



• ISSN 2146-7684

Mayıs/ May 2016

ELECTRONIC JOURNAL OF VOCATIONAL COLLEGES



• www.ejovoc.org •

Cilt/Volume: 06 Sayı/Number: 01 Yıl/Year: 2016

Mayıs 2016
May 2016

Sayı/Number:1
Cilt /Volume: 6
Yıl / Year: 2016

ISSN: 2146-7684

Yayın Sahibi

Publisher

Bora Aslan

Editörler

Editors

Bora Aslan

Füsun Yavuzer Aslan

Yayın İdare Merkezi

Headquater

Kırklareli Üniversitesi

Lüleburgaz Meslek

Yüksekokulu

Lüleburgaz/Kırklareli

Tel: +90 288 4174996

Faks: +90 288 4174996

<http://www.ejovoc.org>

info@ejovoc.org

Yayın Türü

Type of Publication

6 Aylık Süreli Yayın

Semiannual

Kapak

Coverpage

Füsun Yavuzer Aslan

ejovoc

Electronic Journal Of Vocational Colleges

ÖNSÖZ

Kırklareli Üniversitesi Lüleburgaz Meslek Yüksekokulu bünyesinde hazırladığımız EJOVOC'un yeni sayısı ile tekrar karşınızda olmaktan büyük mutluluk duymaktayız.

Meslek yüksekokulları ve mesleki eğitim ile ilgili yeni bir pencere açmak için çıktığımız bu yolda büyük ilerleme kaydettiğimizi düşünüyoruz. Hatırlayacağınız gibi meslek yüksekokullarındaki bilimsel üretime bir dinamizm kazandırmayı hedeflediğimiz dergimiz 2011'de yayın hayatına başlamıştı.

Mayıs 2016 sayısında yayınlanmak için yapılan 15 makale başvurusundan 10'u yüksek puan alarak dergimizde yayınlanmaya hak kazanmıştır. Bu büyük ilgi için yazarlara teşekkürlerimizi borç biliriz.

Dergimizin sürekliliğini sağlamak için kalitesinden ödün vermeden okuyucu ve yazar kitesini tutabilmenin zorluğunun bilincinde olarak büyük ümitlerle çıktığımız bu yolda desteklerini esirgemeyen üniversite rektörlüğümüze, editörlerimize, yazarlarımıza ve hakemlik yapan araştırmacılarımıza teşekkürlerimizi ve saygılarımızı sunarız.

Yayın Kurulu

PREFACE

We are very glad to present the new issue of Ejoboc (Electronic Journal of Vocational Colleges) which is prepared by Lüleburgaz Vocational College of Kırklareli University.

We believe that we have made progress in the way to bring a new perspective about Vocational Colleges and Vocational Training. As you remember, our journal with which we aim to help energizing the scientific production in the Vocational Colleges began to be published in 2011.

Among the 15 articles sent to be published in the journal's May 2016 issue, 10 articles are entitled to be issued. We are grateful to the writers for their interest.

Ejoboc aims to continue to broadcast without sacrificing its scientific quality with an awareness of the difficulties such as being accepted as a reputational journal by authors and audience. Ejoboc presents great thanks to Kırklareli University Rectorate, scientific committee, editorial board, authors and referees for their invaluable support.

