilinin gelişmesi, Türklerin kullandığı yazılar. Türk dili tarihi-Türkçenin zirveleri, Türkçenin yayılımı, Türk şivelerinin tasnifi, Türkçenin dünyadaki yeri ve Türk dili araştırmaları.

- **1991-1992 Müfredatı**

Orta öğretim kurumlarında 1991-1992 yılından itibaren ders geçme ve kredi sistemi uygulanmaya başlanmıştır. Kredi sistemine göre Türk Dili ve Edebiyatı dersi ortak genel kültür dersi olarak kabul edilmiştir. Edebiyat dersi, “Türk Edebiyatı”, “Dil Bilgisi” ve “Kompozisyon” olmak üzere üç ayrı disiplin olarak kabul edilmiş ve programları da ayrı ayrı hazırlanmış ancak 1992-1993 öğretim yılında uygulamaya konulan programla tekrar birleştirilmiştir (Teb. Der. 09.11.1992, Sayı 2370).

1991 Kredili sisteme geçiş ile yeniden düzenlenen programla dört dönemlik uygulamaya geçilerek dil bilgisi konuları Türk dili dersi kapsamında sunulmuştur.

- **1995-1996 Müfredatı**

1991 programı, “uygulanabilirlik” vasfının olmaması yüzünden 1995- 1996 öğretim yılı başında uygulamadan kaldırılmış, ders geçme sisteminden vazgeçilerek henüz programı hazırlanmamış olan sınıf geçme sistemine geçilmiştir. Sınıf geçme sistemine geri dönülmesi nedeniyle programda sadece biçimsel bir düzenleme yapılmıştır. Konularda bir değişiklik yapılmaksızın 1991-1992 programında sınıf düzeylerine göre birleştirmeler yapılmış ve haftalık ders saati sayısı ile ölçme değerlendirme esasları yeniden ele alınmıştır (Işıksalan, 2000).

- **2005 Müfredatı**

1991 yılında ders geçme ve kredili sisteme göre hazırlanan Türk Dili ve Edebiyatı ders programı konularında bir değişiklik yapılmaksızın 1995 yılında sınıf geçme sistemine göre düzenlenmiştir. Orta öğretimin dört yıla çıkarılması ve günümüz ihtiyaçlarını karşılayamaması nedeniyle 2005 yılında yeni bir program hazırlanarak liselerde dil ve edebiyat eğitimi Türk Edebiyatı ile Dil ve Anlatım dersleri kapsamında ele alınmıştır (Öztoprak, 2011).

“Dil ve Anlatım dersinin hareket noktası, dili kullanmanın bilgidan çok beceriye dayandığı gerçeğidir. Dil kullanma becerisinin insanın her türlü etkinliğinde önemli bir yeri olduğu bilinmektedir; çünkü insan, kültür alanını ana diline göre ve ana dilinin imkânlarıyla şekillendirir, kendini ve dünyayı dil aracılığıyla anlamlandırır. Programın hareket noktası da ilköğretimi bitiren öğrencilerin, dili kullanma becerisi kazanarak zamanın ihtiyaçlarına cevap verebilecek aydın kişiler durumuna gelebilmelerini sağlamaktır.” (MEB, 2005).

- **2011 Müfredatı**

Liseler için hazırlanan Dil ve Anlatım Öğretim Programında konu başlıkları, amaçlar, kazanımlar, etkinlikler ayrı ayrı listeler hâlinde verilmemiştir. Her sınıfta ve her üniteye neyin, niçin ve nasıl öğretileceği, her bölümde öğrencilerin neler kazanacağı belirlenmiştir. Dil bilgisi kurallarını ezberletmekten kaçınılmıştır. Herhangi bir konuda yazı yazabilmenin küçükten büyüğe, parçadan bütüne ve basitten karmaşığa uzanan bir düzen içinde zamanla kazanılan bir beceri olduğu düşünülmüştür. Liselerde kazandırılmak istenen dil ve anlatım ile ilgili bilgi,

beceri ve alışkanlıklar, önce sınıflara bölünmüş, daha sonra sınıflara ayrılan konular birbirini tamamlayan ünitelere ayrılmıştır (Yekrek, 2017).

- **2015 Müfredatı**

2015 Programında Türk Edebiyatı ile Dil ve Anlatım dersleri birleştirilmiş ve yeniden “Türk Dili ve Edebiyatı” dersi adı altında toplanmıştır. Bu uygulama 2016-2017 eğitim öğretim yılından itibaren 9’uncu sınıflardan başlanarak faaliyete geçirilmiştir. Programda okuma, yazma, dinleme ve konuşma çalışmaları arasındaki ilişkiler edebiyat ve dil anlatım çalışmalarının bir arada yürütülmesiyle bütüncül bir yapı olarak ele alınmıştır.

Ders işleme sürecinin aşamaları “okuma çalışmaları”, “yazma çalışmaları” ve “sözlü iletişim çalışmaları” başlıkları altında planlanmıştır. Okuma, yazma ve sözlü iletişim çalışmalarının çoğunlukla aynı tür etrafında ve birbiriyle ilişkili biçimde yürütülmesine özen gösterilen programda, öğrencilerin okuma çalışmalarında kazandığı bilgi ve becerileri yazma ve sözlü iletişim çalışmalarıyla uygulamaya geçirmeleri amaçlanmıştır.

Türk Dili ve Edebiyatı derslerinde dil bilgisi öğretimi okuma ve yazma çalışmalarıyla planlanmıştır. 9. ve 10. sınıftaki dil bilgisi konularının işlenen metinlerle ilişki kurularak okuma çalışmaları kapsamında öğretilmesi, 11. ve 12. sınıflarda konu temelli dil bilgisi öğretimi yerine incelenen metinlerin, öne çıkan dil özellikleri bakımından değerlendirilmesi amaçlanmıştır (Yekrek, 2016).

## **2.5. Türk Dili ve Edebiyatı Dersi Güncel Programı**

### **2017-2018 Müfredatı**

2017 öğretim programı “tür merkezli yaklaşım” anlayışıyla örülmüştür. Bu yaklaşıma göre, yüzyıllar boyunca oluşan edebi birikimi değerlendirmek üzere farklı dönemlerde yazılmış aynı türdeki metinler bir arada değerlendirilecektir. Program, edebiyat eğitimini yakın dönemden alınan örneklerle başlatmayı esas alır. Bu çerçevede edebiyat dersiyle ilk defa karşılaşan öğrenciler, öncelikle daha kolay anlayabilecekleri yakın dönemdeki örnekler üzerinden metin türlerinin ve edebiyat eserlerinin temel özelliklerini, edebiyatın teorik çerçevesini kavrayacak; sonraki yıllarda ise metin türlerinin farklı dönemlerindeki gelişimini takip edebileceklerdir. Böylece öğrenciler, yüzyıllar önce yaşayan bir şair ile çağdaş bir şairin şiirlerindeki ortak duyguları yakalayabilecek; modern bir hikâyeye ile bir halk hikâyesini karşılaştırabileceklerdir (Yekrek, 2017).

Programda, edebiyat ve dil anlatım çalışmalarının bir arada yürütülmesiyle okuma, yazma, dinleme ve konuşma çalışmaları arasındaki ilişkiler bütünlüklü bir yapı olarak ele alınmıştır. Ders işleme sürecinin aşamaları “okuma çalışmaları”, “yazma çalışmaları” ve “sözlü iletişim çalışmaları” başlıkları altında planlanmış; okuma, yazma ve sözlü iletişim çalışmalarının çoğunlukla aynı tür etrafında ve birbiriyle ilişkili biçimde yürütülmesine özen gösterilmiş; böylece öğrencilerin okuma çalışmalarında kazandığı bilgi ve becerileri yazma ve sözlü iletişim çalışmalarıyla uygulamaya geçirmesi amaçlanmıştır. Bu sürecin bir bütün olarak izlenmesi ve değerlendirilmesi için daha önce ayrı dersler olarak yürütülen Türk Edebiyatı dersi ile Dil ve Anlatım dersi, 2016 -2017 Eğitim ve Öğretim yılı itibarıyla Türk Dili ve Edebiyatı adı altında birleştirilmiştir (Yekrek, 2017).

2017 öğretim programının beşinci maddesindeki ifade: “Türk Dili ve Edebiyatı derslerinde, dil bilgisi çalışmaları öğrencilerin temel eğitimden edindikleri bilgilerden hareketle ünitelerdeki ilgili metinler üzerinde yaptırılacaktır. Konu anlatımına girilmeyecektir. Temel eğitimde görmüş oldukları konulara yönelik olarak gerektiğinde hatırlatma amaçlı kısa açıklamalar yapılabilir.” şeklindedir. Buradan anlaşılacağı üzere, ortaöğretim Türk Dili ve Edebiyatı

derslerinde dil bilgisi konuları öğrencilere anlatılmayacak ancak metinler aracılığıyla kurallar hissettirilecektir.

### 2.5.1. 2018 Türk Dili ve Edebiyatı Dersi Öğretim Programının Yapısı (MEB, 2018)

Türk Dili ve Edebiyatı Dersi kazanımları “Okuma”, “Yazma” ve “Sözlü İletişim” olmak üzere üç ana başlık altında toplanmıştır. Öğretim programı tür odaklı olduğu için “Okuma” bölümündeki kazanımlar, “Şiir”, “Öyküleyici (Anlatmaya Bağlı) Edebî Metinler”, “Tiyatro” ve “Bilgilendirici (Öğretici) Metinler” şeklinde sınıflandırılmıştır. Sözlü iletişim kazanımları ise “Konuşma” ve “Dinleme” şeklinde iki ana başlığa ayrılmıştır.

Gerek görülen kazanımların hemen altında kazanımın çerçevesini ve içeriğini netleştirmeye yönelik açıklamalar da yer almaktadır.

Ünite, süre ve içerikler tablosu “Okuma”, “Yazma” ve “Sözlü İletişim” olmak üzere üç sütun hâlinde düzenlenmiştir.

“Okuma” sütununda işlenecek konu ve metinler verilmiş ve altlarında bunlarla ilgili kısa açıklama ve yönergeler yer almıştır. Burada verilen konu ve metinler, ilgili “okuma kazanımları” çerçevesinde işlenecektir. ‘Giriş’ üniteleri ise ünite tablosunda belirtilen kendi konuları/kazanımları çerçevesinde ele alınacaktır.

“Yazma” ve “Sözlü İletişim” sütunlarında ise “Okuma” sütunundaki konu ve metinlerle bağlantılı olarak yazma ve sözlü iletişim konu ve etkinlikleri verilmiş olup bunlar da yine ilgili “Yazma” ve “Sözlü İletişim” kazanımları çerçevesinde işlenecektir. Bu konu ve etkinliklerin, ders işleniş süreci açısından, her ders saatinde değil de ünite sonunda ele alınacağı hatırla tutulmalıdır.

