



Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (BAİBÜFD)

Bolu Abant İzzet Baysal University
Journal of Faculty of Education

2022, 22(4), 1642 – 1667.

<https://dx.doi.org/10.17240/aibuefd.2022.22.74506-1141129>



Yetişkinlerin Toplu Organizasyonlara İlişkin Bilişsel Yapılarının İncelenmesi: Bolu Örneği*

Examination of Adults' Cognitive Structures Regarding Collective Organizations: The Example of Bolu

Çağrınur Sağ¹ , Selahattin Kaymakçı² 

Geliş Tarihi (Received): 05.07.2022

Kabul Tarihi (Accepted): 19.10.2022

Yayın Tarihi (Published): 29.12.2022

Öz: Toplu organizasyonlar, başlangıç tarihi kesin olarak bilinmeyen geleneksel faaliyetleri kapsayan, farklı bölgelerde yaşayan bireyleri ve kültürel özellikleri bir araya getirerek bütünleştiren, belirli dönem ve süreleri olan organizasyonlardır. Toplu organizasyonların geçmişteki ve günümüzdeki görünümünü ve değişimini gözlemlemek kültürel ve sosyal unsurların devamlılığı için önemlidir. Bu çalışmada yetişkinlerin toplu organizasyonlara ilişkin bilişsel yapılarının Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) aracılığıyla incelenmesi amaçlanmıştır. Nicel araştırma desenlerinden tarama modelinin tercih edildiği çalışmaya Bolu ili ve ilçelerinde yaşamakta olan 61 yetişkin katılmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında Kelime İlişkilendirme Testi'nden yararlanılmış, elde edilen veriler kesme noktası tekniği ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda yetişkinlerin toplu organizasyonlar kapsamında belirlenen anahtar kavramlara ilişkin ürettikleri kelimelerin genellikle günlük yaşamla, ihtiyaçlarla, yöreye özgü ürün ve yiyeceklerle, eğlence ortamlarıyla ve yörede sürdürülen ekonomik faaliyetlerle ilgili olduğu tespit edilmiştir. Yetişkinlerin en az panayır anahtar kavramıyla ilgili kelime ilişkilendirmiş olmalarından hareketle panayır kültürünün devam ettirilmesine yönelik faaliyetler yapılabilir. Ayrıca toplu organizasyonlara daha fazla ağırlık verilmesi illerin hem kültürel hem de ekonomik anlamda gelişmesine katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Yetişkin, toplu organizasyon, kavram, Kelime İlişkilendirme Testi, Bolu.

&

Abstract: Collective organizations are organizations with certain periods and periods that encompass traditional activities with no exact start date, bringing together individuals and cultural characteristics living in different regions. Observing the appearance and change of collective organizations in the past and present is important for the continuity of cultural and social elements. In this research, it is aimed to examine the cognitive structure of adults related to collective organizations through the Word Association Test (WAT). A total of 61 adults living in Bolu province and districts participated in the research, in which the screening model from quantitative research patterns was preferred. Word Association Test was used in the collection of research data and the data obtained were analyzed with the cutting point technique. As a result of the research, it has been determined that the words produced by adults regarding the key concepts determined within the scope of collective organizations are generally related to daily life, needs, local products and foods, entertainment environments, and economic activities carried out in the region. Activities can be carried out to maintain the fair culture based on the fact that adults have at least associated words related to the concept of the fair key. Based on the fact that adults have at least associated words related to the key concept of the fair, activities can be carried out to maintain fair culture. In addition, greater emphasis on collective organizations can contribute to the development of the provinces both culturally and economically.

Keywords: Adult, collective organization, concept, Word Association Test, Bolu.

Atıf/Cite as: Sağ, Ç. ve Kaymakçı, S. (2022). Yetişkinlerin Toplu Organizasyonlara İlişkin Bilişsel Yapılarının İncelenmesi: Bolu Örneği. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 22(4), 1642-1667. <https://dx.doi.org/10.17240/aibuefd.2022.22.74506-1141129>

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/ijaws>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2015 – Bolu

1. GİRİŞ

Organizasyon, mal ve hizmet üretmek amacıyla, bireylerin sorumluluklarını en iyi şekilde gerçekleştirmek üzere belirli bir düzene konmaları ve bununla birlikte gerekli her türlü araç, gereç ve

¹ Sorumlu Yazar: Bilim Uzmanı Çağrınur Sağ, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilgiler Eğitimi, cagrinursag94@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1955-3900>

² Prof. Dr. Selahattin Kaymakçı, Kastamonu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilgiler Eğitimi, kaymakci37@yahoo.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5905-9902>

malzemenin teçhiz edilmesidir (İleri ve Çoban, 2006). Başka bir deyişle organizasyon, "Bireylerin tek başlarına gerçekleştiremeyecekleri amaçlarını başkalarıyla bir araya gelerek, grup hâlinde çaba, bilgi ve yeteneklerini birleştirmeleri yoluyla gerçekleştirmelerini mümkün kılan bir iş bölümü, koordinasyon sistemi, düzen veya yapıdır." (Eren, 2003, s. 203-204, akt. Şimşek ve Çelik, 2018, s. 22).

Yapılış ve düzenleniş amaçlarına göre farklılaşmakla birlikte organizasyonlar birtakım işlevler üstlenmektedir. Birliktelik temeline dayalı, toplu organizasyon adı altında değerlendirilebilecek etkinlik ve uygulamalar toplumsal anlamda birlikteliğin oluşması, farklı kültürlerin ve kültür ürünlerinin bir araya gelmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca toplu organizasyonlar, devletin ve halk ekonomisinin destekleyicileri konumundadır. Bu tür organizasyonlar, ekonomik, siyasal, sosyal, psikolojik ve kültürel çok yönlü fonksiyonlarıyla toplumlara ait oldukları kimlikleri hatırlatma görevi üstlenmelerinin yanı sıra dirlik, birlik ve beraberlik gibi duyguları pekiştirerek yabancılaşmaya da engel olmaktadır (Akarpınar, 2004).

Toplu organizasyonlar toplumdan topluma ve yöreden yöreye değişmektedir. Oluşumlarında genellikle kurtuluş ve anma günleri, tarımsal ürünlerin tanıtımları, hasat sonları, baharı karşılama ve kış yarısı kutlamaları gibi çeşitli olayların etkili olduğu toplu organizasyonlar (Ercan, 2018); uygulama, gelenek ve görenek gibi unsurların zamanla ilk anlamından farklı birtakım değişimler yaşaması nedeniyle evrime uğrayabilmekte ve başka bir algı oluşturabilmektedir (Durmaz, 2017).

Toplu organizasyonların birtakım türleri ve kavramları bulunmaktadır. Bunlar arasında daha çok ekonomi ile ilişkilendirilen emtia da bulunmaktadır. Emtia kavramının toplu organizasyonlar ile ilişkisi ise festival, fuar, panayır, pazar ve sergi gibi etkinliklerde ekonomik faaliyetlerin önemli bir yer tutmasından kaynaklanmaktadır. Emtia, ticari olarak ve satış amaçlı kullanılan mallar ve eşyalar şeklinde tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle emtia, herhangi bir işletmenin, üretme ya da satın alma yoluyla, satış amacıyla hazır halde bulundurduğu iktisadi kıymetlere denilmektedir (Çelik Mama ve Gökkaya, 2008).

Toplu organizasyonlar ile ilgili diğer bir kavram festivaldir. Festivalleri, "Bir toplumun kültürünü ve dünya görüşünü temsil eden, doğrudan veya dolaylı toplumun tüm bireylerini etkileyen, kutlama etkinliklerinde merkezlenen, ritüel form ve olaylardan oluşan, genellikle evrensel, sosyal ve kültüre nüfuz eden sembolleri ile halka ait, belirli bir grup tarafından veya dini ve resmi kuruluşlarca desteklenen bir gün veya günlerin yinelenmesinden oluşan dönem." olarak tanımlamak mümkündür (İmirgi, 2003, s. 5). Festivallerin düzenlenmesinde, yöreye ait kültürle tarihin korunması ve geliştirilmesi, boş vakitlerin etkinliklerle değerlendirilmesi aracılığıyla yerel rekreasyonun oluşturulması, çeşitli iş olanaklarının sağlanması ve yerel turizm sektörünün geliştirilmesi gibi farklı amaçlar rol oynamaktadır (Günersel, 1997).

Toplu organizasyonlar ile ilişkilendirilebilecek başka bir kavram fuardır. Fuarlar, türlü sanat eseri, mal, hizmet ve teknik buluşların düzenlendiği, ürün ve hizmetlerin ziyaretçilere sunulduğu, satıcı ile alıcıların bir araya geldikleri ve etkileşimde buldukları etkinliklerdir (Kasapoğlu, 1998). Sülün (2006) fuarları, çeşitli ülkelerden gelen alıcı ve satıcıların buluşma noktası olarak nitelendirmiştir. Fuar organizasyonlarının farklı bölge, yöre, ülke ve kültürlerden bireyleri bir araya getirmesi, bireyler arasında etkileşim sağlaması ile birlikte kültürel paylaşımların oluşmasına olanak sağlaması fuarların kültürel işlevleri arasında yer almaktadır (Göksel ve Sohodol, 2005, akt. Keleş, 2020).