Editorial Board

İçindekiler / Contents

PEYZAJ VE SÜS BİTKİLERİ PROGRAMINDA BİLGİSAYAR DESTEKLİ TASARIM DERSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ ASSESSMENT OF COMPUTER AIDED DESIGN LESSON IN VOCATIONAL SCHOOL PROGRAMMES OF LANDSCAPE AND ORNAMENTAL PLANTS IN TURKEY Nihat KARAKUŞ , Serdar SELİM	1
FARKLI EKРАН ÇÖZÜNÜRLÜKLERİ İÇİN ESNEK WEB ARAYÜZ YAPILARI TASARLANMASI DESIGNING RESPONSIVE WEB INTERFACE STRUCTURES FOR DIFFERENT SCREEN RESOLUTIONS Veli Özcan Budak , Murat Gezer	10
İŞÇİ SINIFI İÇİN MODERN YAŞAMIN KODLARI: ALPULLU ŞEKER FABRİKASI THE CODES OF THE MODERN LIFE FOR LABOUR: ALPULLU SUGAR FACTORY Ali Mülayim , Timur Kaprol	25
6-12 YAŞ GRUBU ÇOCUKLARDA ENÜREZİS NOKTÜRNA PREVALANSI VE İLİŞKİLİ FAKTÖRLER ENURESIS NOCTURNA PREVALENCE AND RELATED FACTORS IN 6-12 YEARS OLD CHILDREN Meltem KÜRTÜNCÜ , Işın ALKAN	33
TESTING IN ENGLISH CLASSES IN VOCATIONAL SCHOOLS OF HIGHER EDUCATION Derya Tuzcu Eken	38
MESLEK YÜKSEKOKULLARI GRAFİK TASARIMI DERS PROGRAMLARINDA MATBAA DERSLERİNİN YERİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ THE PLACE OF PRINTING HOUSE COURSES IN THE GRAPHIC DESIGN CURRICULUM OF VOCATIONAL HIGH SCHOOLS : İSTANBUL EXAMPLE Cengiz ŞAHİN , Bekir KESKİN , Erdoğan KÖSE	48
MARKA SADAKATİ YAKLAŞIMLARINA ETKİ EDEN ÖNCÜL FAKTÖRLERİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR AMPİRİK ÇALIŞMA AN EMPIRICAL STUDY TO INVESTIGATE THE ANTECEDENT FACTORS HAVING AN EFFECT ON BRAND LOYALTY APPROACHES Yasamın HAGHIGH KHIABANIAN , İbrahim Sarper KARAKADILAR	56
CUMHURİYET DÖNEMİNDE EDİRNE'DE İPEK BÖCEKÇİLİĞİ SILK WORM BREEDING in EDİRNE Mehtap AĞIRGAN	67
KALECİK MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN BAŞARI DÜZEYLERİNİN BAZI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ INVESTIGATION OF ACHIEVEMENT LEVELS OF KALECİK VOCATIONAL SCHOOL'S STUDENTS IN TERMS OF SOME VARIATIONS Fatma AŞILIOĞLU , Rukiye Duygu ÇAY , Pınar ŞANLIBABA	79

PEYZAJ VE SÜS BİTKİLERİ PROGRAMINDA BİLGİSAYAR DESTEKLİ TASARIM DERSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Nihat KARAKUŞ¹, Serdar SELİM²

ÖZET

Çalışmada, Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı için Bologna süreci kapsamında hazırlanan müfredatların incelenmesi ve bu müfredatlardan yola çıkılarak bilgi teknolojilerinin bir bileşeni olan Bilgisayar Destekli Tasarım dersi ya da derslerinin etkin bir şekilde verilebilmesi amacıyla Karakuş ve Selim (2011)'in oluşturduğu modele göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, Türkiye'deki biri vakıf, 24'ü kamu üniversitesi olmak üzere 25 farklı üniversitenin 27 farklı meslek yüksekokulunda; 27 Örgün Öğretim (ÖÖ) ve dört İkinci Öğretim (İÖ) olmak üzere toplam 31 adet Peyzaj ve Süs Bitkileri Programının müfredatlarından yararlanılmıştır. Bunların da 23'ünün müfredatına ulaşılmış ve 22'sinin Bilgisayar Destekli Tasarım dersini verdiği saptanmıştır. 12 meslek yüksekokulunun Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin bir ders olarak verildiği modellere uygun olduğu, beş meslek yüksekokulunun da Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin iki ders olarak verildiği modellere uygun olduğu ve beş meslek yüksekokulunun ise hiçbir modele uygun olmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin bir ders olarak verilmesi METEB müfredatına göre artış gösterirken, iki ders olarak verilmesi azalış göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Teknolojileri, Bilgisayar Destekli Tasarım, Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı, Bologna Süreci.

ASSESSMENT OF COMPUTER AIDED DESIGN LESSON IN VOCATIONAL SCHOOL PROGRAMMES OF LANDSCAPE AND ORNAMENTAL PLANTS IN TURKEY

ABSTRACT

In this study, computer-aided design lessons in the Landscape and Ornamental Plants Program were evaluated within the context of Bologna process. For this purpose, the curriculums that were specifically prepared within the scope of Bologna process were investigated and examined for their effectiveness in teaching according to the Karakus and Selim's Model (2011). In Turkey, there are 27 vocational schools, which have Landscape and Ornamental Plants Programs. 4 of these 27 vocational schools have their own evening education system. Therefore, all 31 curriculums of Landscape and Ornamental Plants' Programmes were targeted for this study. 23 of these curriculums were collected. Out of these curriculums, it was found that 22 vocational schools providing Computer-aided Design lessons. The study showed that one computer-aided design lesson was given in 12 vocational schools, which was suitable to the model and two computer aided design lessons were given in 5 vocational schools, which were also suitable to it. The other 5 vocational schools were not suitable to the model in question. As a result, according to the Curriculum of METEB, giving computer-aided design as a single lesson increased while giving it as two lessons decreased.

Keywords: Information Technologies, Computer-Aided Design, Landscape and Ornamental Plants Program, Bologna Process.