Dil bilgisi konuları üç sütunluk tablonun altındaki yatay sütunda belirtilmiştir.

**Tablo 1.** 9., 10., 11. ve 12. Sınıflarda Örnek Kazanımların Ünite Dönemlere Dağılımı.

9.SINIF	1. ÜNİTE: GİRİŞ	I. DÖNEM
<b>SÜRE: 2 HAFTA</b>		
OKUMA	YAZMA	SÖZLÜ İLETİŞİM
<p>Aşağıdaki konulara uygun metinler seçilir:</p> <p>1. Edebiyat nedir?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Edebiyat kelimesinin kökeni, terim anlamı ve farklı sanatçıların edebiyat tanımları üzerinde durulur.</li> </ul> <p>2. Edebiyatın bilimle ve güzel sanatlarla ilişkisi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Edebiyat, bilim ve güzel sanatlar arasındaki etkileşim üzerinde durulur, bunların birbirlerine kaynaklık ettikleri örneklerle açıklanır.</li> </ul> <p>3. Metinlerin sınıflandırılması</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Edebî ve öğretici metinlerin özellikleri üzerinde durulur, sınıflandırmadaki ölçütler açıklanır. Metin türlerinin adları verilir ancak bunlarla ilgili ayrıntıya girilmez.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Niçin yazıyoruz?", "Nasıl yazmalıyız?" soruları çerçevesinde öğrencilerin serbest metinler yazmaları sağlanır. Farklı yazarların yazma gerekçeleri ve biçimleri üzerinde durularak öğrencilerin yazmanın doğası üzerinde düşünmeleri sağlanır.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>İletişim ve öğeleri açıklanır, bunların işlevleri üzerinde durulur.</li> </ul>

• Bu ünitedeki metinler, kitap yazarları tarafından da oluşturulabilir.		
<b>Dil Bilgisi Konuları:</b>		
• Standart dil, ağız, şive, lehçe ile argo, jargon kavramları üzerinde durulur.		
<b>10.SINIF</b>	<b>3. ÜNİTE: ŞİİR</b>	<b>I. DÖNEM</b>
<b>SÜRE: 6 HAFTA</b>		
<b>OKUMA</b>	<b>YAZMA</b>	<b>SÖZLÜ İLETİŞİM</b>
<p>İslamiyet'in kabulünden önceki Türk şiirinden bir koşuk, bir sagu örneği</p> <p>Geçiş dönemi (11-12. yüzyıl) Türk edebiyatından kısa metin örnekleri</p> <p>Halk edebiyatından bir ilahi ve bir nefes örneği</p> <p>Halk edebiyatından üç mâni (düz, kesik ve yedekli mâni) ve bir türkü örneği</p> <p>Halk şiirinden bir koşma örneği</p> <p>Divan şiirinden iki gazel örneği</p> <p>Divan şiirinden bir kaside örneği</p> <p>Divan şiirinden bir şarkı örneği</p> <p>• Halk edebiyatından ilahi örneği Yunus Emre'nin şiirlerinden seçilir.</p>	<p>Öğrencilerin okuma bölümünde edinilen bilgilerden yararlanarak mâni ve koşma yazmaları sağlanır.</p> <p>Öğrencilerin yazdığı şiirler sınıfta değerlendirilir, çeşitli araç ve yöntemlerle (sınıf panosu, okul panosu, dergi, gazete, sosyal medya vb.) sergilenir.</p>	<p>Öğrencilerin bir grubundan, aile büyüklerinden veya başka kişilerden "mâni" derlemeleri ve bunları konularına göre tasnif ederek sınıfta okumaları istenir.</p> <p>Öğrencilerin bir grubundan halk şiiri nazım biçimlerinden (koşma, semai, varsağı, destan, türkü, mâni, ilahi, nefes vb.) oluşan bir şiir dinletisi hazırlamaları ve sunmaları istenir.</p> <p>Öğrencilerin bir grubundan divan şiiri nazım biçimlerinden (gazel, kaside, şarkı, rubai, terkihibent vb.) oluşan bir şiir dinletisi hazırlamaları ve sunmaları istenir.</p> <p>Öğrencilerin yapılan sunumlardan sonra dinledikleri şiirlerin ahenk unsurları, ses akışları ve hissettirdikleri ile ilgili çıkarımlarda bulunmaları sağlanır.</p>
<b>Dil Bilgisi Konuları:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metindeki isim tamlamalarını bulur ve bunların metindeki işlevlerini belirler.</li> <li>• Metinler üzerinden imla ve noktalama çalışmaları yapılır.</li> </ul>		
<b>11.SINIF</b>	<b>6.ÜNİTE: ROMAN</b>	<b>II. DÖNEM</b>
<b>SÜRE: 6 HAFTA</b>		
<b>OKUMA</b>	<b>YAZMA</b>	<b>SÖZLÜ İLETİŞİM</b>
<p>Cumhuriyet Dönemi'nden 1923-1950 arası iki roman örneği</p> <p>1950-1980 arası dönemden iki roman örneği</p>	<p>• Öğrencilerden ders kapsamında okudukları roman üzerine bir inceleme ve değerlendirme yazısı</p>	<p>• Öğrencilere Türk veya dünya edebiyatından sinemaya uyarlanan bir romanın filmi seyrettirilip söz konusu roman</p>

Dünya edebiyatından bir roman örneği • Dünya edebiyatı roman örneği 20. yüzyıldan seçilmelidir.	oluşturmaları istenir.	okutturulur. Roman ile filmin karşılaştırılması sağlanır.
<b>Dil Bilgisi Konuları:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Anlatım bozukluklarıyla ilgili çalışmalar yapılır.</b></li> <li>• <b>Metinler üzerinden imla ve noktalama çalışmaları yapılır.</b></li> </ul>		
<b>12.SINIF</b>	<b>6.ÜNİTE: DENEME</b>	<b>I.DÖNEM</b>
<b>Ünite Süresi: 2 HAFTA</b>		
<b>OKUMA</b>	<b>YAZMA</b>	<b>SÖZLÜ İLETİŞİM</b>
Dünya edebiyatından bir deneme örneği Cumhuriyet Dönemi'nden (1923-1960 arası) bir deneme örneği Cumhuriyet Dönemi'nden (1960 sonrası) iki deneme örneği • Dünya edebiyatından alınan denemenin, türün ilk örneklerinden olmasına özen gösterilir.	Öğrencilerden istedikleri bir konuda deneme yazmaları istenir. Öğrencilerin yazdığı yazılar çeşitli araç ve yöntemlerle (sınıf panosu, okul panosu, dergi, gazete, sosyal medya...) sergilenir.	• Öğrencilerden, yazdıkları denemeleri sınıf ortamında sunmaları istenir.
<b>Dil Bilgisi Konuları:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Metinler üzerinden imla ve noktalama çalışmaları yapılır.</b></li> <li>• <b>Paragrafta anlam ile ilgili çalışmalar yapılır.</b></li> </ul>		

Kaynak: MEB, 2018

### 3. SONUÇ

Kurtuluş Savaşı ve sonrasında Türkiye Cumhuriyeti Dönemi'nde hazırlanan ve uygulanan müfredatlardaki dil eğitimlerini değerlendirmek üzere hazırlanan bu çalışma, tanımlar, Kurtuluş Savaşı Dönemi'nde ve Türkiye Cumhuriyeti Dönemi'nde genel tarihî ve siyasî durum, sözü edilen tarihi dönemlerdeki Türk Dili Edebiyatı dersi müfredatları alt başlıklarını içermektedir. Günümüzde Millî Eğitim Bakanlığı tarafından kullanılan Türk Dili ve Edebiyatı Dersi Programı ise çalışmada ayrıca bir alt başlıkta değerlendirilmiştir.

Yirminci yüzyılda Türk dili ve edebiyatı müfredatları üzerinde yapılan incelemeler sonucunda, dil bilgisini müstakil bir ders olarak ele alan 1949, 1971, 1991-1992, 1995- 1996 ve 2005 müfredatları ders içerikleri açısından değerlendirildiğinde edebiyatın temele alındığı ve her zaman ön planda olduğu söylenebilir.

Ders içeriklerinde dil bilgisine yer veren ilk program 1949 programıdır. Söz konusu programda genel anlamda dil bilgisi konularına yer verildiği görülmektedir. 1954 müfredatında dil bilgisi derslerinin kaldırılarak kompozisyon ve okuma dersleri ile verilmesi kararı alınmasına rağmen dil bilgisi konularının 1957 müfredatında geliştirilerek daha ayrıntılı bir şekilde lise birinci, ikinci ve üçüncü sınıflar için ayrı ayrı düzenlendiği görülür.

1976 müfredatıyla adı Türk Dili olarak değiştirilen dil bilgisi dersinin içeriğinin genişletildiği dikkat çekmektedir. Adı geçen programda yer alan ayrıntılı ders içeriği çeşitli nedenlerle eleştirilmiştir. Fakat 1991-1992 ve 1995-1996 öğretim programlarının içeriklerinin

düzenlenmesinde önceki müfredatlara yöneltilen tenkitlerin dikkate alınmadığı, ders içeriklerindeki yoğunluğun devam ettiği tespit edilmiştir

2005, 2011 yılı müfredatlarındaki dil ve anlatım planında yer alan özel ve genel amaçlarla beraber, kazanımlara ve etkinliklere birlikte yer verilmesi dikkat çekicidir. 2005 ve 2011 müfredatları ile düzenlenen içerikte, öğrenci ihtiyaçlarını göz önünde bulunduran ve öğrenciyi uygulamaya yönlendiren özellikte bir kapsam hazırlanmıştır.

İlk müfredattan, günümüzde kullanılan müfredata kadar edebiyat, dil bilgisi ve kompozisyon öğretiminin metinlere dayandırılarak yapılması gerektiği ifade edilmiş olsa da bu yöntemin nasıl ve ne şekilde uygulanacağı 2011, 2015, 2017 ve 2018 yıllarında öğretim programı adıyla yayımlanan müfredatlarda tam olarak açıklanmıştır.

2018 müfredatına göre Türk Dili ve Edebiyatı derslerinde dil bilgisi çalışmalarının öğrencilerin temel eğitimden edindikleri bilgilerden hareketle ünitelerdeki ilgili metinler üzerinde yaptırılması amaçlanmıştır. Konu anlatımı olmayacak; kazanımlar tablosu örneklerinde de görüleceği gibi dil bilgisi konuları öğrenciye sezdirme yoluyla verilecektir.

Özetle edebiyat eğitimi edebiyatla ilgili bilgilerin verildiği, öğrencilerin dilin inceliklerini keşfedecekleri, dil bilinçlerini ve diğer becerilerini geliştirecekleri bir alandır. Dil bilinci ve dil becerilerinin geliştirilmesi için sadece okumayla sınırlı değildir. Dil becerileri yani yazma, dinleme ve konuşma yoluyla da edebiyatı kullanmalarına imkân sağlanmalıdır. Türk Dili ve Edebiyatı alanında hazırlanan ve uygulanan müfredatların öğrenciye en yüksek faydayı sağlaması Türk dilinin öğretimi, dil becerilerinin geliştirilmesi bakımından oldukça önemlidir.