Toplu organizasyonlar ile ilgili diğer bir kavram panayırdır. Panayır kavramı zaman içerisinde kaybolmaya yüz tutmuş bir toplu organizasyon türü olarak kabul edilebilir. Panayır organizasyonları, yılda bir-iki kez ve genel olarak da bir haftalık süre ile kurulan, büyük yöresel pazarlar olarak nitelendirilmektedir (Kaya, 1994). Panayırlar, ticari toplanma alanı olmakla birlikte yıllardır sürdürülen, içerisinde somut olmayan kültürel miras öğelerini barındıran ve bunların devamlılığını sağlayan bir tür geleneksel uygulamalardır. Toplumun kültürel kodlarını bünyesinde bulunduran panayırlar, bu kodların korunması ve devamlılığının sağlanması konusunda önemli bir görev üstlenmektedir. Ayrıca panayır

organizasyonlarının, katılım sağlayan özellikle genç bireylerin kendi kültürlerine has uygulamaları gözlemlene fırsatı sunması ve bu uygulamaları hafızalarına kaydetmesi gibi işlevleri bulunmaktadır (Açıkel, 2019).

Toplu organizasyonlar ile ilişkilendirilebilecek başka bir kavram pazardır. Pazarlar, sebze, meyve, giyim, ayakkabı ve züccaciye gibi çeşitli ihtiyaçların uygun fiyatlara temin edilebildiği, belirli bir zaman, gün ve yerde kurulan alışveriş organizasyonlarıdır (Tunçel, 2019). Pazarlar şehir ve kasaba kültürünün gelişmesi neticesinde daha da hız kazanmıştır. Şehirlerin tarihi, mimarisi, arkeolojisi ve sanatı ile birlikte şehir folklorunun asıl merkezi olmuşlardır. İlerleyen zamanlarda ekonomik ihtiyaçların yanı sıra sosyal ihtiyaçları da karşılayan alanlar hâline gelerek büyük bir dönüşüm ve değişim geçirmişler (Bayat, 2019), çeşitli nedenlerle pazarların bir kısmı değerlerini kaybederek ortadan kalkarken, bazıları ise varlıklarını koruyarak günümüze kadar ulaşmayı başarabilmişlerdir (Tunçel, 2009).

Toplu organizasyonlar ile ilgili diğer bir kavram sergidir. Avrupa'da ilk zamanlarda ulusal anlam taşıyan sergiler, pazar ve panayır organizasyonlarının kurumsallaşmış halleridir. Sergiler zamanla, ülkelerin üretim kaynaklarının, ürünlerinin ve teknolojik gelişmelerinin insanlar tarafından bilinmesine olanak sağlayan yerler niteliğine bürünmüşlerdir (Demir, 2018). Buradan hareketle sergilerin, birtakım kültürel birikimlerle üretilen ürünlerin tanıtılmasına imkân sağlama, aynı amaca sahip insanları bir araya getirerek kültürel birliktelik oluşturma ve kültürel bakış açısı kazandırma gibi işlevlerinin bulunduğu söylenebilir.

Toplu organizasyonlar kadar icra edildiği yerler de önemlidir. Bunlardan birisi de Karadeniz Bölgesi'nin Batı Karadeniz Bölümü'nde bulunan Bolu şehridir. Tarihî ve doğal güzelliklerinin yanı sıra zengin bir kültürel mirasa sahip olan Bolu, Ankara ve İstanbul gibi iki büyük şehir arasında ulaşımı sağlamakta, aynı zamanda ilçelerinden Göynük ve Mudurnu'nun konumu dolayısıyla Tarihî İpek Yolu güzergahı üzerinde bulunmaktadır (Sarioğlu ve Bağcı, 2016). Öte yandan Bolu ili ve ilçelerinde yılın belirli dönemlerinde toplu organizasyonlar gerçekleştirilmektedir. Haziran ayında Mudurnu'da düzenlenen İpek Yolu Festivali, eylül ayının ikinci haftasında Gerede'de düzenlenen Geleneksel Gerede Hayvan ve Emtia Panayırı, eylül ayının ikinci hafta sonu Mengen'de düzenlenen Mengen Aşçılık Festivali, ekim ayının ilk hafta sonu Seben'de düzenlenen Seben Elma Festivali, ekim ayının son haftası Bolu il merkezinde düzenlenen Uluslararası Köroğlu Festivali toplu organizasyonların en bilindikleri arasında gösterilebilir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

İlgili literatür incelendiğinde çeşitli alan ve disiplinleri de kapsamı sebebiyle toplu organizasyonlara ilişkin birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Bunlar; panayırların kültürel, nitelik ve nicelikleriyle ayrıntılı olarak ele alındığı çalışmalar (Açıkel, 2019; Akarpınar, 2004; Çalışkan, 2018; Çalışkan, 2019; Girgeç, 2008; Karaca, 2017) ile panayır, festival, fuar, sergi ve pazar gibi toplu organizasyonların tarihsel açıdan incelendiği çalışmalar (Doğan, 2011; Durmaz, 2017; Ful, 1998; Kaya ve Yılmaz, 2020; Şen, 1992) şeklinde gruplara ayrılabilir. Ayrıca toplu organizasyonların ticari açıdan ele alınmasına yönelik çalışmalar (Sülün, 2006; Tunçel, 2009; Ülgen, 2012), toplu organizasyonların toplum üzerindeki etkilerine yönelik çalışmalar (Mısırlı ve Özdemir, 2018; Özdemir, 2019) ve panayır ile edebiyat ilişkisine yönelik çalışmalar (Yılmaz, 1997) şeklinde sıralanabilir. Çalışmaların toplu organizasyon türlerine odaklanmakla birlikte yetişkinlere yönelik uygulamalar ile kavram öğretimi açısından sınırlı bir yapı arz ettiği söylenebilir. Bu bağlamda festival, fuar, panayır, pazar, sergi organizasyonları ile bahsi geçen toplu organizasyonların tümünde geçerli olan emtia kavramının, Bolu il ve ilçelerinde yaşayan yetişkinler tarafından nasıl algılandığının belirlenmesi ve yetişkinlerin mevcut bilişsel yapılarının ortaya konulması gerekmektedir. Ayrıca Bolu ilinde yaşayan yetişkinlerin bilişsel yapılarının incelenmesi yoluyla elde edilen sonuçların, bahsi geçen ilin ve ilçelerin kültür turizmi destinasyonuna ve uzun vadeli (master) planlarına ilişkin fikir vermesi bağlamında önemli olacağı ve böylelikle alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.1. Araştırmanın amacı

Bu araştırmanın amacı Bolu il ve ilçelerinde yaşayan yetişkinlerin Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) aracılığıyla toplu organizasyonlara ilişkin bilişsel yapılarını incelemektir. Araştırmada aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- 1- Bolu il ve ilçelerinde yaşayan yetişkinlerin KİT'te yer alan her bir kavram için ürettikleri kelime sayısı nedir?
- 2- Bolu il ve ilçelerinde yaşayan yetişkinlerin;
 - a) Emtia
 - b) Festival
 - c) Fuar
 - d) Panayır
 - e) Pazar
 - f) Sergi anahtar kavramına ilişkin bilişsel yapıları nedir?

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın modeli

Araştırmada nicel araştırma desenlerinden tarama deseni tercih edilmiştir. Tarama araştırmaları genellikle sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan, büyük çalışma grupları üzerinde yürütülen, grupta yer alan bireylerin bir olgu ve olayla ilgili görüşlerinin, tutumlarının, olgu ve olayların betimlenmeye çalışıldığı araştırmalardır (Karakaya, 2014). Ekonomiklik, verileri hızlı toplayabilmeye ve herhangi büyük bir evrene ilişkin özelliklerin evreni temsil eden bir örneklem vasıtasıyla belirlenebilmesine olanak sağlaması nedenleriyle araştırmada tarama modeli tercih edilmiştir (Fowler, 2009, akt, Creswell, 2016/2014).

2.2. Araştırmanın çalışma grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Bolu il ve ilçelerinde ikamet eden ve araştırmaya katılmayı kabul eden toplam 61 yetişkin oluşturmaktadır. Bilindiği gibi örneklem; belli bir evrenden, kendine ait belli kurallara göre seçilen ve seçildiği evreni temsil ettiği kabul edilen küçük kümedir (Karasar, 2013). Amaçlı örnekleme ise çalışmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanıyan bir yöntemdir (Büyüköztürk vd., 2015). Bu doğrultuda diğer örnekleme yöntemlerinin kullanma olasılığının sınırlı olması, daha az zaman ve emek gerektirmesi ile araştırmaya hız ve pratiklik kazandırması gibi nedenlerle araştırmada kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Araştırmanın çalışma grubuna ilişkin demografik bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir:

Tablo 1.

Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler (n=61)

		n	%
Cinsiyet	Kadın	38	62.30
	Erkek	23	37.70
	Toplam	61	100
Yaş Aralığı	18-28	32	52.46
	29-39	17	27.87
	51-61	6	9.84
	40-50	5	8.20
	62-72	1	1.63
	Toplam	61	100

Tablo 1. Devamı*Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler (n=61)*

		n	%
İkamet Süresi	10 Yıl ve Üzeri	58	95.09
	5 Yıldan Az	3	4.91
	Toplam	61	100
Eğitim Düzeyi	Lisans	29	47.55
	Lise	10	16.40
	Ön Lisans	10	16.40
	Ortaokul	6	9.83
	İlkokul	4	6.55
	Yüksek Lisans	2	3.27
Toplam	61	100	
Katılım Durumu	Evet	41	62.22
	Hayır	20	32.78
	Toplam	61	100

Tablo 1'e göre çalışmaya katılan katılımcıların %62.30'u (n=38) kadın, %37.70'i (n=23) ise erkek katılımcıdır. Katılımcıların %52.46'sının (n=32) 18-28, %27.87'sinin (n=17) 29-39, %9.84'ünün (n=6) 51-61, %8.20'sinin (n=5) 40-50 ve %1.63'ünün (n=1) ise 62-72 yaş aralığında olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların %95.09'u (n=58) 10 yıl ve üzerinde, %4.91'i (n= 3) ise 5 yıldan az süredir Bolu il ve ilçelerinde ikamet etmektedir. Katılımcıların %47.55'inin (n=29) lisans, %16.40'ının (n=10) lise ve ön lisans, %9.83'ünün (n=6) ortaokul, %6.55'inin (n=4) ilkokul ve %3.27'sinin (n=2) de yüksek lisans mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcıların %62.22'si (n=41) başka il/ilçelerdeki toplu organizasyonlara katılım sağlarken, %32.78'i (n=20) katılım sağlamamıştır.