¹ Öğretim Görevlisi, MSKÜ, Fethiye A.S.M.K. Meslek Yüksekokulu, Park ve Bahçe Bitkileri Bölümü, nkarakus@mu.edu.tr

² Öğretim Görevlisi Dr., MSKÜ, Ortaca Meslek Yüksekokulu, Park ve Bahçe Bitkileri Bölümü, serdar.selim@mu.edu.tr

Giriş

Son zamanlarda bilim ve teknolojinin hızla gelişmesi ve yaygın bir şekilde kullanılması, bireylerin yaşamlarını sosyal, kültürel ve ekonomik yönden etkileyen en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Bilgi, bir toplumun ekonomik gelişmelerini güçlendirirken, teknoloji de eğitim sürecindeki kazanımlarına katkı sağlamaktadır (Özkul ve Girginer, 2001). Bilgi teknolojisi ise birçok çalışma için gereksinim duyduğumuz bilginin yaratılması, toplanması, biriktirilmesi, işlenmesi, yeniden elde edilmesi, yayılması, korunması ve bunlara yardımcı olan teknolojik araçların bütünüdür (Uyar, 2007; Uludoğan, 2014). Tasarım da, Türk Dil Kurumu tarafından “zihinde canlandırılan biçim” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2005). Şahin ve Önder (2008)’e göre de bir şeyin biçimini zihinde canlandırıp kaleme alınabilecek ilk şeklini ya da modelini hazırlamaktır. Bu tanımlamalardan yararlanarak bilgi teknolojilerinin bir bileşeni olan bilgisayar destekli tasarım; biçimi zihinde canlandırılan bir nesnenin ya da taslak bir çizimin, bilgisayar ortamındaki yazılımlar aracılığıyla teknik olarak çizilmesi ya da modellenmesi şeklinde tanımlanabilir (Karakuş ve Selim, 2011).

Tasarımların bilgisayar ortamına aktarılmasındaki en önemli araç olan bilgisayar destekli tasarım sistemleri Benliay (2001)’ın da belirttiği gibi dünyada ilk defa 1964 yılından itibaren kullanılmaya başlanmış ve bu tarihten günümüze kadarda birçok tasarım yazılımı geliştirilmiştir. Bilgisayar destekli tasarım sistemlerini diğer klasik sistemlerden farklı kılan en önemli durum ise, bu işler için özel olarak geliştirilmiş olan yazılımlar ve bir takım donanımların olmasıdır. Bu yazılımlar mimariden makineye, elektronikten reklamcılığa, haritacılıktan tıp uygulamalarına kadar çizim gerektiren tüm konularda kullanım alanı bulmuş ve bu meslek dallarındaki gereksinimlere yanıt verecek şekilde, birçoğu özel olarak profesyonel mimar ve mühendisler tarafından hazırlanarak uluslararası sanayi standardına ulaşmış bulunmaktadır (Onursal ve Yaman, 2010).

Türkiye’de de son zamanlarda bilgisayar destekli tasarım yazılımlarına büyük bir ilgi başlamış ve 1985 yılında ilk olarak AutoCAD yazılımı Türkiye’ye girmiştir. Bu yazılımın ülkemizde kısa sürede yaygınlaşması ise tüm mühendislik-mimarlık uygulamalarındaki başarısı, üniversitelerde verilen seminerler ve fuarlarda yapılan gösterilerle olmuştur (Şahin ve Önder, 2008). Kullanımı her geçen gün artan bilgisayar destekli tasarım yazılımları, özellikle tasarım anlayışını ön plana çıkaran meslek disiplinleri başta olmak üzere tüm meslek disiplinlerinde kullanılmaktadır.

Bilgisayar destekli tasarım yazılımları çeşitli özellikleriyle tanımlanabilir fiziksel çevrelerde planlama, tasarım, onarım, koruma ve yönetim çalışmalarını yürüten Peyzaj Mimarlığı meslek disiplininde kullanıldığı gibi Peyzaj Mimarları ile birlikte planlama ve tasarım aşamalarına müdahil olan Peyzaj ve Süs Bitkileri Teknikerliği meslek disiplini tarafından da yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Peyzaj tasarımı ve çevre düzenlemesi gibi işlerde elle çizildiğinde haftalarca sürebilen çizimler, günümüzde bilgisayar destekli tasarım yazılımları ile daha doğru ve daha hassas bir şekilde çizilmekte ve alternatif tasarımlarda ya da çizimlerde tekrar eden objeler ise çok kısa bir sürede üretilebilmektedir. (Uyar, 2007; Şahin ve Önder, 2008; İnan ve Yıldırım, 2009; Karakuş ve Selim, 2011; Köseoğlu Ulubatlı, 2013; Olgun ve Yılmaz, 2014).