#### KAYNAKÇA

- Aksan, D. (2003). *Her yönüyle dil ana çizgileriyle dilbilim*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Akyüz, Y. (2009). *Türk eğitim tarihi (14.Baskı)*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dursunoğlu, H. (2006). Cumhuriyetin ilanından günümüze Türkçe ve edebiyat öğretiminin orta öğretimdeki tarihî gelişimi. *Milli Eğitim Dergisi*, 34 (169), 41-61. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/milliegitim/issue/36938/422336>
- Erdem, M.D. vd. (2014). *Türk dili ve edebiyatı öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Ergin, M. (2004). *Türk dil bilgisi*. İstanbul: Bayrak Yayınevi.
- Ergün, M. (1997). *Atatürk devri Türk eğitimi*. Ankara: Ocak Yayınları
- Ertürk, S. (1997). *Eğitimde program geliştirme*. Ankara: Meteksan.
- Göğüş, B. (1971). Anadili olarak Türkçe'nin öğretimine tarihsel bir bakış. *Türk Dili Araştırmaları Yıllığı Belleten*. 18(1), 123-154.
- Göğüş, B. (1978). *Orta dereceli okullarımızda Türkçe ve yazın eğitimi*. Ankara: Gül Yayınları.
- Işıksalan, N. (2000). Cumhuriyet dönemi Türk dili ve edebiyatı öğretimi. *Dil Dergisi*, 97, 12-37.
- Kantemir, E. (1976). *Türkiye'de liselerde Türk dili ve edebiyatı öğretimi*. İstanbul: MEB.
- Karakuş, İ. (2002). *Türkçe, Türk dili ve edebiyatı öğretimi*. Ankara: Anıtepe Yayıncılık.
- Kavcar, C. vd. (2016). *Türkçe ve sınıf öğretmenleri için Türkçe öğretimi*. Ankara: Anı yayınları.
- Kırpık, G. vd. (2016). *Türk eğitim tarihi-el kitabı*. Ankara: Grafiker Yayınları.

- Maarif Vekâleti, (1924). *Liselerin ikinci devre müfredat programı*. İstanbul: Matbaayı Amire.
- MEB, 1942 Tarih, 192 Sayılı Tebliğler Dergisi.
- MEB, 24 Mart 1952 Tarih, 682 Sayılı Tebliğler Dergisi.
- MEB, 4 Ekim 1976 Tarih, 1901 Sayılı Tebliğler Dergisi.
- MEB, 9 Kasım 1992 Tarih, 2370 Sayılı Tebliğler Dergisi.
- Milli Eğitim Bakanlığı Resmî Web Sitesi- Eski Bakanlarımız. (Erişim tarihi: 21.04.2019).
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2005). *İlköğretim Türkçe dersi öğretim programı ve kılavuzu (6, 7, 8. Sınıflar)*. Ankara: Devlet Kitapları Genel Müdürlüğü.
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2005). *Orta öğretim dil ve anlatım dersi 9, 10, 11, 12. sınıflar öğretim programı*. Ankara.
- Milli Eğitim Bakanlığı, (2018). *Orta öğretim Türk dili ve edebiyatı dersi (9,10,11 ve 12. Sınıflar) Öğretim Programı*. Ankara. (Erişim Tarihi: 28.04.2019).
- Oğuzkan, F. (1991). *Türk dili ve edebiyatı öğretimi*, B. Özer (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Öztoprak, F.B. (2011). *Cumhuriyet'in ilanından günümüze orta öğretim dil bilgisi öğretim programlarının tarihsel gelişim süreci*. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu 38. ICANAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 10-15.09.2007) Bildiriler Kitabı Cilt I, s.1361-1386, <https://www.ayk.gov.tr/icanas38/dil-bilimi-dil-bilgisi-ve-dil-egitimi/> (Erişim tarihi:13.02.2020).
- Öztürk, K. (1968). *Türkiye Cumhuriyeti hükümetleri ve programları*. İstanbul: Baha Matbaası.
- Şimşek, Ş. vd. (2001). *Davranış bilimlerine giriş ve örgütlerde davranış*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Taylor, J. R. (2001). The 'Rational' organization reconsidered: an exploration of some of the organizational implications of self-organizing. *Communication Theory*, 11(2), 137-177.
- Türk Dil Kurumu. (2005). *Türkçe sözlük*. Ankara: TDK.
- Yekrek, E. (2017). *Geçmişten günümüze ortaöğretim Türk dili ve edebiyatı dersi müfredatları ve son müfredatı değerlendirme çalışması*. <http://www.xn--edebiyatgretmeni-twb.net/wp-content/uploads/2017/08/TDE-PROGRAM.pdf> (Erişim tarihi:16.04.2019)
- Yelkin, D.C. (2017). *Öğretim programları arka plan raporu*. İstanbul: ERG.
- Yücel, H.A. (1938). *Türkiye'de ortaöğretim*. İstanbul: Devlet Basım.

**Derleme Makale / Review Article****Dijital Pazarlama ve Mobil Pazarlamanın Sigorta Sektöründeki Yeri****İbrahim Görmüş  <sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sigortacılık Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, [ibrahim.grmus@hotmail.com](mailto:ibrahim.grmus@hotmail.com)

**Anahtar Kelimeleri**

Dijital pazarlama, mobil pazarlama, sigortacılık sektörü.

**Key Words**

Digital marketing, mobile marketing, insurance sector.

**Sorumlu yazar/Corresponding Author**

İbrahim Görmüş, Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sigortacılık Anabilim Dalı, Ankara-Türkiye.

**Email:**ibrahim.grmus@hotmail.com

**Geliş/Received:** 16.05.2019

**Kabul/Accepted:** 08.01.2020

**Öz**

Gün geçtikçe artan teknolojik gelişmeler pazarlamanın evrimleşmesini doğal bir süreç haline getirmiştir. Dijital pazarlama kavramının ortaya çıkması hiç şüphesiz ki işletmelerin geleceklerini etkilemeye başlamış, organizasyonları dijitalleşmeye yöneltmiştir. Sigorta sektöründe bu durumun farkına vararak yeniliğe kapılarını aralamaya başlamıştır. Çalışmanın amacı, dijital ve mobil pazarlamanın gelişimini anlatarak, önemini vurgulamak ve dijitalleşmenin sigorta sektöründe geldiği noktayı sektörel haberlerle destekleyerek, dijital pazarlamanın sektördeki yerini ve önemini okuyucuya aktarmaktır. Çalışmada bir çok güvenilir sigorta haberi sunan internet kaynağı kullanılarak, dijital ve mobil pazarlamanın önemi desteklenmiş ve konunun literatürel bilgiler ışığında özetlenmesi sağlanmıştır.

**The Place of Digital Marketing and Mobile Marketing in the Insurance Sector****Abstract**

Increasing technological developments have made the evolution of marketing a natural process. The emergence of the concept of digital marketing has undoubtedly started to affect the futures of the businesses and has led organizations to become digital. Realizing this situation in the insurance sector, it started to open its doors to innovation. The aim of the study is to explain the development of digital and mobile marketing, to emphasize its importance and to support the point that digitalization has reached in the insurance industry with sectoral news and to convey the position and importance of digital marketing to the reader. In the study, the importance of digital and mobile marketing has been supported by using the internet source, which offers many reliable insurance news, and the subject has been provided to be summarized in the light of the literature.

**Önerilen Atıf / Suggested Citation:**

Görmüş, İ. (2020). Dijital Pazarlama ve Mobil Pazarlamanın Sigorta Sektöründeki Yeri. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 201-214



## 1.GİRİŞ

Teknolojinin hızla gelişmesi sonucu pazarlama kavramı birçok değişime uğramış, ilişkisel pazarlama yöntemlerinin aksine dijital ve mobil pazarlama gibi bilişsel alanlarda da kendini göstermeye başlamıştır. Ülkemizde her ne kadar sigorta şirketlerinin büyük çoğunluğu satışlarını geleneksel dağıtım kanalları ile gerçekleştirirler de sigorta talep edecek genç nüfusun ürün veya hizmet alma konusunda sanal yöntemlere daha fazla yatkın olduğu, dijital ortam ve sosyal medyaya olan bağımlılık dereceleri göz ardı edilemez (Tutgun Ünal, 2015). Bu nedenle sigorta şirketlerinin öncelikle kendi bünyelerinde bir e-ticaret anlayışına sahip olmaları daha sonra dağıtım kanalları açısından e-ticaret siteleri ve mobil uygulamalarda satış işlemleri gerçekleştirmeleri gerektiği büyük önem arz etmektedir.

Bu makalenin amacı dijital pazarlama olgusu konusunda okuyucuya bilgi vermek ve dijital pazarlamanın sigorta sektörü içerisindeki önemini vurgulayarak sektörel haberler aracılığıyla genel bir bakış açısı yaratmaktır. Makale içerisinde birçok güvenilir sigorta haber sitesinden alıntılar yapılmış olup dijital sigortacılık ve sigorta teknolojileri kavramları genel anlamda toparlanmaya çalışılmıştır. Yapılan bu araştırma ve oluşturulacak olan genel yöneylem sonucunda dijital ve mobil sigortacılığın pazarlama açısından önemi vurgulanmaya ve sigorta sektöründeki yeri hakkında bir sonuca varılmaya çalışılacaktır.

## 2. PAZARLAMANNIN EVRİMİ

Pazarlama kavramı son on yıl içerisinde dar bir yönetsel/örgütsel odaktan uzaklaşarak diğer kurumsal bağlamlarla ilişkisini ve genel olarak toplumdaki rolünü kabul eden çok daha geniş bir tanıma doğru köklü bir değişim yaşamıştır. Amerikan Pazarlama Derneği (AMA) pazarlamanın tanımını 2004 ve 2007 yıllarında iki kez değiştirerek pazarlamayı sadece bir departmandan ziyade şirket veya organizasyon için para alışverişinin dışında uzun vadeli değer yaratan “işlev” yerine “etkinlik topluluğu” olarak konumlandırmıştır. 2007’deki son tanımı ise “Pazarlama: müşteriler, ortaklar ve toplum için değer taşıyan teklifler oluşturma, ileme, sunma ve alışverişin sağlanması amacıyla yapılan faaliyet, kurumsal küme ve süreçlerdir” (AMA, 2007).

İnternetin ortaya çıkmasıyla birlikte, pazarlamanın teknolojiye özel tanımları da ortaya konulmuştur. Örneğin; ‘İnternet pazarlaması müşteri memnuniyeti, ürün ve fikir alışverişi için olanak sağlayan çevrimiçi faaliyetler aracılığıyla müşteri ilişkileri kurma ve sürdürme sürecidir. Bu tanım ile AMA’nın yaptığı tanım arasındaki temel farklar: çevrimiçi faaliyetler ile müşteri ilişkilerinin sürdürülmesi ve müşterilerin sadakatidir (Wymbs, 2011, s. 94).