2.3. Veri toplama araçları ve süreci

Araştırmada veri toplama aracı olarak Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) kullanılmış olup veriler gönüllülük esas alınarak yüz yüze ve çevrim içi ortamlar (e-posta ve Google Forms) aracılığıyla toplanmıştır. Katılımcılara araştırmanın konusu, amacı ve KİT ile ilgili bilgilendirme yapıldıktan sonra onlardan formda yer alan her bir anahtar kavramın kendilerinde çağrıştırdığı sözcükleri 30 saniye içerisinde yazmaları istenmiştir.

2.3.1. Kelime İlişkilendirme Testi (KİT)

Kelime İlişkilendirme Testi (KİT), "öğrencilerin bilişsel yapılarını ortaya koymada yaygın olarak kullanılan eğitim araçlarından biridir. Kelime İlişkilendirme Testi'nde verilen yanıtlar uzun süreli bellekten geri getirilen kavramlar arasındaki bağın anlamlı olup olmadığını yansıtır." (Bahar, vd., 1999, akt. Deveci vd., 2014, s. 106-107). Araştırmada KİT, bireylerin zihninde önceden belirlenen kavramlara ilişkin uzun süreli çağrışımları ortaya çıkarması, bu kavram ya da kavramlarla ilgili herhangi bir yanıtlarının olup olmadığını belirlemeye olanak sağlaması gibi nedenlerle kullanılmıştır (Turgut ve Kaymakcı, 2019).

Araştırmada KİT geliştirme sürecinde öncelikle ilgili literatür taranarak toplu organizasyon ile ilgili olabileceği düşünülen kavramlar listelenmiştir. Bu bağlamda festival, fuar, panayır, pazar ve sergi anahtar kavramlarıyla birlikte tüm toplu organizasyonların aracı durumunda bulunan emtia anahtar kavramlarına KİT'te yer verilmiştir. Sonrasında taslak formun geçerlik, güvenilirlik ve kullanılabilirliğinin belirlenmesi amacıyla ön çalışma yapılmıştır. İki alan ve bir dil uzmanına gösterilen taslak formun ön çalışması asıl uygulama grubu içerisinde yer almayan beş yetişkin ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen geribildirim doğrultusunda KİT formuna son hâli verilmiştir. Veri toplama aracı iki bölümden oluşmaktadır: Birinci bölüm katılımcıların cinsiyet, yaş, ikamet süresi, eğitim düzeyi ve başka il/ilçelerdeki toplu organizasyonlara katılım durumlarına ilişkin soruların yer aldığı bölümdür. İkinci

bölüm ise, emtia, festival, fuar, panayır, pazar ve sergi anahtar kavramların yer aldığı bölümdür. Bahsi geçen anahtar kavramların bulunduğu ikinci bölüme ait sayfa düzeni şu şekilde yapılandırılmıştır:

Panayır.....
Panayır.....
Panayır.....
Panayır.....
Panayır.....

2.4. Verilerin analizi

Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizinde öncelikle her bir testin kodlanmasıyla başlanmıştır. Bu doğrultuda veriler K1, K2, K3... şeklinde kodlanmıştır. Sonrasında katılımcıların KİT'te toplu organizasyonlarla ilgili yer alan anahtar kavramlar ile ilişkilendirdikleri sözcüklerin neler olduğu belirlenerek bunların yinelenme sıklığını gösteren tablolar hazırlanmıştır. Tablolardan yola çıkarak "GitMind" programı aracılığıyla kavram ağları ortaya çıkarılmış, "WordArt" programıyla da her bir anahtar kavram sonucunda elde edilen sözcüklerin bütünsel açıdan görülebilmeye olanak sağlayan kelime bulutları oluşturularak yorumlanmıştır. Öte yandan kavram ağları oluşturulurken kesme noktası tekniğinden yararlanılmıştır. Bu teknikte, ilk olarak yalnızca en yüksek benzerlikler analize dâhil edilir. Bu ise yüksek bir kesme noktası seçilerek yapılır. İkinci olarak yeni ilişkiler elde edebilmek için kesme noktası aralıkları art arda düşürülür (Waern, 1972). Bu çalışmada kesme noktası aralıkları 20 ve yukarısı, 19-15 arası, 14-10 arası ve 9-5 arası olarak belirlenmiştir.

2.5. Araştırmanın etik izni

Yapılan bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik kurul izin bilgileri

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: Kastamonu Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi: 17.05.2022

Etik değerlendirme belgesi sayı numarası: 2022/31

3. BULGULAR

Bolu il ve ilçelerinde yaşayan yetişkinlerin toplu organizasyonlara ilişkin bilişsel yapılarını Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) aracılığıyla incelemeyi amaçlayan bu çalışmada aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

-Katılımcıların KİT'te yer alan her bir kavram için ürettikleri kelime sayısına ilişkin bulgular ve yorum:

Araştırmanın ilk sorusunda katılımcıların KİT'te yer alan anahtar kavramlara ilişkin ürettikleri kelime sayıları incelenmiştir. Bu bağlamda ulaşılan bulgular Tablo 2'de sunulmuştur:

Tablo 2.

Katılımcıların KİT'te Yer Alan Anahtar Kavramlar İçin Ürettikleri Kelime Sayısına İlişkin Bilgiler

Anahtar Kavramlar	f	%
Fuar	119	18.77
Emtia	117	18.45
Festival	108	17.04
Sergi	104	16.40
Pazar	103	16.25
Panayır	83	13.09
Toplam	634	100

Tabloya göre Bolu il ve ilçelerinde yaşayan yetişkinler KİT'te yer alan emtia, festival, fuar, panayır, pazar ve sergi anahtar kavramları ile toplam 634 kelime ilişkilendirmiştir. Yetişkinlerin ilişkilendirdikleri kelimelerin; %18.77'sinin (n=119) fuar, %18.45'inin (n=117) emtia, %17.04'ünün (n=108) festival, %16.40'ının (n=104) sergi, %16.25'ünün (n=103) pazar ve %13.09'unun (n=83) ise panayır kavramına ait olduğu görülmektedir. Buradan hareketle Bolu il ve ilçelerinde yaşayan yetişkinlerin en fazla fuar, en az ise panayır anahtar kavramı ile ilişkilendirme yaptıkları söylenebilir.

-Katılımcıların emtia anahtar kavramıyla ilgili bilişsel yapılarına ilişkin bulgular ve yorum:

Araştırmanın ikinci sorusunda katılımcıların emtia anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimeler ile kelimelerin kesme noktası aralıkları incelenerek şu bulgulara ulaşılmıştır:

Kesme noktası 20 ve üzeri:



Şekil 1. Yetişkinlerin Emtia Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları³

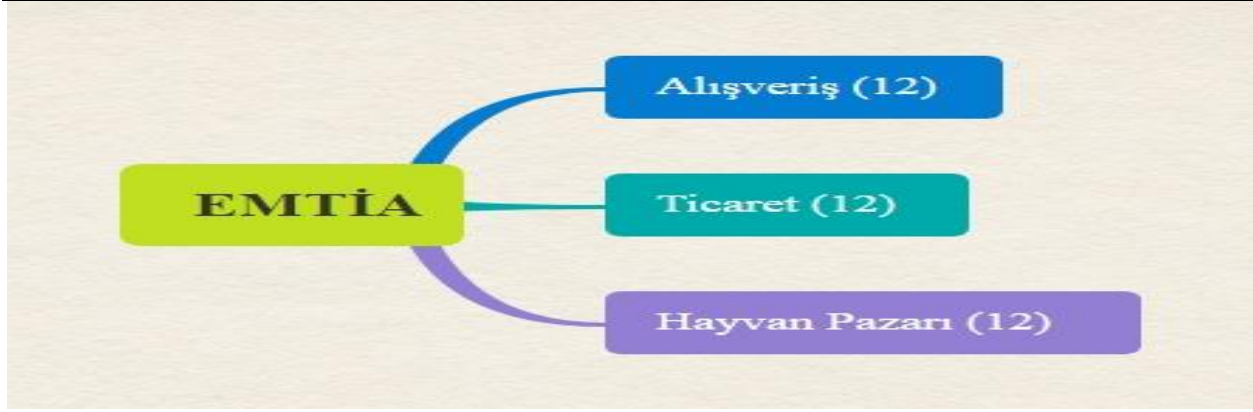
Kesme noktası 20 ve üzerinde, araştırmaya katılan yetişkinler emtia anahtar kavramlarıyla "hayvan" kelimesini ilişkilendirmişlerdir. Bununla birlikte bu kesme noktası aralığında katılımcıların, emtia anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimelerin kısıtlı olduğu gözlemlenmiştir.

Kesme noktası 19-15 arası:

Kesme noktası 19-15 arasında olduğunda yetişkinlerin emtia anahtar kavramını herhangi bir kelime ile ilişkilendirmedikleri tespit edilmiştir.