Bilgisayar destekli tasarım yazılımlarının eğitimi, başlangıçta sadece yazılımları satan firmaların elemanları tarafından verilirken bugün, özel eğitim merkezleri, meslek odaları ve üniversitelerde de yaygın olarak verilmektedir. Özellikle üniversitelerde bilgisayar destekli tasarım ilk olarak lisansüstü ders düzeyinde verilirken, gereksinim duyulan bilgisayar donanımlarının ve eğitim amaçlı yazılımların ucuzlamasıyla birlikte lisans ve ön lisans düzeyinde de ders olarak verilmeye başlamıştır. Bu derslerdeki amaç, gelecekte meslek sahibi olacak gençlere teknolojinin gereksinimi olan yazılımları öğretmekten ziyade, bu yazılımlardan yararlanarak nitelikli tasarımlar yapabilmelerini geliştirmektir. Ön lisans eğitimi veren Meslek Yüksekokulları’nda ise amaç, öğrencilerin tasarım yapmalarını geliştirmekten ziyade taslak halindeki tasarımları ölçekli bir şekilde çizebilmelerini, yani eskiz üzerindeki bir taslağı ölçekli bir şekilde bilgisayar ortamına aktarabilmelerini geliştirmektir. Ayrıca, günümüzde maketlerden daha etkin bir konuma gelen üç boyutlu modellemeler ve gerçekçi materyal atamalarıyla projenin uygulamadan sonraki halini sunabilmelerini geliştirmektir (Karakuş ve Selim, 2011). Bu bağlamda, özellikle üniversitelerdeki eğitim ve öğretimde bilgisayar destekli öğretim kaçınılmaz olmaktadır.

Dünyadaki ve Avrupa’daki eğitim sistemi özellikle son yirmi yıldır önemli bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Ülkeler, kendi yükseköğretim sistemlerini karşılaştırmak, benzer sorunlara ortak çözümler üretmek üzere bölgesel işbirlikleri oluşturmaya başlamışlardır. Bunlardan en kapsamlısı, Avrupa bölgesinde ortak bir sistem oluşturmak üzere başlatılan Bologna Süreci’dir. Bologna Süreci ilk kez 1998 yılında Fransa, İtalya, Almanya ve İngiltere Eğitim Bakanları’nın Sorbonne’da gerçekleştirdikleri toplantı sonrasında yayımlanan Sorbonne Bildirgesi ile ortaya çıkmıştır. Bu bildirmede ilk defa Avrupa’da ortak bir yükseköğretim alanı yaratma fikri geliştirilmiştir. Bu kapsamda en önemli uygulama ortak bir Avrupa Kredi Transfer Sistemi (AKTS) (ECTS:

European Credit Transfer System) oluşturmak ve ihtiyaç duyulan derslerin yarıyılları ile birlikte düzenlenmesini sağlamaktır (Dinan, 2005; Korkut ve Mızıkacı, 2008; Sağlam ve ark., 2011; Güneş, 2012).

Bu çalışmada da, Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı için Bologna süreci kapsamında hazırlanan müfredatların incelenmesi ve bu müfredatlardan yola çıkılarak bilgi teknolojilerinin bir bileşeni olan Bilgisayar Destekli Tasarım dersi ya da derslerinin etkin bir şekilde verilebilmesi amacıyla Karakuş ve Selim (2011)'in oluşturduğu modele göre değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Materyal ve Yöntem