Tavsiye (öneri) sistemleri, satın alınacak ürünlerde ve tüketilecek bilgide artan bir dizi tercihe yanıt vererek, bu seçimleri yapmak için azalan bir profesyonel destek (yani daha az sayıda ürün hakkında uzman kişi) ve tüketici hayal kırıklığı düşünülerek geliştirilmiştir. Ancak oluşan bu durum hem tüketiciler hem de üreticiler için zorluklar yaratmıştır. Tüketiciler aşırı bilgi yüklü ve çok sayıda ürün arasından seçim yapma konusunda yardım talep ederken, satıcılar ise tüketiciler ile olan ilişkilerini yitirmiş ve tüketicilerin ilgilendiği ürünleri daha iyi bulmalarına yardımcı olarak bu ilişkileri yeniden inşa etmeye ve derinleştirmeye çalışmışlardır. İşte tam bu aşamada öneri sistemleri öncelikle resmi olmayan “ağızdan ağıza” sonra modellenmiş bağımsız tavsiyeler vererek doğrudan tüketicilere cevap vermiştir. Aynı zamanda yeni veri tabanı pazarlama teknikleri, veri madenciliği, hedefli reklamcılık, tüketici davranışı ve sınırlı müşteri dikkatini en iyi şekilde anlayarak tüketici ihtiyaçlarına cevap vermiştir. Buradan hareketle veri tabanı pazarlaması, işletmelerin müşterilerine daha fazla kişisel hizmet sağlama girişimidir.

Bu neden birçok işletme müşterileri; ZIP (posta) kodu, gelir ve meslek gibi demografik özelliklere göre segmentlere ayırmak ve grup olarak her bölüme pazarlama yapabilmek için

veri tabanı pazarlamasını kullanmaktadır. Bu durumlarda veri tabanı pazarlaması müşterileri bireysel ihtiyaçlarına göre ele alır, ancak bazen segmentin bir parçası olarak kabul edilen tüketiciler; işletmenin artık bireysel tercihlerini, ihtiyaçlarını ve isteklerini anlamadıklarını görür. Bire bir pazarlama ise, işletmelerin her bir tüketiciye bireysel olarak davranmalarına yardımcı olmak için teknolojiyi kullanarak pazarlamanın kişiye özel olmayan doğasını aşmaya çalışır. Bire bir pazarlamanın bir kısmı, tüketici tercihlerinin yakalanması ve kullanılmasıdır. (Örneğin: bir müşterinin her gece kendisine hediye gönderilmesini istemesi veya bir müşterinin belirli bir porselen grubunun koleksiyonunu yaptığını öğrenmek). Diğer kısmı ise işletme tarafından toplanan tüketici bilgilerini kullanmak için değişen iş uygulamalarını içermektedir.

Tüm bu uygulamaların gelişmesini sağlayan öneri sistemleri işletmelerin bire bir pazarlama stratejisi uygulamalarına yardımcı olan bir teknolojidir. Tavsiye sistemleri her müşteriye kişisel bir öneri seti sunarak, segment bazlı kitlesel pazarlama sınırlarını aşmak için tüketici tercihleri veri tabanını analiz etmektedir. Mobil ticarete elbette öneri sistemleri tam bir çözüm olmayıp; tüketicilere bire bir hizmet sunmak için tercih edilen kredi kartı ve teslimat adresi gibi diğer tüketici verilerinin kaydedilmesi ve kullanılması da gerekli olacağı düşüncesi mevcuttur (Schafer, Konstan & Riedl, 2001).

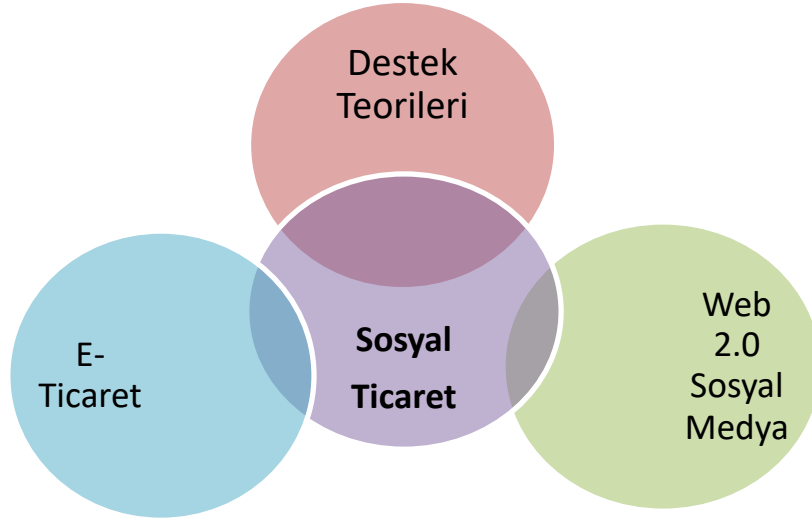
Zaman ilerledikçe firmalar dijital olarak kaydedilen müşteri görüşmelerinden elde edilen büyük miktarda veriyi analiz etmeleri ve yorumlamaları için pazarlamacılara ihtiyaç duymuştur. Spiller ve Scovotti (2008), günümüzde büyük internet şirketlerinin istihdam taleplerini karşılamak için nitelikli insanlardan yoksun olduğunu ve interneti kullanan uygulamaların geliştikçe, işin ihtiyaçlarını karşılamak için yeni mezun türü gerekli olacağını da iddia etmişlerdir.

### 3. DİJİTAL PAZARLAMA

Dijital pazarlama sürekli gelişen, dinamik bir kavram olup bireylere bu kavramın günümüz şartlarındaki gerekliliğini anlatabilmek için açık ve tutarlı bir tanımının olması gerek işletmeler gerekse de girişimciler için büyük önem arz etmektedir. Dijital Pazarlama Enstitüsü dijital pazarlamayı, “müşterilerle derin ilişkiler kurarken onları elde etmeye ve korumaya yardımcı olan entegre hedefli ve ölçülebilir bir iletişim oluşturmak için kullanılan dijital teknolojiler” olarak tanımlamaktadır. Dijital pazarlama müşterileri bireysel olarak ele alan ve onları sadece kişisel özellikleriyle değil aynı zamanda nasıl davrandıklarıyla da tanımlayan doğrudan pazarlamayı ve bir bireye hitap edebilme, cevaplarını toplama ve hatırlatma yeteneğine sahip etkileşimli pazarlamayı içerir. Dijital pazarlama ayrıca, müşterilerin yaşam döngüsünün olduğu ve çok kanallı bir satın alma sürecinde elde tutulmalarını ve müşterilerin karlı şekilde edinimlerini sağlamak amacıyla etkileşimli ve etkileşimsiz pazarlama faaliyetlerini desteklemek için web, e-posta, veri tabanı, mobil veya kablosuz internet ve dijital TV uygulamalarını içerir (Cymbs, 2011, s. 95).

Dijital Pazarlama ile ilişkilendirilebilecek diğer önemli bir kavram ise elektronik (e-ticaret) ticarettir. Elektronik ticaret, daha yüzeysel şekliyle bireyler ve örgütler arasındaki dijital olarak sağlanan ticari işlemlerdir. Dijital olarak sağlanan işlemler, dijital teknolojinin aracılık ettiği; çoğunlukla internet üzerinden, webden veya mobil uygulamalar aracılığıyla gerçekleşen işlemlerdir. E-ticaret ile ilgili birçok paradigma mevcut olup, genel olarak 1995-2000 yılları arasında icat edildiği varsayılmaktadır. Daha sonraları ikinci jenerasyon olarak bilinen E-ticaret 2.0 kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram WEB 2.0, sosyal medya, sosyal ağ ve sanal dünyaya dayanmaktadır. Tüm bunlar ise sosyal bilişimin bir ürünüdür. Sosyal bilişim kavramı, insan davranışının derinlemesine bir şekilde sosyalliğinin gözlenmesiyle başlar ve genellikle “bir sosyal ilişkinin odağı ve aracısı olarak hizmet veren herhangi bir bilgisayar uygulamasıdır.” Bu tanımı iki şekilde yorumlamak istersek; zayıf anlamda sosyal bilişim, bilgi sistemlerinin

kullanımı yoluyla sosyal etkileşimin ve sosyal davranışın herhangi bir türünü desteklemek, güçlü anlamda sosyal bilişim, ortak ilgileri ve kaygıları olan insan grupları arasındaki işbirliğini ve dayanışmayı desteklemektedir. Sosyal medyanın ve Web 2.0'in hızlı gelişimi, e-ticareti ürün odaklı bir ortamdan sosyal ve müşteri odaklı bir ortama dönüştürmek için potansiyel sağlamakta ve yeni bir kavram olarak tüketicilerin düşüncesindeki bireysel kararlardan işbirliği ile alınan kararlara geçişi temsil eden sosyal ticareti ortaya çıkarmıştır. Sosyal ticaret, e-ticaretin bir bölümü olup, e-ticarete uyum sağlamak için online kullanıcılar sosyal etkileşim ve işbirliğini ilişkilendirmede sosyal ağ kurma sitelerini kullanan bir araçtır. Daha açık şekilde sosyal ticaret; e-ticaret, e-pazarlama, sosyal sermaye, sosyal psikoloji, tüketici davranışı gibi destekleyici teoriler ve sosyal medya içeriğinin bir kombinasyonudur (Akar, 2019, s.187).



Şekil 1. Sosyal Ticaretin Temeli

**Kaynak:** Akar, 2019, s.188.

Mobil ticaret, mobil aygıtlar vasıtasıyla kablosuz ağ üzerinden de yürütülebilen herhangi bir e-ticaret faaliyeti olarak değerlendirilebilir. Mobil ticareti e-ticaretten ayıran en önemli özellikleri ise; aynı anda her yerde olması, esnekliği, yayılımı, kolaylığı, anlık bağlanılabilir olması ve kişiselleştirilebilir olmasıdır (Akar, 2019, s. 187-231). Mobil cihazlar tüm zamanların en hızlı benimsenen tüketici ürünlerinden biri olmuştur. Mobil internet cihazlarının çoğalması, e-ticaret hareketliliğinin faydalarından yararlanılabilmesi için olağanüstü bir fırsat yaratmıştır. Yaygın olarak m-ticaret olarak bilinen mobil e-ticaret, kabaca kablosuz internet özellikli bir cihaz aracılığıyla mal veya hizmet satın alma yeteneği olarak tanımlanabilir (Barnes & Scornavacca, 2004, s.129).