Kesme noktası 14-10 arası:

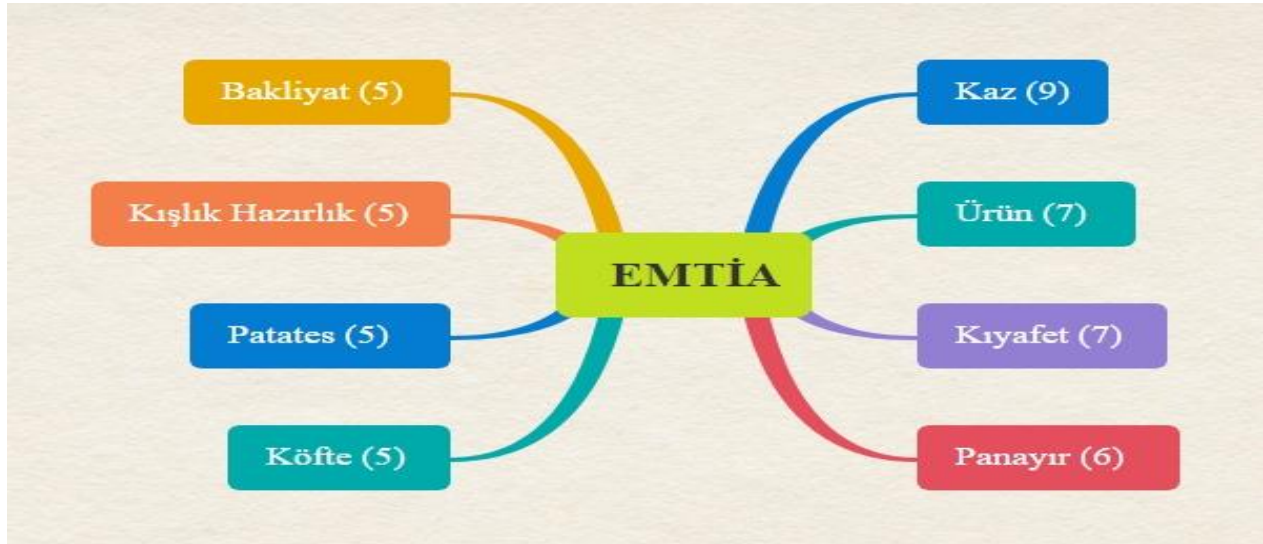
³ Şekil 1 ve sonrasında verilen şekiller "GitMind" aracılığıyla yazarlar tarafından hazırlanmıştır.



Şekil 2. Yetişkinlerin Emtia Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 14-10 arasında olduğunda katılımcılar emtia anahtar kavramını “alışveriş”, “ticaret” ve “hayvan pazarı” kelimeleri ile ilişkilendirmişlerdir. Ayrıca bu kesme noktası aralığında katılımcıların emtia anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimelerin sayısında bir artış olduğu gözlemlenmiştir.

Kesme noktası 9-5 arası:



Şekil 3. Yetişkinlerin Emtia Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 9-5 arasında olduğunda katılımcıların emtia anahtar kavramını “kaz”, “ürün”, “kıyafet”, “panayır”, “bakliyat”, “kışlık hazırlık”, “patates” ve “köfte” kelimeleriyle ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte katılımcıların bu kesme aralığında emtia anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimelerin sayısında büyük bir artış gözlemlenmiştir.

Araştırmaya katılan yetişkinlerin “emtia” anahtar kavramıyla ilişkilendirdikleri kelimeler, frekans değerlerine göre kelime bulutu oluşturularak Görsel 1’de sunulmuştur. Buna göre “emtia” kavramına ilişkin olarak en fazla “hayvan”, “kaz”, “alışveriş” ve “ürün” kelimeleri tekrar edilmiştir.



Şekil 6. Yetişkinlerin Festival Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 14-10 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinler festival anahtar kavramıyla "kalabalık" ve "sanatçı" kelimelerini ilişkilendirmişlerdir. Öte yandan katılımcıların bu kesme noktası aralığında festival anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimelerin sayısında yeniden bir birimlik bir artış gözlemlenmiştir.

Kesme noktası 9-5 arası:



Şekil 7. Yetişkinlerin Festival Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 9-5 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinler festival anahtar kavramıyla "yemek", "gösteri", "şenlik", "yöresel", "kamp", "sanatçı" ve "etkinlik" kelimelerini ilişkilendirmişlerdir. Ayrıca katılımcıların bu kesme noktası aralığında festival anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimelerin sayısında büyük bir artış gözlemlenmiştir.

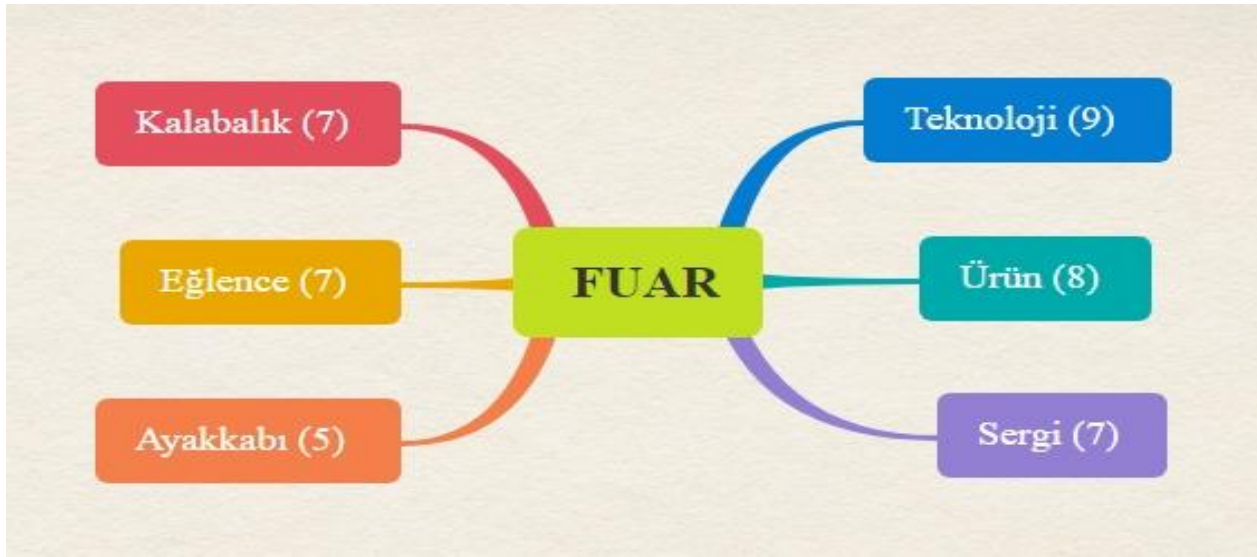
Araştırmaya katılan yetişkinlerin "festival" anahtar kavramıyla ilişkilendirdikleri kelimeler, frekans değerlerine göre kelime bulutu oluşturularak Görsel 2'de sunulmuştur. Görselden de anlaşıldığı üzere "festival" kavramına ilişkin olarak en fazla "eğlence", "müzik" ve "konser" kelimeleri tekrar edilmiştir.



Şekil 9. Yetişkinlerin Fuar Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 14-10 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinlerin fuar anahtar kavramıyla "tanıtım", "deri" ve "ticaret" kelimelerini ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların bu kesme noktası aralığında fuar anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimelerin sayısında bir birimlik artış gözlemlenmiştir.

Kesme noktası 9-5 arası:



Şekil 10. Yetişkinlerin Fuar Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 9-5 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinlerin fuar anahtar kavramıyla "teknoloji", "ürün", "sergi", "kalabalık", "eğlence" ve "ayakkabı" kelimelerini ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların bu kesme noktası aralığında, fuar anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimelerin sayısında bir önceki kesme noktası aralığına (14-10 arası) göre büyük bir artış olduğu gözlemlenmiştir.

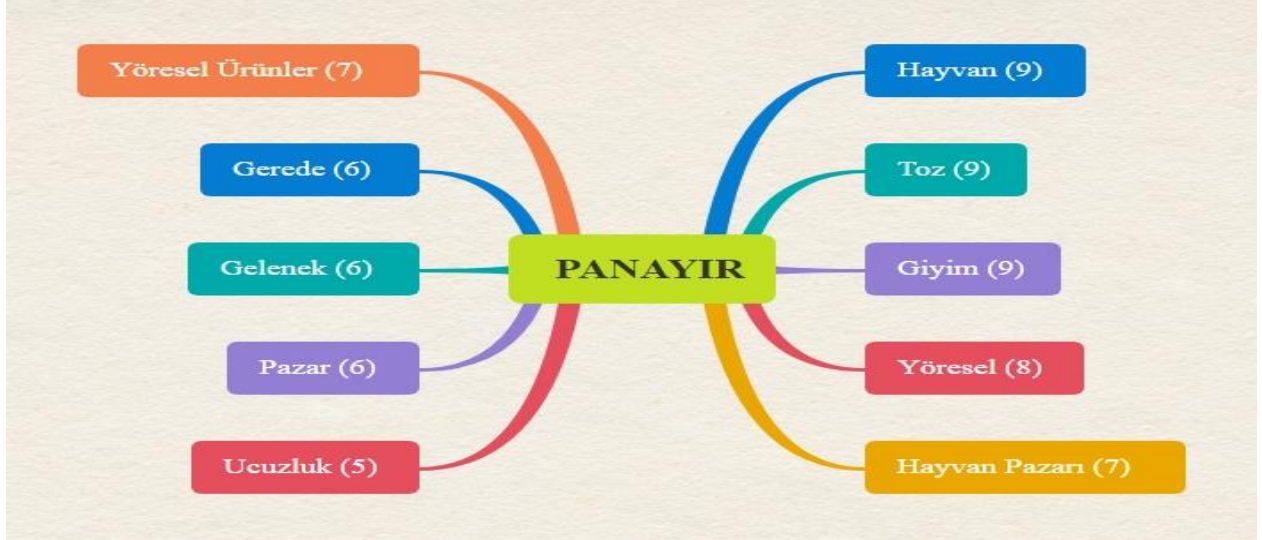
Araştırmaya katılan yetişkinlerin "fuar" anahtar kavramıyla ilişkilendirdikleri kelimeler, frekans değerlerine göre kelime bulutu oluşturularak Görsel 3'te açıklanmıştır. Görselden anlaşıldığı üzere "fuar" kavramına ilişkin olarak en fazla "araba", "kitap", "tanıtım" ve "deri" kelimeleri tekrar edilmiştir.