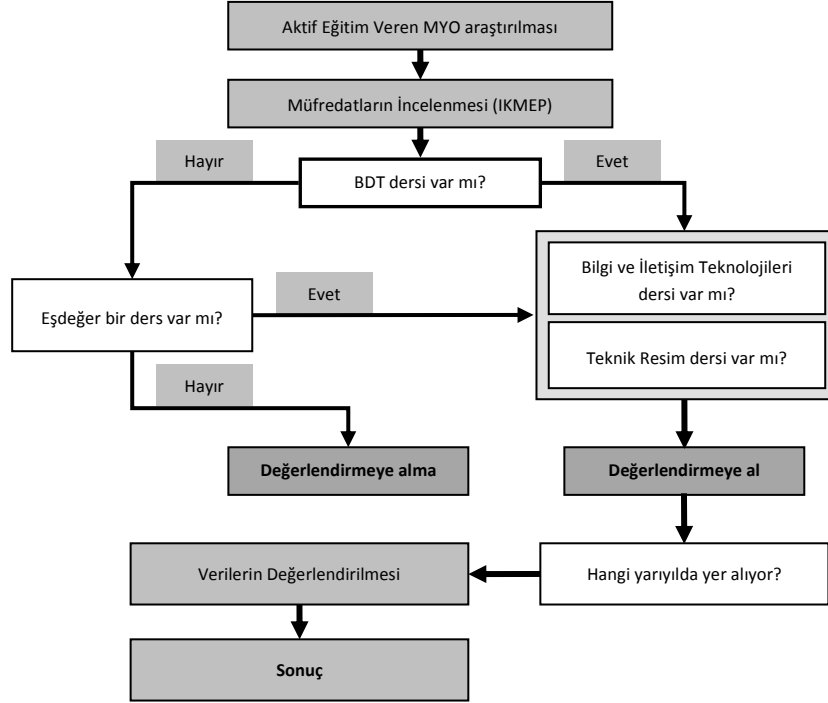
Çalışmanın ana materyalini Türkiye’de kamu ve vakıf üniversitelerinde ön lisans eğitimi veren örgün ve ikinci öğretim Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı ve bu programın Bologna süreci kapsamında hazırlanan İKMEP (İnsan Kaynaklarının Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirilmesi Projesi) müfredatları oluşturmaktadır. Ayrıca ilgili programın müfredatlarında yer alan Bilgisayar Destekli Tasarım (BDT), Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) ve Teknik Resim (TR) dersleri ya da eşdeğeri olan dersler de çalışmada kullanılan materyaller arasındadır. Eşdeğer dersler saptanırken de, ders içerikleri bu derslerle örtüşen dersler çalışmanın materyali olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda Türkiye’de ÖSYM–2014 kılavuzunda yer alan Peyzaj ve Süs Bitkileri Programları’nın listesi Çizelge 1’de verilmiştir.

Çizelge 1. Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı eğitim-öğretimi veren üniversiteler (ÖSYM, 2014)

Üniversite Adı	Meslek Yüksekokulu Adı	Üniversite Adı	Meslek Yüksekokulu Adı
Abant İzzet Baysal Ün.	Bolu MYO	İğdır Üniversitesi	İğdır TB MYO
Adnan Menderes Üniversitesi	Koçarlı MYO	İstanbul Aydın Üniversitesi	Anadolu BİL MYO
Aksaray Üniversitesi	Aksaray Tek. Bilimler MYO	Kocaeli Üniversitesi	Arslanbey MYO
Ankara Üniversitesi	Kalecik MYO	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Fethiye ASMK MYO
Atatürk Üniversitesi	Tortum MYO	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Ortaca MYO
Bartın Üniversitesi	Bartın MYO	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	Samsun MYO
Bilecik Şeyh Edebali Ün.	MYO	Sakarya Üniversitesi	Sapanca MYO
Bingöl Üniversitesi	Bingöl TBMYO	Sakarya Üniversitesi	Pamukova MYO
Celal Bayar Üniversitesi	Alaşehir MYO	Selçuk Üniversitesi	Çumra MYO
Çanakkale Onsekiz Mart Ün.	Lapseki MYO	Süleyman Demirel Üniversitesi	Eğirdir MYO
Dicle Üniversitesi	Diyarbakır Tek. Bilimler	Trakya Üniversitesi	Havsa MYO
Ege Üniversitesi	Bayındır MYO	Uludağ Üniversitesi	Orhangazi MYO
Erzincan Üniversitesi	Üzümlü MYO	Yalova Üniversitesi	Yalova MYO
Gaziantep Üniversitesi	Nurdağı MYO		