1990'lardan itibaren elektronik ticaretin ortaya çıkmasıyla birlikte iş yapma yöntemlerinde büyük bir değişim meydana gelmiştir. Hiç şüphesiz ki aynı dönemde kablosuz mobil ağların ve cihazların kullanımı da artmıştır. Araştırmacılar, işletmeler ve bireyler çevrimiçi iş yapabileme yollarına odaklanmış, gelişmiş kablosuz mobil teknolojiler ise e-ticareti kolaylaştırmıştır. Mobil ticaret (M-ticaret), e-ticaretin bir alt kümesi olarak görülebilir ve mobil bir şebeke aracılığıyla gerçekleştirilen parasal değeri olan bir kanuni işlemi ifade eder. M-ticaret sayesinde kullanıcılar e-bankacılık veya e-ticaret gibi işlemler yaparken, kişisel bir bilgisayar kullanma gereksinimi içerisinde olmayacaklardır. Günümüzde ise insanlar e-ticaret işlemlerini gerçekleştirirken Kişisel Dijital Asistanlar (PDA) veya cep telefonları gibi bazı mobil el aygıtları kullanmaktadırlar (Ngai & Gunasekaran, 2007, s.3).

#### 4. MOBİL PAZARLAMA

Mobil pazarlama temel olarak ‘kablosuz dağıtım kanalı olarak kullanıldığında “örgüte ait herhangi bir sunum, mal veya hizmetlerin, iyi tanımlanmış bir destekleyicinin fikirlerinin tanıtımı” olarak tanımlanabilir (Facchetti vd., 2005, s. 68.). Kalakota ve Robinson (2002), mobil pazarlamayı firmanın geliri artarken müşteriye değer katan her türlü mesaj ve promosyonun dağıtımını olarak tanımlamaktadır. Müşteri yaşam döngüsü olarak adlandırılan; satın alma ilişkisi geliştirme ve elde tutma aşamalarının her birini destekleyen kapsamlı bir süreçtir (Barnes & Scornavacca, 2004, s.130).

İnternet özellikli mobil el cihazı, kişisel doğası ve gelişmiş iletişim teknolojileri nedeniyle dünya çapında hızla kullanılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte, e- ticaret araştırmalarından farklı olarak m-ticaretin ampirik araştırmaları, mobil araştırmalardaki önemli belirsizlikler nedeniyle, sadece ufak bir büyüme göstermiştir. M-ticaret araştırmalarındaki en büyük sorunlardan biri terimler, kavramlar ve teorilerde standartların olmamasıdır. Mevcut mobil internet uygulamaları Web bilgi arama, SMS (kısa mesaj servisleri), MMS (multimedya mesaj servisi), bankacılık, ödeme, oyun, e-posta gönderme sohbet, hava durumu tahmini, GPS (global konumlandırma servisi) vd. gibi tüketicilerin çeşitli hizmetlere erişmelerini sağlar. Toplu olarak bu geniş hizmet yelpazesi ise m-ticaret olarak adlandırılmaktadır. Dar anlamda m-ticaret “mobil telekomünikasyon ağı üzerinden yapılan parasal değeri olan herhangi bir işlem” olarak tanımlanabilir. Sadeh (2002), m-ticareti insanların internet destekli mobil cihazlarından erişebilecekleri yeni uygulama ve hizmetler olarak geniş bir şekilde karakterize etmektedir (Okazaki, 2005, s. 160).

Mobil telefon belirli özellikleri, tercihleri ve davranışları olan belirli bir müşteri grubunu hedef alan gelişmekte olan alternatif bir alışveriş kanalı oluşturmaktadır. Çevrimiçi tüketici davranışı alanındaki mevcut araştırmalar internete odaklanırken, m-ticaret dinamikleri ortaya çıkan bu alışveriş kanalının özelliklerine ve gereksinimlerine göre uyarlanmış ilgili araştırma girişimlerine güçlü bir ihtiyaç yaratmıştır. Bununla birlikte mobil teknolojilerin tüketimi ve kullanımı konusunda çok az sosyal bilim araştırması olmuştur ve son zamanlarda sanayi ve akademi mobil tüketicilerin davranışlarına odaklanmaya başlamıştır. Maksin ve Tveit (2001), mobil cihazlar için artan sayıda e-ticaret hizmeti ile birlikte kısıtlı bant genişliği ve kısıtlı kullanıcı ara yüzünü şu an için bu cihazların ara yüzünü göz önünde bulundurarak, tüketici tercihlerini ve davranışlarını inceleyerek bu hizmetleri daha kişisel hale getirmekte zorluklar olduğunu belirtmiştir. Bu amaçla Nahria ve Laestma (2001), m-ticaret konusunda tüketici davranışlarının derinlemesine bir anlayış gerektirdiği ve sadece telekomünikasyon hizmetleri sağlayanlar için değil aynı zamanda zengin ve eksiksiz bir bilgiye sahip olan şirketler içinde önemli fırsatların ortaya çıktığı konusunda hemfikirdir. Green ve arkadaşları (2001), mobil tüketicinin davranışının teknolojik yenilik ve yayılma sürecinin anlaşılmasında önemli olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle mobil ticaretteki fırsatlar belirli tüketicilerin mobil servislerden nasıl faydalanabileceğini tam olarak anlayan herhangi bir şirket için oldukça fazladır. Ayrıca Vrechopoulos ve arkadaşları (2001), çeşitli etkileşimli kanallar (PC, mobil cihazlar, dijital TV) aracılığıyla uygulanan e-ticaret uygulamalarının ve hizmetlerinin etkili olabilmek için tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına göre tasarlanması gerektiğini belirtmektedir. Özetle, birçok araştırmacı e-ticaret ve e-ticaret alanında, iş fırsatlarını belirlemek, müşteri ihtiyaçlarını etkin bir şekilde karşılamak ve rekabet avantajı elde etmek için geniş kapsamlı tüketici davranış araştırması yapılma ihtiyacını ortaya koymuştur. Avrupa’da ise mobil ticaretin yayılmasını hızlandırmaya yönelik kritik başarı faktörlerinin genel bir listesi verilmiştir. Bunlar;

- Daha düşük fiyatlar sağlamak

- Hizmet kalitesini artırmak
- Cihazların konforunu arttırmak
- Güvenliği arttırmak
- Kullanımı kolay arayüzlerin tasarlanması şeklindedir.

Bununla birlikte bazı pazarlarda çok kritik kanıtlanan bu başarı faktörlerinin dışında önemli olan başka faktörlerin olduğu da görülmüştür. Örneğin; fikir liderliği Finlandiya’da tüketicilerin mobil operatör seçimi etkileme konusunda kritik bir rol oynamıştır. “Arkadaşlarım aynı sağlayıcıyı seçti” özelliği müşterinin bir operatör veya cihaz seçerken kullandıkları en önemli kriter olduğu tespit edilmiştir (Vrechopoulos vd., 2003, s.331).

Mobil teknolojilerin kullanımı ve mobil pazarlama konusundaki mevcut araştırmaların çoğunun gelişmiş ekonomilerde yapılmasına rağmen en hızlı büyüme şu anda hem büyük hem de küçük gelişmekte olan ekonomilerde gerçekleşmektedir. Bunlara en iyi iki örnek ise Çin (360 milyon) ve Hindistan (yaklaşık 3 milyon) olarak gösterilebilir. Araştırmalara göre ise arkadaş ve akrabalarla iletişim kurma becerisi çevrimiçi ortamdaki müşteriler için büyük bir avantajdır. Mobil cihazın çekici özellikleri, sosyal iletişim için ideal bir cihaz olmasını sağlar. Mobil pazarlamacılar, sosyal ağ oluşturma fırsatlarını mobil pazarlama stratejilerine yaratıcı bir şekilde yerleştirmesi gerektiğini önermektedirler (Shankar & Balasubramanian, 2009, s. 126).

Bir mobil pazarlama mesajının kabul edilmesinin tüketicilerin kişisel eğilimlerinden, tutumlarından; bireysel seviye algılarından, demografik özelliklerinden, sosyal akran etkisinden, kültürel boyutlarından, mobil ortama kendisinin kabulünden, içeriğin uygun ve güvenilirliğinden, kablosuz servis sağlayıcısına yönelik güven düzeyinden, pazarlama mesajının içeriğinden, kullanıcı izni ve içerik üzerindeki kullanıcı kontrolünden ve pazarlama mesajının zamanlaması ve sıklığı gibi özelliklerden etkilenebileceği iddia edilmiştir. Bunun yanı sıra bu kategorideki etkilere dikkat edilmesi oldukça fazla olsa da bu belirleyicilerin göreceli önemi, özellikle cinsiyet ve gelir alım gücünün önemi gibi tüketici demografisinin kesinlikle daha fazla önem arz ettiği de bilinmektedir (Varnalı & Toker, 2010, s. 148).

Mobil pazarlamada SMS, pazarlama ve tanıtım amaçlı reklamlarda çok çeşitli şirketler için geniş kitlelere ulaşılması açısından oldukça faydalıdır. Cep telefonu son derece kişisel bir kanaldır. Belirli bir kişiye bağlıdır ve mobil kullanıcılar nereye giderlerse gitsinler onları her zaman taşırlar. Bu reklam verenlere pazarlama kampanyasının etkinliği için ne zaman ve nerede uygun olacağını, kolay hedefleme ve hesap verebilirlik ve potansiyel olarak yüksek etkileşim sunarken fırsatlarına ulaşma imkanı sağlar. Diğer taraftan SMS servis kullanıcılarının yalnızca 160 karakter uzunluğunda olabilen kısa mesaj göndermesine ve almasına izin verir. Bir SMS mesajının kısa metni, zayıf konfigürasyonu tanım gereği, ortamın maruz kalma fırsatlarını sınırlar. Son zamanlarda yapılan bir Forrester Research çalışmasına göre pazarlamacılar ve ilk uygulayıcılar aslında 160 karakterlik sınırın kısıtları konusunda endişeler göstermektedir. Bununla birlikte aynı zamanda yüksek mesaj gönderme hızı, nispeten düşük maliyet, mükemmel erişim ve cevap oranı gibi büyük avantajları olduğunu da belirtmektedirler (Kavassalis vd., 2014, s. 57).