Şekil 13. Yetişkinlerin Panayır Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 14-10 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinler panayır anahtar kavramıyla “şakşak helvası (cevizli koz helva)” ve “kalabalık” kelimelerini ilişkilendirmişleridir. Bununla birlikte katılımcıların bu kesme noktası aralığında, bir önceki kesme noktası aralığına (19-15 arası) göre anahtar kavramla ilişkilendirdikleri kelime sayısında kısıtlı da olsa yeniden bir artış gözlemlenmiştir.

Kesme noktası 9-5 arası:



Şekil 14. Yetişkinlerin Panayır Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 9-5 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinler panayır anahtar kavramıyla “hayvan”, “toz”, “giyim”, “yöresel”, “hayvan pazarı”, “yöresel ürünler”, “Gerede”, “gelenek”, “pazar” ve “ucuzluk” kelimelerini ilişkilendirmişleridir. Ayrıca bu kesme noktası aralığında katılımcıların panayır anahtar kavramıyla ürettikleri kelimelerin sayısında oldukça fazla bir artış olmuştur.

Araştırmaya katılan yetişkinlerin “panayır” anahtar kavramıyla ilişkilendirdikleri kelimeler, frekans değerlerine göre kelime bulutu oluşturularak Görsel 4’te sunulmuştur. Görselden de anlaşıldığı üzere “panayır” kavramına ilişkin olarak en fazla “eğlence”, “lunapark”, “alışveriş”, “köfter (cevizli sucuk)”, “toz” ve “kaz” kelimeleri tekrar edilmiştir.

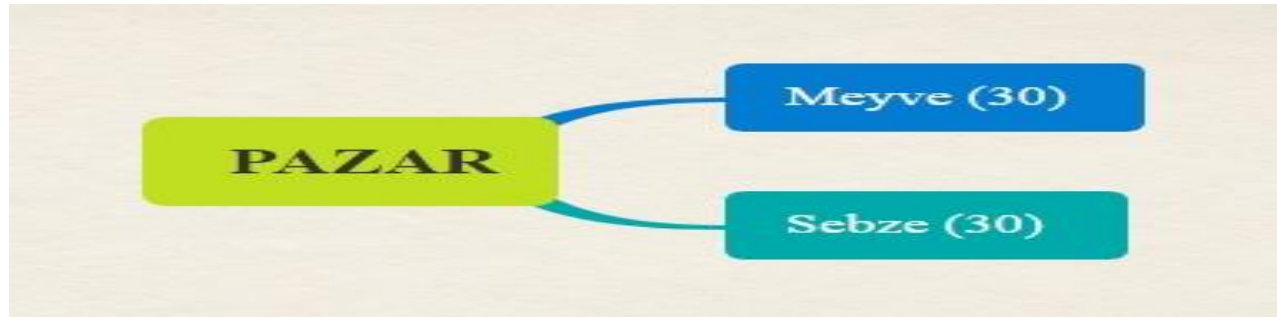


Görsel 4. Yetişkinlerin Pazarı Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelere İlişkin Kelime Bulutu Görseli

-Katılımcıların pazar anahtar kavramıyla ilgili bilişsel yapılarına ilişkin bulgular ve yorum:

Araştırmanın altıncı sorusunda katılımcıların pazar anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimeler ile kelimelerin kesme noktası aralıkları incelenerek şu bulgulara ulaşılmıştır:

Kesme noktası 20 ve üzeri:



Şekil 15. Yetişkinlerin Pazar Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 20 ve üzerinde olduğunda araştırmaya katılan yetişkinlerin pazar anahtar kavramıyla "meyve" kelimesini ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte yine aynı kesme noktası aralığında "sebze" kelimesiyle de ilişkilendirmede bulunmuşlardır.

Kesme noktası 19-15 arası:



Şekil 16. Yetişkinlerin Pazar Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 19-15 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinlerin pazar anahtar kavramıyla yalnızca "alışveriş" kelimesini ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca bu kesme noktası aralığında katılımcıların pazar anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimelerin sayısında bir önceki kesme noktası aralığına (20 ve üzeri) göre bir kelimelik düşüş olduğu gözlemlenmiştir.

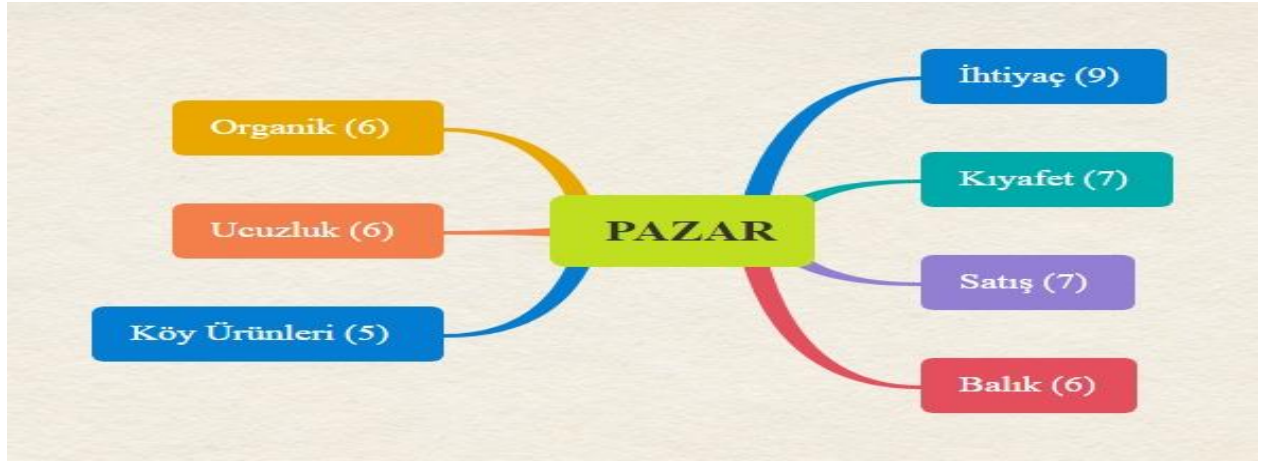
Kesme noktası 14-10 arası:



Şekil 17. Yetişkinlerin Pazar Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 14-10 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinlerin pazar anahtar kavramıyla yalnızca “kalabalık” kelimesini ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte bu kesme noktası aralığında katılımcıların pazar anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelime sayısındaki kısıtlılığın devam ettiği gözlemlenmiştir.

Kesme noktası 9-5 arası:



Şekil 18. Yetişkinlerin Pazar Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 9 -5 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinlerin pazar anahtar kavramıyla “ihtiyaç”, “kıyafet”, “satış”, “balık”, “organik”, “ucuzluk” ve “köy ürünleri” kelimelerini ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Öte yandan bu kesme noktası aralığında, önceki iki kesme noktası aralığında (19-15 ve 14-10 arasında) devam eden anahtar kavrama ilişkin üretilen kelime kısıtlılığının sona erdiği ve kelimelerin fazlaştığı gözlemlenmiştir.

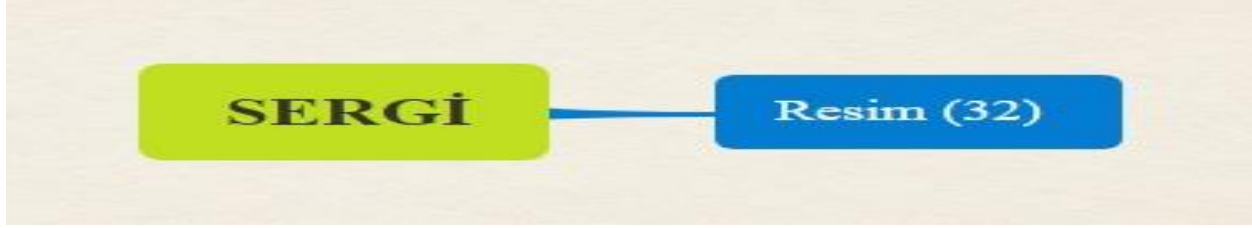
Araştırmaya katılan yetişkinlerin “pazar” anahtar kavramıyla ilişkilendirdikleri kelimeler, frekans değerlerine göre kelime bulutu oluşturularak Görsel 5’te açıklanmıştır. Görselden de anlaşıldığı gibi “pazar” kavramına ilişkin olarak en fazla “meyve”, “sebze” ve “alışveriş” kelimeleri tekrar edilmiştir.