Çalışmada ilk olarak Türkiye’deki üniversitelerde Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı eğitim-öğretimi veren meslek yüksekokulları ÖSYM kılavuzlarından yararlanılarak araştırılmıştır (Şekil 1). Araştırma sonucunda saptanan meslek yüksekokullarının web sayfalarından yararlanılarak müfredatlarına ve ders içeriklerine ulaşılmıştır. Sonra elde edilen veriler Karakuş ve Selim (2010)’in Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin etkin bir şekilde icra edilebilmesi için Bilgi ve İletişim Teknolojileri ile Teknik Resim derslerinin, Bilgisayar Destekli Tasarım dersinden önceki yarıyılarda alınmış olması şeklinde belirlemiş olduğu ölçütler doğrultusunda incelenmiştir. Müfredatlar incelenirken, ilk olarak Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin olup olmadığı araştırılmıştır. Müfredatında Bilgisayar Destekli Tasarım dersi olan meslek yüksekokullarında Bilgi ve İletişim Teknolojileri ve Teknik Resim derslerinin olup olmadığı araştırılarak değerlendirmeye alınmıştır. Müfredatında Bilgisayar Destekli Tasarım dersi olmayan meslek yüksekokullarında ise müfredatlar ders içerikleriyle birlikte tekrar incelenerek eşdeğer bir dersin olup olmadığı araştırılmıştır. Eşdeğer bir ders müfredatta bulunuyorsa, Bilgi ve İletişim Teknolojileri ve Teknik Resim derslerinin olup olmadığı araştırılarak değerlendirmeye alınmıştır. Şayet müfredatında Bilgisayar Destekli Tasarım dersi ya da eşdeğer bir dersi olmayan meslek yüksekokulları ise değerlendirmeye alınmamıştır. Aynı zamanda Teknik Resim ile Bilgi ve İletişim Teknolojileri derslerinin birden fazla yarıyıl verildiği durumlarda ise ilk verildiği yarıyıl dikkate alınarak modellere uygunluğu saptanmıştır. Değerlendirmeye alınan meslek yüksekokulu müfredatları tekrar kapsamlı bir şekilde incelenerek Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin tek yarıyıl mı, yoksa birden fazla yarıyıl mı verildiği araştırılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler Karakuş ve Selim (2010)’in Bilgisayar Destekli Tasarımın hangi yarıyıl verilmemesinin uygun olduğuna yönelik oluşturdukları modellerden yararlanılarak değerlendirilmiştir. Bilgisayar

Destekli Tasarım dersinin bir ders olarak verilmesine ilişkin modeller Şekil 2’de, Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin iki ders olarak verilmesine ilişkin modeller de Şekil 3’te verilmiştir. Değerlendirme sonucunda İKMEP müfredatına göre elde edilen bulgular ile METEB (Mesleki ve Teknik Eğitim Bölgesi) müfredatına göre Karakuş ve Selim (2010)’in yapmış olduğu çalışma karşılaştırılarak değerlendirilmiştir.



Şekil 1: Çalışmanın akış şeması (Karakuş ve Selim, 2010’den değiştirilerek)

MTBDT1		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BiT	X			
	TR	X			
	BDT		X		

MTBDT2		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BiT	X			
	TR	X			
	BDT			X	

MTBDT3		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BiT	X			
	TR	X			
	BDT				X

MTBDT4		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BiT	X			
	TR		X		
	BDT			X	

MTBDT5		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BiT	X			
	TR		X		
	BDT				X

MTBDT6		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BiT		X		
	TR	X			
	BDT			X	

MTBDT7		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BiT		X		
	TR	X			
	BDT				X

MTBDT8		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BiT		X		
	TR		X		
	BDT			X	

MTBDT9		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BiT		X		
	TR		X		
	BDT				X

MTBDT: Bilgisayar Destekli Tasarım Dersinin Tek Ders Olarak Verilmesine İlişkin Model

Şekil 2: Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin bir ders olarak verilmesine ilişkin modeller (Karakuş ve Selim, 2010’den değiştirilerek)

MÇBDT1		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BIT	X			
	TR	X			
	BDT I		X		
	BDT II			X	

MÇBDT2		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BIT	X			
	TR	X			
	BDT I			X	
	BDT II				X

MÇBDT3		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BIT	X			
	TR	X			
	BDT I		X		
	BDT II				X

MÇBDT4		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BIT	X			
	TR		X		
	BDT I			X	
	BDT II				X

MÇBDT5		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BIT		X		
	TR	X			
	BDT I			X	
	BDT II				X

MÇBDT6		Yarıyılar			
		I	II	III	IV
Dersler	BIT		X		
	TR		X		
	BDT I			X	
	BDT II				X

MÇBDT: Bilgisayar Destekli Tasarım Dersinin Çift Ders Olarak Verilmesine İlişkin Model

Şekil 3: Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin iki ders olarak verilmesine ilişkin modeller (Karakuş ve Selim, 2010'den değiştirilerek)

Bulgular

Türkiye'de 2014–2015 Eğitim Öğretim yılında biri vakıf, 24'ü kamu üniversitesi olmak üzere 25 farklı üniversitede ve 27 farklı meslek yüksekokulu'nda; 27 örgün öğretim (ÖÖ) ve dört ikinci öğretim (İÖ) olmak üzere toplam 31 adet Peyzaj ve Süs Bitkileri Programının olduğu saptanmıştır. İkinci öğretim müfredatlarının, bağlı oldukları meslek yüksekokulların örgün öğretim müfredatları ile aynı oldukları saptanmıştır. Bu nedenle değerlendirmeye sadece örgün öğretim müfredatları alınmıştır. Bu kapsamda da, faal olan 23 örgün öğretim programının müfredatına ulaşılmıştır. Ulaşılan müfredatlarda Bilgisayar Destekli Tasarım, Teknik Resim ile Bilgi ve İletişim Teknolojileri derslerinin ya da eşdeğer derslerinin buldukları yarıyılar dikkate alınarak her meslek yüksekokuluna ait müfredat ayrı ayrı incelenmiştir. Elde edilen bulgular da Çizelge 2'de verilmiştir.