Bir mobil cihazdan diğerine mesaj yollamanın diğer bir yolu olan MMS (multimedya mesaj servisi) servisinin SMS hizmetinden en temel farkı; sadece metin değil, ses, görüntü ve video gibi içerikler de gönderilebilmesidir. Bu nedenle MMS, pazarlama yönetici ve elemanlarına belirli bir marka, ürün veya hizmeti tanıtmak amacıyla ek hizmetler göndermeye yardımcı olan bir servis olarak görülmektedir. Teknolojinin gelişmesi sonucu mobil cihazlarda meydana gelen değişimler mobil pazarlamaya yeni yöntemler kazandırmaya devam ederken, bu yöntemlerden bir diğeri de yakın saha iletişimi olarak adlandırılan NFC ve Bluetooth olarak karşımıza

çıkılmaktadır. NFC teknolojisi önceden bağlantısı olmayan iki cihazın fiziksel bir nesne ile iletişim kurmasını sağlarken, Bluetooth altyapı hazırlığı gerektirmemesi ve uzaktan erişilebilirliği avantajı ile müşterinin telefonuyla iletişime geçilmesi sonucu reklam mesajının gönderilmesi ilkesine dayanmaktadır. NFC ile; reklamı deneyime dönüştürmek, etkileşimli kartvizitler oluşturmak, sadakat programlarına bağlı kılmak, değerlendirme ve derecelendirmeleri görmek ve bilgi edinmek gibi işlemler mümkün olabilirken, bluetooth; hedef kitle için, reklam verenlere belirli mekanlarda ve ilgili kişilere promosyonlar yapılmasına olanak sağlamaktadır (Hopkins & Turner, 2013, s. 75).

Mobil web siteleri, bilgisayarlar aracılığıyla kullanılan masaüstü web sitelerinin mobil cihazlarla uyumlu hale getirilmiş halidir. Mobil web siteleri ile ticaret amaçlı kurulmuş sitelere akıllı telefon ve tablet aracılığıyla müşteriler ulaşabilecek ve optimize edilmiş site üzerinde mobil kullanıcıların deneyimleri artırılabilir. Bu sayede müşteriler mobil aracılığı ile ürünlere göz atabilecek, sipariş verebilecek, ödeme yapabilecek, ürünler hakkında bilgi edinip ürünleri takip edebilecektir. Web sitelerine veya uygulamaların içerik yerleştirilen uygulama içi reklamlarda mobil pazarlama için önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Uygulamalarda ekran içerisinde karşımıza çıkan banner reklamlar, uygulamalarda aktivitelerden önce veya sonra çıkan video reklamları, tıklayınca büyüyen reklamlar, tıkla indir reklamlar vb. bu kategori içerisinde yer almaktadır. Bu reklamlar ne kadar düşük maliyetli olurlarsa olsunlar; müşterinin dikkatini çekmeyip, eğlendirmez ve inandırıcı olmayıp, bilgi eksikliği sağlarsa olumsuz sonuçlarla karşılaşılabilir. Bir uygulama içi reklamın etkisinin artırılması amacıyla; hedef kitleye hitap etmesi, akılda kalıcı mesajlar vermesi, eksik veya yalan bilgi verilmemesi, ses ve animasyonlarda abartılar yapılmaması, içeriğin kurumsallıkla uyumlu olması gibi unsurlara dikkat edilmelidir.

Mobil anlamda ele alınması gereken diğer bir pazarlama ürünü ise konum bazlı pazarlamadır. Konum bazlı pazarlama ile tüketicilerin bulunduğu yere göre içerik gösterimi sağlamak ve kültürel özelliklerine uygun ürün pazarlayabilmek mümkündür. Mobil cihazların GPS özellikleri sayesinde tüketicilerin konumu tespit edilip, bildirim göndermekte avantajları arasında sayılabilecek unsurlardan olduğu için konum bazlı pazarlamayı mobil pazarlamanın geleceği olarak düşünenler bulunmaktadır. Şüphesiz değinilmesi gereken ve günümüzde neredeyse tüm etiket ve afişlerde kullanılan bir pazarlama aracı ise 1D/2D boyutlu ve QR koddur. 1D ve 2D bir barkod uygulaması olup barkod okuyucular sayesinde taranarak ürüne ait bilgilere (fiyat, miktar, üretim tarihi vb.) erişilebilmektedir. Çeşitli araştırmalar sonucunda 1994 yılında diğer barkodlarından daha hızlı okunabilen QR (Quick Response) kod adı verilen barkod sistemi geliştirilmiştir. QR kodların en önemli özelliği; hasar görse de belirli referans noktaları zarar görmedikçe rahatlıkla okunabilir olmasıdır. Mobil cihazlar açısından bakıldığında ise büyüklükleri açısından kolaylıkla okunabilir olduklarından; web sitesini açmak, arama yapmak, kısa mesaj göndermek, video izlemek, ankete katılmak hatta ve hatta bankadan para çekmek gibi fonksiyonlar için kullanılmaktadır (Cop & Eru, 2019, s. 144).

## 5. DİJİTAL PAZARLAMANIN SİGORTA SEKTÖRÜNDEKİ YERİ

### 5.1. Dünyada Dijital Sigortacılık

Dijital çağda, teknolojik gelişmeler artan tüketici beklentilerini ve dijital dönüşümün hızını yakalayabilmek için stratejik bir öncelik haline gelmiş ve sigorta sektörü de strateji oluşturmak adına bu hisseden payını almıştır. Accenture raporuna göre, "Sigorta şirketlerinin %86'sı, rekabet gücünü korumak için inovasyonun giderek daha hızlı bir şekilde gerçekleşmesi gerektiğine inanıyor." Teknoloji, sigorta sektörüne çeşitli şekillerde aksamalar getirmesine rağmen değişiklik yapan sigorta liderleri, daha müşteri odaklı, düşük maliyetli ve operasyonel

mükemmellik yaratmalarına yardımcı olacak en son teknolojilere yatırım yapmaya başlamıştır (Imagenia, 2019).

Dijital kanallar, sigorta şirketlerinin reklam, pazarlama, satış ve servis fonksiyonları için giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Sigorta müşterilerinin diğer sektörlerle (sadece bankacılık değil, telekomünikasyon vs.) yaşadıkları deneyimler göz önüne alındığında, üstün dijitalleşme açısından beklentilerinin artması sonucu sigorta şirketleri üzerine düşen görevde bilakis artmıştır. Bu nedenle müşteriler, yüz yüze toplantılar, mobil, web kanalları ve çağrı merkezleriyle gelir koruma ve risk yönetimi seçenekleri konusunda bağlantı kurmak istemektedir. Tutarlı birçok kanallı müşteri hizmeti sağlamak ise sigorta şirketlerinin hazırlanmış bir işletim modeli aracılığıyla bilgi, işlem ve deneyimsel içeriklerini edinmelerini gerektirir. Net bir deneyim stratejisi için uygun yöntemler, standartlar ve araçlar ile birlikte bir iletişim işletim modeli gereklidir (EY Global, 2015).

Dünyaya bölgesel olarak bakıldığında; Asya-Pasifik ülkelerinde dijitalleşme ve refah fazla yüksek olmadığından dolayı düşük sigorta penetrasyonu ve bu bölgedeki yoğunluk oranları ile birlikte, dijital büyümenin müşteri büyümesini arttırmak amacıyla gerekli olmadığı görülmektedir. Bunun yerine sigortacılar tarihsel olarak, genellikle satış güçlerini genişleterek pazar payını hedeflemeye odaklanmışlardır. Amerika kıtasında ise bilgi teknolojilerine bütçenin yaklaşık %15 ile %30'u arasında bir harcama yapıldığı göz önüne alındığında, bölgedeki sigortacıların rakiplerimizden bir adım öndeyiz ve pazar payını artırmak için dijitalleşmeyi kullanıyoruz." deme olasılıkları daha yüksek olacaktır. Son olarak Avrupa'ya bakıldığında ise bilgi teknolojilerine bütçenin %10'unu ayırdığımız ancak Avrupalı sigortacıların hem kaliteyi artırmak hem de maliyetini azaltmak için dijitalleşme yoluyla müşteri deneyimi fırsatlarını kaçırdığı söyleyebiliriz. Bu nedenle birçok sigortacı için, gelecekteki iddialı hedeflere ulaşmak amacıyla kritik bir sonraki adım net ve yeterli bir şekilde finanse edilen dijital iş planı geliştirmek olmalıdır (EY Global, 2013).

PwC şirketinin, 2010 yılından beri dünya çapında binden fazla yönetici ile görüşmeler yaparak, sigorta sektörünü yeniden şekillendiren trendlere ve 2020 yılına kadar sektörde ne gibi değişiklikler olacağına dair senaryo analizlerini içeren Insurance 2020 serisine göre; dönüşüm gereklilikten doğar, bu nedenle önümüzdeki beş yılda ve sonrasında küresel sigorta sektöründe ortaya çıkacak önemli trendler ve işletmelerin geleceğe hazır olabilmek ve yeni trendlerden yararlanabilmek için oluşturacakları stratejiler yer almaktadır. Başlıca bu trendler ise;

- **Müşterilerde Köklü Değişiklik:** Müşteriler, perakende şirketleri gibi sigortacılarla da rahatça çalışmak istemektedir. Dijital ilerlemeler sayesinde sigortacılar, kusursuz çok kanallı deneyim ve daha verimli operasyonlar ile her zaman ve her yerde rahatlık sağlamak ve daha önce erişilmemiş olan düzeylerde hizmet vermektedirler.
- **Dijitalleşme:** Çoğu sigorta şirketi, dijitalle yatırım yapmaktadır. Hatta bazıları, doğrudan dijital satışın ötesine geçerek insanların hayatlarına dahil olmayı başarmaktadır. (Örneğin, kaskoda "kullandığın kadar öde" uygulaması)
- **Analizler:** Büyük veri analizleri, sensör teknolojisi ve iletişim ağları bir araya gelerek sigortacıların riskleri ve müşteri taleplerini daha önce hiç olmadığı kadar büyük bir kesinlikle tahmin etmelerine olanak tanımaktadır.
- **Yeni iş modelleri:** Geleceği düşünen pek çok sigortacı ve daha önce bahsettiğimiz pazara yeni giriş yapan sigortacılar, yeni iş modelleri geliştirmektedirler. İleri görüşlü şirketler, pek çok telekom ve teknoloji şirketinin kullandığına benzer, daha hızlı ve daha esnek olan, veri ile yönlendirilen yinelemeli bir yaklaşım sergilemek için çaba göstermektedir (PwC Türkiye, 2015).

## 5.2. Türkiye’de Dijital Sigortacılık

Türk sigortacılık sektöründe dijital sigortacılığın başlatılmasında pazarlama uygulamaları önemli bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya kullanımı ve internetten hizmet almanın kolaylaşması gibi gelişmeler sigortacılık sektöründe dijital uygulamalar yer almasına neden olmuştur. Yapılan inceleme sonucunda ise Türkiye’de faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin dijital sigorta uygulamalarına başladığı ve geliştirdiği tespit edilmiştir (Yurdakul & Dalkılıç, 2016, s. 65).