Görsel 5. Yetişkinlerin Pazar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelere İlişkin Kelime Bulutu Görseli

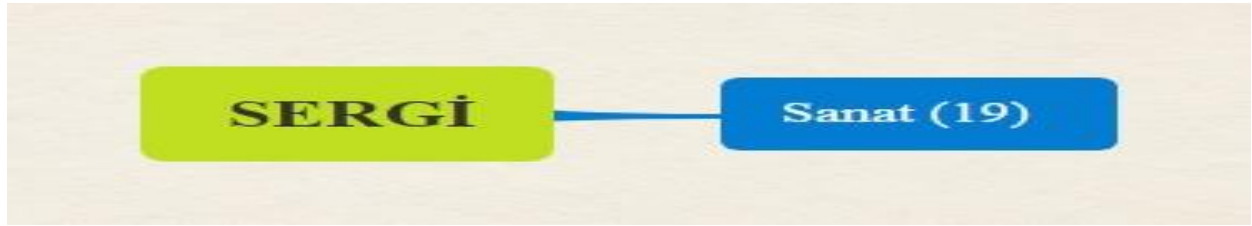
-Katılımcıların sergi anahtar kavramıyla ilgili bilişsel yapılarına ilişkin bulgular ve yorum:

Araştırmanın yedinci sorusunda katılımcıların sergi anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelimeler ile kelimelerin kesme noktası aralıkları incelenerek aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

Kesme noktası 20 ve üzeri:

Şekil 19. Yetişkinlerin Sergi Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 20 ve üzerinde, araştırmaya katılan yetişkinlerin sergi anahtar kavramıyla yalnızca “resim” kelimesini ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların bu kesme noktası aralığında sergi anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelime sayısının kısıtlı olduğu gözlemlenmiştir.

Kesme noktası 19-15 arası:

Şekil 20. Yetişkinlerin Sergi Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 19-15 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinler sergi anahtar kavramıyla yalnızca “sanat” kelimesini ilişkilendirmişlerdir. Bununla birlikte bu kesme noktası aralığında katılımcıların, bir önceki kesme noktası aralığına (20 ve üzeri) göre sergi anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelime sayısındaki kısıtlılığın devam ettiği tespit edilmiştir.

Kesme noktası 14-10 arası:

Şekil 21. Yetişkinlerin Sergi Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 14-10 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinler sergi anahtar kavramıyla “tablo” ve “emek” kelimelerini ilişkilendirmişlerdir. Bu kesme noktası aralığında sergi anahtar kavramına ilişkin üretilen kelime sayılarında, önceki iki kesme noktası aralığına (20 ve üzeri ile 19-15 arası) göre kısıtlı da olsa bir artış gözlemlenmiştir.

Kesme noktası 9-5 arası:



Şekil 22. Yetişkinlerin Sergi Anahtar Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelerin Kesme Noktaları

Kesme noktası 9-5 arasında olduğunda araştırmaya katılan yetişkinler sergi anahtar kavramıyla “deri”, “fotoğraf”, “ürün”, “el sanatları” ve “kitap” kelimelerini ilişkilendirmişlerdir. Öte yandan bu kesme noktası aralığında katılımcıların sergi anahtar kavramına ilişkin ürettikleri kelime sayılarında bir artış olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan yetişkinlerin “sergi” anahtar kavramıyla ilişkilendirdikleri kelimeler, frekans değerlerine göre kelime bulutu oluşturularak Görsel 6’da sunulmuştur. Görselden de anlaşıldığı üzere “sergi” anahtar kavramına ilişkin olarak en fazla “resim” ve “sanat” kelimeleri tekrar edilmiştir.



Görsel 6. Yetişkinlerin Sergi Kavramıyla İlişkilendirdikleri Kelimelere İlişkin Kelime Bulutu Görseli

Katılımcılar kesme noktası 20 ve üzerinde emtia anahtar kavramına ilişkin, “hayvan” kelimesine yer verirken kesme noktası 19-15 arasında bahsi geçen kelimeyi hiçbir kelime ile ilişkilendirmemişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar emtia kavramını kesme noktası 14-10 arasında, “alışveriş”, “ticaret” ve “hayvan pazarı” kelimeleriyle ilişkilendirmişlerdir. Kesme noktası 9-5 arasında ise, “kaz”, “ürün”, “kıyafet”, “panayır”, “bakliyat”, “kışlık hazırlık”, “patates” ve “köfte” kelimeleriyle ilişkilendirmişlerdir.

Katılımcılar kesme noktası 20 ve üzerinde festival anahtar kavramını “eğlence” ve “müzik” kelimeleriyle ilişkilendirirken, kesme noktası 19-15 arasında sadece “konser” kelimesiyle ilişkilendirmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar festival anahtar kavramını kesme noktası 14-10 arasında “kalabalık” ve “sanatçı” kelimeleriyle ilişkilendirirken, kesme noktası 9-5 arasında “yemek”, “gösteri”, “şenlik”, “yöresel”, “kamp”, “sanatçı” ve “etkinlik” kelimeleriyle ilişkilendirmişlerdir.

Katılımcılar kesme noktası 20 ve üzerinde fuar anahtar kavramını hiçbir kelime ile ilişkilendirmezken, kesme noktası 19-15 arasında “araba” ve “kitap” kelimeleriyle ilişkilendirmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar kesme noktası 14-10 arasında fuar anahtar kavramını “tanıtım”, “deri” ve “ticaret”

kelimeleriyle ilişkilendirmişlerdir. Kesme noktası 9-5 arasında ise, “teknoloji”, “ürün”, “sergi”, “kalabalık”, “eğlence” ve “ayakkabı” kelimeleriyle ilişkilendirmişlerdir.

Katılımcılar kesme noktası 20 ve üzerinde panayır anahtar kavramını, “lunapark”, “eğlence”, “alışveriş” ve “köfter (cevizli sucuk)” kelimeleriyle ilişkilendirirken, kesme noktası 19-15 arasında yalnızca “kaz” kelimesiyle ilişkilendirmede bulunmuşlardır. Bununla birlikte katılımcılar kesme noktası 14-10 arasında panayır anahtar kavramını, “şak şak helvası (cevizli koz helva)” ve “kalabalık” kelimeleriyle ilişkilendirmişleridir. Kesme noktası 9-5 arasında ise “hayvan”, “toz”, “giyim”, “yöresel”, “hayvan pazarı”, “yöresel ürünler”, “Gerede”, “pazar”, “gelenek” ve “ucuzluk” kelimeleriyle ilişkilendirmişlerdir.

Katılımcılar kesme noktası 20 ve üzerinde pazar anahtar kavramını, “meyve” ve “sebze” kelimeleriyle ilişkilendirirken, kesme noktası 19-15 arasında sadece “alışveriş” kelimesiyle ilişkilendirmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar pazar anahtar kavramını kesme noktası 14-10 arasında “kalabalık” kelimesiyle ilişkilendirirken, kesme noktası 9-5 arasında “ihtiyaç”, “kıyafet”, “satış”, “balık”, “organik”, “ucuzluk” ve “köy ürünleri” kelimeleriyle ilişkilendirmişlerdir.

Katılımcılar son olarak kesme noktası 20 ve üzerinde sergi anahtar kavramıyla, “resim” kelimesini ilişkilendirirken kesme noktası 19-15 arasında sadece “sanat” kelimesiyle ilişkilendirmede bulunmuşlardır. Katılımcılar sergi anahtar kavramına ilişkin kesme noktası 14-10 arasında “tablo” ve “emek” kelimeleriyle ilişkilendirme yaparken, kesme noktası 9-5 arasında “deri”, “fotoğraf”, “ürün”, “el sanatları” ve “kitap” kelimeleriyle ilişkilendirmede bulunmuşlardır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Bolu il ve ilçelerinde yaşayan yetişkinlerin toplu organizasyonlara ilişkin bilişsel yapılarının incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, Kelime İlişkilendirme Testi (KİT) aracılığıyla toplam 61 yetişkine ulaşılmıştır. Elde edilen verilerin kesme noktası tekniği ile analiz edilmesiyle ulaşılan sonuçlar şöyledir:

Katılımcılar, KİT’te yer alan emtia, fuar, festival, panayır, pazar ve sergi anahtar kavramlarına ilişkin toplam 634 kelime üretmişlerdir. Katılımcıların ürettikleri kelimelerin en fazla fuar, en az ise panayır anahtar kavramı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların belirlenen anahtar kavramlarla ilişkilendirdikleri kelimeler incelendiğinde emtia anahtar kavramını, “hayvan”, “hayvan pazarı”, “alışveriş”, “ticaret”, “kaz”, “ürün”, “kıyafet”, “panayır”, “bakliyat”, “kışlık hazırlık”, “patates” ve “köfte” kelimeleriyle ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Fuar anahtar kavramını ise, “kitap”, “araba”, “ticaret”, “tanıtım”, “deri”, “sergi”, “teknoloji”, “kalabalık”, “eğlence”, “ürün” ve “ayakkabı” kelimeleriyle ilişkilendirdikleri belirlenmiştir. Keskin vd., (2017) de gastronomi kavramının öğrenciler tarafından nasıl algılandığını KİT aracılığıyla belirlemeyi amaçladıkları çalışmaları sonucunda toplamda 481 cevap elde etmişlerdir. Bu cevaplar sonucunda katılımcıların gastronomi kavramını en fazla “sanat”, “mutfak”, “kültür” ve “lezzet” kelimeleriyle ilişkilendirdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Katılımcıların gastronomi kavramıyla toplu organizasyonlar arasında benzer kelime algılarına sahip olmaları gastronomi kavramının bahsi geçen toplu organizasyonlardaki yeri ve önemi ile ilgili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcıların festival anahtar kavramıyla ilişkilendirdikleri kelimeler incelendiğinde, “eğlence”, “müzik”, “konser”, “sanatçı”, “kalabalık”, “yemek”, “gösteri”, “etkinlik”, “şenlik”, “yöresel” ve “kamp” kelimelerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bakıldığında Bolu ili ve ilçelerinde yaşayan katılımcıların, festival kavramını genel anlamda olumlu kelimelerle ilişkilendirmeleri yetişkinlerin festivallerle ilgili olumlu bir tutuma sahip olduklarının göstergesi olabilir. Bu olumlu tutumun sebebi ise, Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali olabilir. Zira bahsi geçen festival Mengen ilçesinde 1990 yılından itibaren düzenlenmekte ve her sene geliştirilmekte olup, çeşitli gıda maddelerinin ve mutfak gereçlerinin tanıtılarak, mutfak müzesi ve yemek rekorlarıyla festival kavramına yeni boyutlar kazandırılmaktadır (Hoşcan vd., 2016).