Çizelge 2. Peyzaj ve Süs Bitkileri Programının bağlı oldukları meslek yüksekokulu müfredatlarına göre Bilgisayar Destekli Tasarım, Bilgi ve İletişim Teknolojileri ve Teknik Resim derslerinin buldukları yarıyılar (ÖSYM, 2014)

Meslek Yüksekokulu Adı	Bilgisayar Destekli Tasarım I				Bilgisayar Destekli Tasarım II				Alternatif Ders				Bilgi ve İletişim Teknolojileri				Teknik Resim			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Aksaray TBMYO	X					X							X							
Alaşehir MYO			X					X					X	X			X			
Anadolu BİL MYO													X	X			X			
Arslanbey MYO												X		X				X		
Bartın MYO									X				X						X	
Bayındır MYO									X				X				X	X		
Bingöl TBMYO											X		X				X	X		
Çumra MYO											X						X			
Diyarbakır TBMYO												X	X				X	X		
Eğirdir MYO											X	X	X		X		X			
Fethiye ASMK MYO			X						X		X	X	X				X			
Havsa MYO		X															X			
İğdır TB MYO											X		X						X	
Kalecik MYO											X		X				X			
Lapseki MYO			X					X					X	X			X			
MYO (B.Ş.E.Ü.)									X				X				X			
Nurdağı MYO												X	X	X						
Orhangazi MYO									X				X				X			
Ortaca MYO			X						X		X	X	X				X			
Pamukova MYO										X			X				X	X		
Sapanca MYO										X			X				X	X		
Üzümlü MYO										X			X					X	X	
Yalova MYO									X				X				X			

Çizelge 2'deki veriler oluşturulurken bazı meslek yüksekokullarında ilgili dersin yerine eşdeğer dersler olduğu saptanmıştır. Bu kapsamda ilgili müfredatın ders içerikleri incelendiğinde; Bilgi ve İletişim Teknolojileri dersine “Temel Bilgisayar Bilimleri”, “Temel Bilgi Teknolojisi Kullanımı”, “Temel Bilgi Teknolojileri Kullanımı”, “Temel Bilgisayar Eğitimi”, “Bilişim Teknolojisi”, “Bilgisayar” ve “Bilgisayara Giriş” derslerinin; Teknik Resim dersine “Çizim Tekniği”, “Peyzaj Çizim Tekniği”, “Peyzajda Çizim Teknikleri”, “Peyzaj Çizim ve Proje Hazırlama Tekniği”, “Peyzaj Çizim ve Proje Hazırlama Teknikleri” ve “Çizim ve Grafik Anlatım Tekniği” derslerinin; Bilgisayar Destekli Tasarım dersine “Mesleki Bilgisayar”, “Peyzajda Bilgisayar Uygulamaları”, “Bilgisayar Destekli Çizim”, “Bilgisayar Destekli Peyzaj Çizim Tekniği” ve “Bilgisayar Destekli Modelleme” derslerinin eşdeğer dersler olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 2'de görüldüğü üzere Bilgisayar Destekli Tasarım dersi, 16 meslek yüksekokulunda bir ders, altı meslek yüksekokulunda iki ders olarak verilmekte ve bir meslek yüksekokulunda da hiç verilmemektedir. Bu nedenle 22 farklı meslek yüksekokulunun müfredatı değerlendirilmeye alınmıştır.

Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin bir ders olarak verildiği meslek yüksekokulları incelendiğinde; altı meslek yüksekokulunda II. yarıyıda, yedi meslek yüksekokulunda III. yarıyıda, üç meslek yüksekokulunda IV. yarıyıda verilmekte ve hiçbir meslek yüksekokulunda I. yarıyıda verilmemektedir.

Bilgisayar Destekli Tasarım dersini II. yarıyıda veren meslek yüksekokulunda; Bilgi ve İletişim Teknolojileri dersi beş meslek yüksekokulunda I. yarıyıda ve bir meslek yüksekokulunda ise hiçbir yarıyıda verilmemektedir. Teknik Resim dersi ise dört meslek yüksekokulunda I. yarıyıda, bir meslek yüksekokulunda I. ve II. yarıyıda ve bir meslek yüksekokulunda ise hiçbir yarıyıda verilmemektedir.