Eski Türkiye Sigorta Birliği (TSB) Başkanı ve Eureka Sigorta Genel Müdürü Can Akın Çağlar Bireysel ürünlerin dijital kanallardan çok daha hızlı satılmaya başladığına dikkat çekerek, sektör bütün detaylarıyla teknolojiyi hem kullanan hem kullandıran noktaya doğru geldiğini söylemiştir ve hatta biz sigorta şirketleri olarak buna son derece hazırız, diye eklemiştir. Eskiden teknolojiyi şirketlerin kendi ihtiyaçları için kullandığını hatırlatan Çağlar, şimdi ise müşterinin ihtiyacı için kullanmaya başladığını belirtmiştir. Can Akın Çağlar, müşteri ilişkilerini odağa alan dönemden müşteri ihtiyacının odağa alındığı döneme geçildiğini, sigortacılık ve teknoloji yan yana konuşulduğunda buradaki en büyük tehdidin acenteler üzerinde olacağını ifade etmiştir (Sigorta Medya, 2018). Can Akın Çağlar’ında bahsettiği üzere ülkemizde dijitalleşme hızla gelişmekte ve sigortacılıkta bu gelişimlerden payını almaktadır. Gerek sigorta talep edecek olan genç neslin teknolojiye yatkınlığı gerekse de sigorta ürünlerinin dijital ortamda takip edilebilme ve güvencesi açısından sektör için dijitalleşme yadrganacak bir durum değildir. Ancak bahsedildiği üzere dijitalleşmenin en başta acente gibi geleneksel sigorta dağıtım kanalları üzerinde büyük etkilerini olacağına söylemek mümkündür. TSB verilerine göre son 4 yılın ocak ayının satış şekli bazında prim üretimlerine bakıldığında ise 2017 yılından itibaren e-ticaret kanalında bir artış olduğu gözlenmektedir (TSB, 2016-2019).

**Tablo 1.** 2016 – 2019 Yılı Ocak Ayı Satış Şekli Bazında Prim Üretimi (TL)

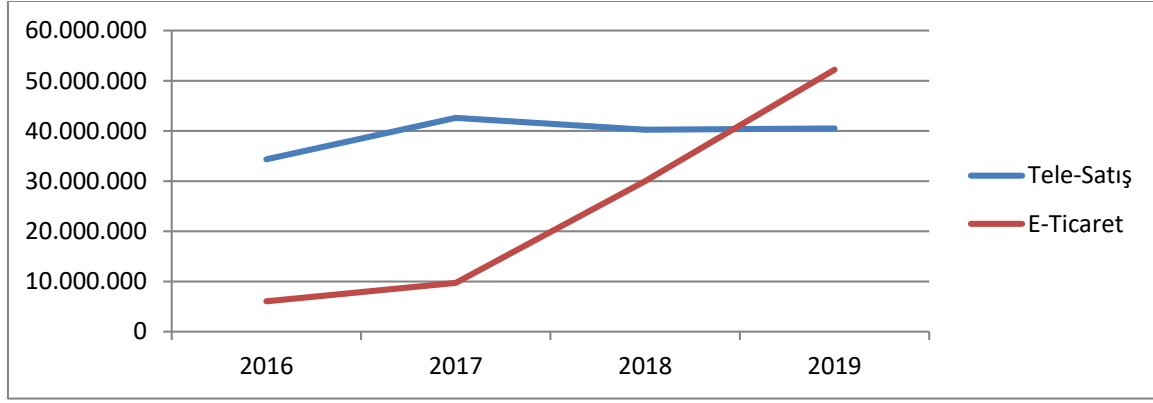
DÖNEM	SATIŞ ŞEKLİ						TOPLAM (TL)
	TELE-SATIŞ		E-TİCARET		GELENEKSEL		
2016	34.349.752	%0,9	6.058.907	%0,2	3.836.125.250	%99,0	3.876.533.909
2017	42.620.151	%0,9	9.723.421	%0,2	4.615.075.170	%98,9	4.667.418.742
2018	40.249.916	%0,7	30.005.958	%0,6	5.367.658.717	%98,7	5.437.914.591
2019	40.495.446	%0,7	52.200.034	%0,8	6.049.249.057	%98,5	6.141.944.537

**Kaynak:** Türkiye Sigorta Birliği (TSB). (2016-2019). *Resmi İstatistikler, Prim Üretimi Sıralaması.*

Tablo 1’den anlaşılacağı üzere, 2017 yılından itibaren tele-satış ve geleneksel satış yöntemlerinin toplam prim üzerindeki payı küçük oranlar itibariyle azalma göstermeye başlamıştır. Bunun sonucunda 2018 ve 2019 yılları itibariyle e-ticaret satış yönteminde bir artış gözlemlenmeye başlamıştır. Bu aradaki farkı daha iyi görebilmek adına tele-satış ve e-ticaret arasındaki denge değişimi Grafik 1’de ifade edilmiştir.

**Grafik 1.** Tele-Satış ve E-Ticaret Arasındaki Denge Değişimi





**Kaynak:** Türkiye Sigorta Birliği (TSB). (2016-2019). *Resmi İstatistikler*.

Türkiye Sigorta Birliği'ne göre e-ticaret, sosyal medya, veri işleme kapasitesi, mobil temas, teknolojik inovasyon müşteri iş ve modelindeki değişimler dijital dönüşümü etkileyen faktörler arasındadır. Dijitalleşme sürecinde, sigortacıların ilgi alanlarına yönelik yapılan bir araştırmada en fazla veri analizine ilgi gösterdikleri ve sırasıyla mobil, RPA (robotik süreç otomasyonu), AI (yapay zeka), siber güvenlik, IoT (nesnelerin interneti), ortak cloud altyapısı, biyometrik ve kimlik doğrulama, blockchain (şifrelenmiş veritabanı) gibi teknolojilerle de ilgilendikleri görülmüştür. Bu gelişmelerin ışığında sigortacılık sektörünün trendleri ve gelecek beklentileri şöyle sıralanabilir; (TSB, 2016-2019).

- InsurTech artık yıkıcı rekabet olarak değil, dönüştürücü bir güç olarak görülmektedir.
- Dijital dönüşüm daha iyi risk analizi ve daha güçlü müşteri ilişkilerine ihtiyaç duyulması sebebiyle etkinlik kazanmıştır.
- Sigorta şirketleri, veri analizi gibi bu değişimi destekleyecek anahtar teknolojilere yatırım yapmaktadırlar. Bunlar arasında RPA, AI ve IoT gibi yükselen teknolojiler öne çıkmaktadır. Blockchain teknolojisi her gün gelişmekte ve sigorta alanında daha fazla pratik uygulamaların görülmesi beklenmektedir.
- Sigortacılar ve InsurTech girişimleri, sektördeki zorlukların üstesinden gelmek için daha fazla iş birliği yapmaya başlamışlardır.

### 5.3. InsurTech – Sigorta Teknolojileri

Endüstri 4.0 devriminin hızla gerçekleştiği bugünlerde finans sektörü de bu gelişimden etkilenmektedir. Hem sigorta kurumları hem de girişimciler için yeni fırsatlar yaratan bu süreç, sigorta yaptırانların risklerini minimize edip, maliyetlerini düşürmek için inovatif teknolojiler ile devreye girmektedir. Gelişen finansal teknolojilerin sigorta sektöründe yaygın kullanımı ise Insurtech adı verilen sigorta teknolojilerini doğurmuştur. InsurTech kısaca; sigortacılar (sigorta şirketleri, acenteler, brokerlar, bankalar) ve sigortalıların hayatlarını kolaylaştırarak, risklerini minimize eden, tüm inovatif teknolojiler, mentörlük, fon ve tecrübe gibi maddi manevi destek sağlayan, sınırsız fırsatlara sahip bir sistemdir (Sigortaladım, 2019).

Sigorta şirketleri; kasko poliçesi için aracın yaşı, sigortalı bilgileri ve hasarsızlık gibi kriterler üzerinden hesaplama yapmakta ve bu sorular sigorta poliçesinin fiyatında etkin olmaktadır. Bu aşamada InsurTech ise; Internet of Things uygulamaları ile aracın ve kişinin davranış/kullanım analizini yaparak, risklerinizi tespit edip, risk oluşumlarını da minimize edecek şekilde kişiye özel daha doğru sigorta poliçesi önerecek projeleri destekleyerek, sektörün gelişmesine katkı sağlayan bir aracı olacaktır. Bu şekilde hem sigorta ürünlerinin pazarlanmasına yardımcı olacak hem de dijital pazarlama döngüsü daha doğru ve müşteriye uygun şekilde gerçekleşecektir.

Sigortacılığın geldiği bu son noktada amaç müşterinin ihtiyaçlarını karşılayacak, risklerini kapatacak nitelikte eksiksiz olarak sigorta hizmetlerinin sunulmasıdır. Ülkemizde InsurTech; geçtiğimiz yılları FinTech (finans teknolojileri) gölgesinde geçirmiştir. Finansal teknoloji ekosistemini aynı çatı altında toplayarak genişletmek amacıyla kurulan “FinTech İstanbul” Platformu bu konuda InsurTech için de iyi bir örnek olmuştur. FinTech İstanbul’da 200’den fazla girişim ortaya çıkmış ve bu girişimlerin 2016 yılında gerçekleştirdikleri işlem hacmi 15 milyar dolara yaklaşmıştır (Acer, 2017). Ted T. Devine’e göre InsurTech, iş sistemi genelinde sigorta dağıtımını iyileştirmeye yönelik yenilikçi bir teknoloji fikridir. Birçok insanın anlamadığı ise, şuan InsurTech’in geleneksel sigorta kanallarında gerçekleştiğidir. Kullanıcı deneyiminde yapılan geliştirmeler sonucunda dijital pazarlamaya odaklanılması nedeniyle sigorta şirketleri bu teknoloji temelli gelişmeleri uygulanabilir olduğu durumlarda kendi satış modellerine uygulamalıdır (Akgül, 2019).

### 5.3.1. Telematik

Telematik sistemi otomobillere sonradan veya üretim seviyesinde entegre edilebilen bir sistem olup, sürücülere geri bildirim sağlayarak ve iyi sürücülere ödüllendirerek Türkiye’deki sürüş kalitesini artmasını sağlamaktadır. Yeni sistemde, araç sigortalarında fiyatlandırmaya temel oluşturan yaş ve cinsiyet gibi kriterlerin yerini kullanım şekli alacak, uçaklardaki kara kutuya benzetilebilecek telematik sistem sayesinde, kurallara uyan sürücüler yüzde 30’a kadar daha az sigorta primi ödeyeceklerdir (Sigorta Gündem, 2017).