Katılımcılar geleneksel bir uygulama olan panayır anahtar kavramıyla ise, “lunapark”, “eğlence”,

“alışveriş”, “köfter (cevizli sucuk)”, “kaz”, “şak şak helvası (cevizli koz helva)”, “kalabalık”, “hayvan”, “toz”, “hayvan pazarı”, “Gerede”, “pazar”, “gelenek”, “yöresel”, “giyim”, “yöresel ürünler” ve “ucuzluk” kelimelerini ilişkilendirmişlerdir. Katılımcıların panayır anahtar kavramını genellikle, panayır ortamında satışı gerçekleşen ürünlerle ilişkilendirmiş oldukları göze çarpmaktadır. Ayrıca panayır anahtar kavramının Gerede ilçesi ile ilişkilendirilmiş olması da Gerede ilçesinde kurulan panayırın ülkemizdeki 5 büyük panayırdan biri olmasıyla ve bu geleneğin halen sürdürülmesiyle ilgili olduğu söylenebilir. Araştırmanın bu bulgusunu destekler nitelikte sonuçlara ulaşan Karaca (2018), panayır organizasyonlarının “İşlevsel Halkbilimi Kuramı” açısından işlevlerinin belirlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla yönelik yapmış olduğu çalışmada, panayırlarla ilgili gerçekleştirilen bilimsel çalışmaların genellikle panayır organizasyonlarının ekonomik işlevleriyle alakalı olduğu tespitinde bulunmuştur. Ayrıca araştırmanın bu sonucuna dayanarak bahsi geçen organizasyon türünün kültürel ve sosyal işlevlerinin göz ardı edildiğini belirtmiştir.

Katılımcılar pazar anahtar kavramını, “meyve”, “sebze”, “alışveriş”, “kalabalık”, “ihtiyaç”, “kıyafet”, “balık”, “satış”, “organik”, “ucuzluk” ve “köy ürünleri” kelimeleriyle ilişkilendirmişlerdir. Onat ve Keskin (2019), öğrencilerin organik gıda kavramına ilişkin algılarını KİT aracılığıyla belirlemeyi amaçladıkları araştırmalarında toplam 85 kelimeye ulaşmışlar ve bu kelimelerin en fazla “doğal”, “katkısız”, “sağlıklı”, “GDO’suz” ve “işlenmemiş” olduğu sonuçlarına varmışlardır. Bu doğrultuda katılımcıların pazar anahtar kavramını organik kelimesiyle ilişkilendirmeleri, pazar organizasyonlarında organik ürünler satıldığına ilişkin bir algıya sahip olduklarının göstergesi olabilir.

Katılımcılar toplu organizasyonlar kapsamında belirlenen son anahtar kavram olan sergi kavramıyla ise, “resim”, “sanat”, “tablo”, “emek”, “fotoğraf”, “deri”, “kitap”, “el sanatları” ve “ürün” kelimelerini ilişkilendirmişlerdir. Katılımcıların sergi anahtar kavramını “deri”, “tablo” ve “el sanatları” kelimeleriyle ilişkilendirmiş olmalarının, Bolu ilinde ve Gerede ilçesinde deri ile ilgili el sanatları kapsamında Halk Eğitim Merkezleri vasıtasıyla deri tabloların üretilip belirli zamanlarda sergilenmesinden kaynaklı olduğu söylenebilir. Zira Gerede ilçesinde dericilik sektörü yüzyıllardır devam etmektedir. Günümüzde geleneksel yöntemlerden ziyade modern ve teknolojik yöntemler vasıtasıyla üretim gerçekleşmekte ve işlenen mamuller gerek yurtiçi gerekse yurtdışı piyasada oldukça rağbet görmektedir (Güldür, 2016).

Sonuç olarak yetişkinlerin belirlenen anahtar kavramlarla ilgili ürettikleri kelime sayılarının genellikle kesme noktaları daraldıkça fazlaştığı, üretilen kelimelerin çoğunlukla günlük yaşamla, ihtiyaçlarla, yöreye özgü ürün ve yiyeceklerle, eğlence ortamlarıyla, yörede sürdürülen ekonomik faaliyetlerle ve bu tür etkinlik ortamlarının kalabalık oluşuyla alakalı olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında katılımcılar tarafından üretilen kelimelerin genel anlamda ekonomik ve temel ihtiyaç unsurlarıyla ilgili olduğu söylenebilir. Bu durumun da toplu organizasyonların düzenleniş amaçlarındaki işlev değişimleriyle alakalı olduğu, zaman içerisinde daha çok ekonomik kaygı ve amaçlarla düzenlenmelerinden kaynaklandığı tespitinde bulunulabilir. Bahsi geçen organizasyon türlerinin eğlence ortamlarıyla ilişkilendirilmiş olmasının da organizasyonların geçmişten gelen sosyal ya da kültürel işlevleriyle ilgili olduğu söylenebilir. Son olarak organizasyon ortamlarının kalabalık olmasıyla ilgili durumun ise bahsi geçen organizasyon türlerine olan arz ve talep ilişkisiyle alakalı olduğu söylenebilmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara dayalı olarak şu önerilerde bulunulabilir:

- ❖ Araştırmanın yalnızca Bolu il ve ilçelerinde gerçekleştirilmesi çalışmanın bir sınırlılığıdır. Bu bağlamda araştırmanın farklı illerde daha fazla yetiştikine ulaşarak yapılması ile illerin kültür turizmi destinasyonuna ilişkin bir fikir oluşturulabilir.
- ❖ Toplu organizasyon türlerinin de kendi içerisinde farklılaşması sebebiyle farklı illerde özel amaçlarla (araba fuarları, antika pazarları, hayvan panayırları vb.) düzenlenen organizasyonların çeşitli yönlerden karşılaştırması yapılabilir.

- ❖ Halk eğitim merkezlerinde kültürel ve teknolojik unsurları da bünyesinde barındıran kurslarda, toplu organizasyonlarda sunulmak üzere çalışmalar gerçekleştirilebilir. Bu sayede illerin tanıtım faaliyetlerine katkı sağlanabilir.
- ❖ Araştırma sonucunda yetişkinlerin en az panayır anahtar kavramıyla kelime ilişkilendirdikleri tespit edilmiştir. Araştırmanın bu bulgusuna dayalı olarak, somut olmayan kültürel miras öğelerinden biri olan geleneksel panayır kültürünün devam ettirilmesi ve panayırların Türk kültüründeki yeri ve önemine ilişkin olarak basın-yayın organları (el broşürleri, yerel gazete, dergi, televizyon kanalları vb.) aracılığıyla bireylerde farkındalık oluşturulması sağlanabilir.
- ❖ Toplu organizasyonların uluslararası düzeye çıkarılması, alıcı ve satıcıların daha fazla bir araya gelebilmesi için yerel yönetimler, ticaret ve sanayi odaları, kalkınma ajansları gibi kurum ve kuruluşlarca teşvik planları hazırlanabilir.

Kaynakça/Reference

- Açikel, M. (2019). *Kırklareli/Pehlivan köyü Pavli panayırının işlevsel çözümlemesi* [Yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Akarpınar, R. B. (2004). Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişte panayır, sergi, fuar, festivalin durumu ve Türkiye örneği. *Milli Folklor*, 16(64),25-36.
- Bayat, F. (2019). Pazar folkloru. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 5-16.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. (Çev. Ed. S. B. Demir, 2. baskı). Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık. (Orijinal çalışma 2014 yılında yayımlandı.)
- Çalışkan, V. (2018, Ekim 3-6). *Türkiye’de geleneksel panayırlar: Birbirine bağlı bir sistemde çözülme ve kültürel fonksiyonlarda kayıplar* [Sözlü bildiri]. TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu, Türkiye.
- Çalışkan, V. (2019). Modern fuarlar ve festivaller arasında giderek kaybolan organizasyonlar: Geleneksel ilçe ve köy panayırları. *Milli Folklor*, 31(121), 65-80.
- Çelik Mama, Ö. ve Gökçaya, M. (2008). Emtia değerlemesi. *Vergi Raporu Dergisi*, 111, 84-92.
- Demir, K. (2018). Sergi-İ Umumi-İ Osmanî'nin (1863) açılışı ve serginin duyurulmasında gazetelerin rolü. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28(1),155-169. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.387846>
- Deveci, H., Çengelci Köse, T. ve Gürdoğan Bayır, Ö. (2014). Öğretmen adaylarının sosyal bilimler ve sosyal bilgiler kavramlarına ilişkin bilişsel yapıları: Kelime İlişkilendirme Testi uygulaması. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,7(16),101-124. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.732>
- Durmaz, U. (2017). Türkiye’de etimolojik anlamını koruyan iki panayır: Bozcaada Aya Paraskevi ve Gökçeada Meryem Ana Panayırı. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*,10(20), 277-290.
- Doğan, M. (2011). *İmparatorluk’tan Cumhuriyet’e panayırlar* [Yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Ercan, H. F. (2018). Sanat etkinlikleri bağlamında festivallerin kentsel ve toplumsal gelişime katkıları: Kervansaray buluşması. *İnönü University International Journal of Social Sciences (INIJOSS)*, 7(2),71-87.
- Ful, Ş. D. (1998). *Antik devirde Lydia’da panayırlar, fuarlar ve pazar yerleri* [Yüksek lisans tezi]. Ege Üniversitesi.
- Girgeç, N. (2008). *Zile panayırı üzerine halk bilimsel bir inceleme* [Yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Günersel, Ş. (1997). *Türkiye’nin turizm anlamında kültürel değerlerin kullanımı ve önemine bir örnek: Festivaller* [Yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Güldür, M. M. (2016). Gerede’de dericilik. *Kalemişi Dergisi*, 4(8),97-106. <https://doi.org/10.7816/kalemisi-04-08-02>
- Hoşcan, N., Genç, K. ve Şengül, S. (2016). Bolu kent markası oluşturma sürecinde aşçılık kültürü ve gastronomi turizminin önemi: BOLGAMER önerisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4,52-76. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.22>
- İmirgi, A. (2003). *Festivaller: Ankara’da T.C. ve ABD uyrukluların yeni yıl kutlamalarının halk bilimi açısından incelenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi.
- İleri, H. ve Çoban, G. (2006). Öğrenen organizasyon ve bankacılık sektöründeki uygulaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 9(1-2), 51-80.
- Karakaya, İ. (2014). Bilimsel araştırma yöntemleri. A. Tanrıoğen (Ed.), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri içinde* (ss. 55-84). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karaca, M. (2017). *Türkiye’de panayır kültürü ve Çankırı panayırları* [Doktora tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Karaca, M. (2018). İşlevsel halkbilimi kuramı ölçeğinde panayır organizasyonları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(56), 71-80. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.20185638978>

- Kasapoğlu, K. (1998). *Kitap yayıncılığı ve TÜYAP Kitap Fuarı* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Kaya, A. (1994). Hayvan pazar yerleri. *Hayvansal Üretim Dergisi*, 35, 29-36.
- Kaya, M. ve Yılmaz, C. (2020). *Asırları aşan kültürel mirasımız Sinop panayırıları*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Keleş, H. (2005). *Manavgat destinasyonunda fuar turizmine bakış*. Ankara: İKSAD Yayınevi.
- Keskin, E., Örgün, E. ve Akbulut, B. A. (2017). Gastronomi kavramının Kelime İlişkilendirme Testi aracılığıyla analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 255-267. <http://dx.doi.org/10.21325/jotags.2017.93>
- Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). *Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Festivaller/Etkinlikler*. [Çevrimiçi: <https://tinyurl.com/4z7k4twd>], Erişim Tarihi: 8 Mart 2022.
- Onat, G. ve Keskin, E. (2019). Organik gıda kavramının Kelime İlişkilendirme Testi aracılığıyla analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3275-3289. <http://dx.doi.org/10.21325/jotags.2019.528>
- Özdemir, H. (2019). A research on the social effects of festivals: Sample of Gerede traditional animal and commodity fair. M. O. Gülbahar (Ed.). *Tourism Development Studies and Urbanization* içinde (pp. 35-46). London: IJOPEG Publication.
- Sarıoğlu, H. ve Bağcı, V. (2016). Seyahatnamelere göre Gerede/Bolu el sanatları. *Art-e Sanat Dergisi*, 9(17), 88-104.
- Şen, Ö. (1992). *Osmanlı Panayırıları (1711-1870)* [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Sülün, U. (2006). *İhracatın geliştirilmesinde fuar, sergi ve panayırılara yönelik mali teşviklerin etkinliği* [Yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Şimşek, M. Ş. ve Çelik, A. (2018). *Yönetim ve organizasyon*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Turgut, T. ve Kaymakcı, S. (2019). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının Türk dünyasına ilişkin bilişsel yapılarının incelenmesi. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 19(1),37-86. <http://dx.doi.org/10.32449/egetedid.553717>
- Tunçel, H. (2009). Geleneksel ticaret mekânı olarak Türkiye’de haftalık pazarlar. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 4(2),35-52.
- Tunçel, H. (2019). Pazar: Bir kamu organizasyonu. *Nihayet Dergisi*, 52, 44-51.
- Ülgen, P. (2012). Geç Orta Çağ Avrupası’nda pazar ve panayır ilişkisinin ticaret hayatındaki rolü ve Türk-İslam dünyasındakilerle karşılaştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(21), 359-381.
- Waern, Y. (1972). Structure in similarity matrices. *Scandinavian Journal of Psychology*, 13,5-16.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, İ. (1997). *Panayırılar ve Arap Dili ve Edebiyatının gelişmesinde oynadığı rol* [Doktora tezi]. Atatürk Üniversitesi.

EXTENDED ABSTRACT

1. INTRODUCTION

Organization, in order to produce goods and services, is the arrangement of individuals in order to fulfill their responsibilities in the best way, and the provision of all necessary tools, equipment and materials (İleri & Çoban, 2006). Although they differ according to the purpose of their construction and organization, organizations undertake some functions. Activities and practices based on unity, which can be evaluated under the name of collective organization, enable the formation of social unity and the coming together of different cultures and cultural products.

Collective organizations differ from society to society and from region to region. Collective organizations in the formation of which various activities such as liberation and commemoration days, promotion of agricultural products, end of harvest, welcoming spring and half-winter celebrations are effective (Ercan, 2018); elements such as practice, tradition and custom can develop and create a different perception as they experience some changes from their original meaning over time (Durmaz, 2017). There are a number of types and concepts of collective organizations. Among these are commodities, which are mostly associated with the economy. The relationship between the commodity concept and collective organizations stems from the fact that economic activities have an important place in events such as festivals, fairs, traditional fairs, markets and exhibitions.

The places where it is performed are as important as the collective organizations. Bolu, located in the Western Black Sea Region of the Black Sea Region, is one of these cities. Bolu, which has a rich cultural heritage as well as its historical and natural beauties, provides transportation between two big cities such as Ankara and Istanbul, and is also on the Historical Silk Road route due to its districts Göynük and Mudurnu (Sarioğlu & Bağcı, 2016). On the other hand, collective organizations are held in Bolu province and its districts at certain times of the year.

When the relevant literature is examined, it is seen that many studies have been carried out on collective organizations due to the fact that it covers various fields and disciplines. However, although the studies focus on collective organization types, it can be said that they have a limited structure in terms of adult applications and concept teaching. In this context, it is necessary to determine how the concept of commodities, which is valid in all festivals, fairs, traditional fairs, markets, exhibition organizations and all of the collective organizations mentioned, is perceived by adults living in Bolu provinces and districts, and to reveal the existing cognitive structures of adults. In addition, it is thought that the results obtained by examining the cognitive structures of adults living in Bolu province will be important in terms of giving an idea about the cultural tourism destination and long-term (master) plans of the mentioned province and districts, thus contributing to the literature.

2. METHOD

In the research, survey design was preferred among the quantitative research designs. Survey researches are studies that are commonly used in social sciences, conducted on large study groups, and in which the opinions, attitudes, facts and events of the individuals in the group about a phenomenon and event are tried to be described (Karakaya, 2014). The study group of the research consists of a total of 61 adults residing in Bolu provinces and districts and agreeing to participate in the research. The Word Association Test (WAT) was used as the data collection tool, and the data were collected on a voluntary basis through face-to-face and online environments (e-mail and Google Forms).

3. FINDINGS, DISCUSSION AND RESULTS

Participants produced a total of 634 words related to the key concepts of commodity, fair, festival, traditional fair, market and exhibition in the Word Association Test. It has been determined that the

words most produced by the participants are related to the key concept of the fair and the least to the key concept of the traditional fair. When the words that the participants associated with the determined key concepts were examined, it was determined that they associated the commodity key concept with the words animal, animal market, shopping, trade, goose, product, clothing, traditional fair, legumes, winter preparation, potatoes and meatballs. It was determined that they associated the key concept of the fair with the words book, car, trade, promotion, leather, exhibition, technology, crowd, entertainment, product and shoes.

When the words that the participants associated with the key concept of the festival are examined, it is seen that the words entertainment, music, concert, artist, crowd, food, show, event, festival, local and camp come to the fore. The participants associated the words amusement park, entertainment, shopping, walnut sausage, goose, walnut halvah, crowd, animal, powder, animal market, Gerede, market, tradition, local, clothing, local products and cheapness with the key concept of traditional fair.

Participants associated the key concept of market with the words fruit, vegetables, shopping, crowd, need, clothing, fish, sale, organic, cheapness and village products. The participants associated the words painting, art, picture table, labor, photography, leather, books, handicrafts and products with the concept of exhibition, which is the last key concept determined within the scope of collective organizations.

As a result, it was determined that the number of words produced by adults to determine the key concepts generally increased as the cut-off points narrowed. It has been determined that the words produced are mostly related to daily life, needs, local products and foods, entertainment environments, economic activities carried out in the region and the crowdedness of such activity environments.

ARAŞTIRMANIN ETİK İZİNİ

Yapılan bu araştırmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması gerektiği belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan "Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler" başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik kurul izin bilgileri

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı: Kastamonu Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi: 17.05.2022

Etik değerlendirme belgesi sayı numarası: 2022/31

ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI

1. yazarın araştırmaya katkı oranı %80, 2. yazarın araştırmaya katkı oranı %20'dir.

Yazar 1: Araştırmanın tasarlanması, veri analizi, raporlaştırma.

Yazar 2: Yöntemin belirlenmesi, danışmanlık, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları.

ÇATIŞMA BEYANI (CONFLICT OF INTEREST)

Araştırmada herhangi bir kişi ya da kurum ile finansal ve kişisel yönden bağlantı bulunmamaktadır. Bu nedenle herhangi bir çıkar çatışması söz konusu değildir.