Telematik sisteminin uygulamaya geçmesi ile beraber kasko ve trafik sigortalarında fiyatlandırma modeli tümünden değişecek ve aracın konum bilgisi, sürücünün sürüş biçimi ve kurallara uyup uymadığını kayıt altına alan telematik sayesinde, yaş ve cinsiyet gibi fiyatlandırmada temel oluşturan değişkenlerin yerini kişiselleştirilmiş veriler alacaktır. Telematik sistemi araçlara sonradan yerleştirilebileceği gibi, otomotiv üreticileri tarafından üretim seviyesinde de entegre edilebilmektedir. Sigorta şirketlerinin riski yönetmelerini kolaylaştıran telematik sisteminin, sigortalılar için de mühim avantajlar getirmektedir. Bu avantajların en önemlisi ise telematik sisteminden elde edilen verileri inceleyen sigorta şirketlerinin, kişiye özel fiyatlandırma yapabilmeleri ve bu şekilde dijital pazarlama olgusunun müşteriye yönelik doğru şekilde işleyebilmesidir. Bu sistem ile ayrıca çalınan araçların takibi, otomatik acil durum duyurusu gönderilmesi, araçtaki arızaların otomatik olarak servise bildirim ve yakıt tasarrufuna yönelik ipuçları verilmesi gibi yeni hizmetler de sunulabilecektir (ProCompliance, 2015).

## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dijitalleşme sonucunda işletmelerin teknolojiyi yakından takip etmeleri ve ar-ge çalışmalarına önem vermeleri zorunlu hale gelmiştir. Aksi düşünülemez ki bu gelişmelerden sigorta şirketleri de payına düşeni almış ve gerek rekabet avantajı sağlamak gerekse devamlılıklarını sürdürmek amacıyla dijitalleşmeye ayak uydurulması gerektiğinin farkına varmışlardır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, pazarlamanın evrimleşmesinden itibaren dijital çağdaki pazarlama hakkında bilgiler sunmak, dijital pazarlamanın sigorta sektöründeki yerini ve önemini sektörden alıntılanmış güvenilir haberler ve sektörel göstergeler ışığında okuyucuya sunmaktır.

Yapılan bu araştırma sonucunda; sigorta şirketlerinin Endüstri 4.0 devrimi kapsamında AI (yapay zeka), IoT (nesnelerin interneti), big data (büyük veri) analizlerinin çözümlenmesi gibi InsurTech (sigorta teknolojileri) içerisinde yer alan ürünlere daha fazla fon ayırmaları gerektiği bunun devamında ise yapılan her bir yatırım sonucunda hem sigorta şirketlerinin hasar süreçlerinin kısılması, sahte hasar oranlarının düşmesi hem de elde ettikleri veriler doğrultusunda müşteriye uygun ürünlerin satışı gerçekleştirilebilecek ve profesyonel bir

pazarlama anlayışını benimseyebileceklerdir. Buna ek olarak telematik ürünü sayesinde sigortalılar hakkında birçok veriye ulaşılabilecek, iyi sürücüler ödüllendirilip kötü sürücüler cezalandırılabilir, bu imkanlar dahilinde; doğrudan satışın yanısıra çapraz satış imkanı da oluşturulabilecektir. Dijital pazarlamanın ürünü olan mobil pazarlamanın getirmiş olduğu sosyal medya ve sosyal ticaret gibi yenilikler ile yüksek sayıda kişiye ulaşma imkanı sigorta şirketlerinin bünyelerine yeni müşteriler katmalarına yardımcı olacaktır. Dijital pazarlamanın getirmiş olduğu yeniliklerden biri olan canlı destek ile birlikte sigortalılar hasar anında ulaşabilecekleri bir muhattap bulamama korkularını gidermiş olacak ve ayrıca sigorta ürünü hakkında bilgi verme, online satın alma gibi işlemlerde bu kanal aracılığıyla gerçekleştirilmiş olacaktır.

Türkiye Sigorta Birliği'nden alınan veriler doğrultusunda e-ticaret üzerinden sigorta hizmeti alımı 2017'den itibaren sigorta talep eden kitle tarafından tercih konusu olmaya başlamıştır. Bu nedenle her bir sigorta şirketi bu hizmeti verecek web sitesi ve mobil uygulama geliştirmesi gerekirken, sigorta piyasasının başrol oyuncularını oluşturan acentelerin satışlarının azalması sebebiyle dijital acentelik faaliyetlerine başlamaları zorunluluğu ortaya çıkacaktır. Bu yüzden acentelerin oluşturacakları dijital portallarda da anında hasar destekleri ve bilgilendirme hizmetlerinin olması da yararlarına olacaktır. Bu çalışma okuyucunun ve araştırmacının dijitalleşme konusunda fikir sahibi olmasına, dijital pazarlamanın gelişimi hakkında bilgi edinmesine ve dijital pazarlamanın sigorta sektöründeki rolünü kavramasını sağlamak için alt yapı niteliğindedir. Araştırma sigorta sektöründe yer alan web siteleri ve mobil uygulamaların kullanımını ve yararları bilgi edinilerek genişletilebilir, farklı bakış açılarıyla yeniden güncellenebilir, okuyucuya öneriler sunulabilir ve bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara yol gösterebilir.

## KAYNAKÇA

- Acer, F. (2017). *Sigorta sektörü insurtech ile gelişecek*, [https://www.bankasurans.com.tr/sigorta-sektoru-insurtech-ile-gelisecek adresinden 17.11.2019](https://www.bankasurans.com.tr/sigorta-sektoru-insurtech-ile-gelisecek-adresinden-17.11.2019) tarihinde erişilmiştir.
- Akar, E. (2019). *E-ticaret, sosyal ticaret, mobil ticaret*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Akgül, T. (2019). *Dijital sigorta: insurtech merkezli bir gelecek*, <http://www.sigortablogger.com/sigorta-bilgileri/dijital-sigorta-insurtech-merkezli-bir-gelecek/.html> adresinden 17.11.2019 tarihinde erişilmiştir.
- American Marketing Association (AMA). (2017). *AMA definitions of marketing*. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing> adresinden 18.10.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Barnes, S. J., Scornavacca, E. (2004). Mobile marketing: the role of permission and acceptance. *Int. J. Mobile Communication*. 2(2), 128-139.
- Cop, R. & Eru, O. (2019). *A'dan Z'ye mobil pazarlama*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Crawford, S. (2013). Insurance in a digital world: the time is now. *EY Global Insurance Digital Survey*.
- Facchetti, A., Rangone, A., Renga, F.M. & Savoldelli, A. (2005). Mobile marketing: an analysis of key success factors and the European value chain. *Int. J. Management and Decision Making*. 6(1), 65-80.
- Green, N., Harper, R.H.R., Murtagh, G. & Cooper, G. (2001). Configuring the mobile user: sociological and industry views. *Personal Ub Comp*. (5), 146-156.

- O'Mara, M. & Memmo, F. (2015). The future of insurance in a digital world. *EY Global Insurance Digital Survey*.
- Hopkins, J. & Turner, J. (2013). *Mobil pazarlama hakkında her şey: araçlar, stratejiler, deneyimler*. (B. Gündüz, Çev.) İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım.
- Kavassalis, P., Spyropoulou, N., Drossos, D., Mitrokostas, E., Gikas, G. & Hatzistamatiou A. (2014). Mobile permission marketing: framing the market inquiry. *International Journal of Electronic Commerce*. 8(1), 55-79.
- Matskin, M. & Tveit, A. (2001). Mobile commerce agents in WAP-based services. *Journal of Database Management*. 12(3), 27-35.
- Ngai, E.W.T. & Gunasekaran, A. (2007). A review for mobile commerce research and applications. *Decision Support Systems*. 43, 3-15.
- Okazaki, S. (2005). New perspectives on m-commerce research. *Journal of Electronic Commerce Research*. 6(3), 160-164.
- ProCompliance.net. (2015). *Dijital yeniliklerin sigortacılık sektöründeki yansımaları-telematik sistem uygulaması*. <https://www.procompliance.net/dijital-yeniliklerin-sigortacilik-sektorundeki-yansilamaları-telematik-sistem-uygulaması/> adresinden 20.11.2019 tarihinde erişilmiştir.
- PwC Türkiye. Yoder, J., Rao, A., O'Hearn, S. (2015). *Sigorta sektöründe 2020 ve sonrası: dönüşüm gereklilikten doğar*. <https://www.pwc.com.tr/tr/sectorler/sigortacilik-bireysel-emeklilik/yayinlar/sigorta-sektorunde-2020-ve-sonrasi.html> adresinden 15.12.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Schafer, J. B., Konstan, J. A. & Riedl, J. (2001). E-commerce recommendation applications. *Data Mining and Knowledge Discovery*. 5(1/2), 115-153.
- Sektörel Haberler. *4 Maddeyle insurtech nedir?*. <https://www.sigortaladim.com/sektorel-haberler/insurtech-nedir> adresinden 16.11.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Shankar, V. & Balasubramanian, S. (2009). Mobile marketing: a synthesis and prognosis, *Journal of Interactive Marketing*. 23(2), 118-129.
- Sadeh, N. (2002). *M-commerce: technologies, services, and business models*. New York: John Wiley & Sons.
- Saxena, P. (2019). *5 technology trends transforming insurance industries*, <https://www.imaginea.com/5-digital-trends-transforming-insurance-industries> adresinden 06.11.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Sigorta Gündem, 05.07.2017, *"Telematik" hasarı yüzde 30 oranında azaltacak*, <http://www.sigortagundem.com/haber/telematik-hasari-yuzde-30-oraninda-azaltacak/1209401> adresinden 19.11.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Sigorta Medya, 12.12.2018, *Sigortacıların 5 yıllık stratejisi dijitalleşme olacak*, <https://www.sigortamedya.com.tr/sigortacilarin-5-yillik-stratejisi-dijitallesme-olacak> adresinden 12.11.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Spiller L.D. & Scovotti C. (2008). Curriculum currency: integrating direct and interactive marketing content in introductory marketing courses. *Journal of Marketing Education*. 30 (1). 66-81.
- Tutgun Ünal A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Türkiye Sigorta Birliği (TSB), *Hayat dışı strateji komitesi, dijital dönüşüm & insurtech sunumu*. [https://tsb.org.tr/images/Documents/Komite%20sunumu\\_Dijital%20d%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BCm%20ve%20insuretech\\_20190206v1.pdf](https://tsb.org.tr/images/Documents/Komite%20sunumu_Dijital%20d%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BCm%20ve%20insuretech_20190206v1.pdf) adresinden 07.02.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Türkiye Sigorta Birliği (TSB). (2016). *Resmi istatistikler, satış şekli bazında primler*. <https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909> adresinden 14.11.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Türkiye Sigorta Birliği, (TSB). (2019). *Resmi istatistikler*. 10.12.2019, <https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909> adresinden 10.12.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Wymbs, C. (2011). Digital marketing: the time for a new “academic major” has arrived. *Journal of Marketing Education*. 33(1), 93-106.
- Varnalı, K. & Toker, A. (2010). Mobile marketing research: the-state-of-the-art. *International Journal of Information Management*. 30(2), 144-151.
- Vrechopoulos, A., Constantiou, I., Sideris, I. & Doukidis, G. (2003). The critical role of consumer behaviour research in mobile commerce. *Int. J. Mobile Communications*, 1(3), 329-340.
- Yurdakul, M. & Dalkılıç, N. (2016). Sigortacılık Sektöründe Dijital Çağ. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 50, 49-67.