Bilgisayar Destekli Tasarım dersini III. yarıyıda veren meslek yüksekokulunda; Bilgi ve İletişim Teknolojileri dersi beş meslek yüksekokulunda I. yarıyıda, bir meslek yüksekokulunda da II. yarıyıda verilmekte ve bir meslek yüksekokulunda ise hiçbir yarıyıda verilmemektedir. Teknik Resim dersi ise iki meslek yüksekokulunda I. yarıyıda, bir meslek yüksekokulunda da II. yarıyıda, üç meslek yüksekokulunda da I. ve II. yarıyıda ve bir meslek yüksekokulunda da II. ve III. yarıyıda, verilmektedir.

Bilgisayar Destekli Tasarım dersini IV. yarıyıda veren meslek yüksekokulunda; Bilgi ve İletişim Teknolojileri dersi bir meslek yüksekokulunda I. yarıyıda, bir meslek yüksekokulunda II. yarıyıda ve bir meslek yüksekokulunda I. ve II. yarıyıda verilmektedir. Teknik Resim dersi ise bir meslek yüksekokulunda II. yarıyıda, bir meslek yüksekokulunda da I. ve II. yarıyıda verilmekte ve bir meslek yüksekokulunda ise hiçbir yarıyıda verilmemektedir.

Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin Bilgisayar Destekli Tasarım-I ve Bilgisayar Destekli Tasarım-II olmak üzere iki ders olarak verildiği meslek yüksekokulları incelendiğinde; bir meslek yüksekokulunda Bilgisayar Destekli Tasarım-I dersi I. yarıyıda ve Bilgisayar Destekli Tasarım-II dersi II. yarıyıda, iki meslek yüksekokulunda Bilgisayar Destekli Tasarım-I dersi II. yarıyıda ve Bilgisayar Destekli Tasarım-II dersi III. yarıyıda, üç meslek yüksekokulunda Bilgisayar Destekli Tasarım-I dersi III. yarıyıda ve Bilgisayar Destekli Tasarım-II dersi IV. yarıyıda verilmekte ve diğer yarıyılarda da hiç verilmemektedir.

Bilgisayar Destekli Tasarım-I dersini I. yarıyıda ve Bilgisayar Destekli Tasarım-II dersini II. yarıyıda veren meslek yüksekokulunda; Bilgi ve İletişim Teknolojileri dersi I. yarıyıda ve Teknik Resim dersi ise hiçbir yarıyıda verilmemektedir.

Bilgisayar Destekli Tasarım-I dersini II. yarıyıda ve Bilgisayar Destekli Tasarım-II dersini III. yarıyıda veren meslek yüksekokullarında; Bilgi ve İletişim Teknolojileri dersi iki meslek yüksekokulunda da I. yarıyıda ve Teknik Resim dersi de iki meslek yüksekokulunda I. yarıyıda verilmektedir.

Bilgisayar Destekli Tasarım-I dersini II. yarıyıda ve Bilgisayar Destekli Tasarım-II dersini IV. yarıyıda veren meslek yüksekokullarında; Bilgi ve İletişim Teknolojileri dersi iki meslek yüksekokulunda I. ve II. yarıyıda, bir meslek yüksekokulunda II. yarıyıda verilmektedir. Teknik Resim dersi ise üç meslek yüksekokulunda da I. yarıyıda verilmektedir.

İKMEP müfredatına göre elde edilen bulgular, Karakuş ve Selim (2011)'in METEB müfredatına yönelik yapmış oldukları çalışma ile kıyaslanmıştır (Çizelge 3). METEB müfredatında MTBBDT1 modeline uygun iki meslek yüksekokulu bulunurken, İKMEP müfredatında bu sayı artarak dört meslek yüksekokuluna ulaşmıştır. METEB müfredatında MTBBDT2 modeline uygun hiçbir meslek yüksekokulu bulunmazken, bu model İKMEP müfredatında dört meslek yüksekokulunda bulunmaktadır. MTBBDT3, MTBBDT4 ve MTBBDT7 modelleri, hem METEB hem de İKMEP müfredatında birer meslek yüksekokulunda bulunmaktadır. METEB müfredatında MTBBDT6 modeline uygun bir meslek yüksekokulu bulunurken, İKMEP müfredatında bu modele uygun hiçbir

meslek yüksekokulu bulunmamaktadır. METEB müfredatında MTBDT8 modeline uygun hiçbir meslek yüksekokulu bulunmazken, bu model İKMEP müfredatında bir meslek yüksekokulunda bulunmaktadır. Hem METEB hem de İKMEP müfredatında MTBDT5 ve MTBDT9 modellerine uygun hiçbir meslek yüksekokulu bulunmamaktadır.

Çizelge 3: Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin bir ve iki ders olarak verildiği modellere göre METEB ve İKMEP müfredatının karşılaştırması

Bir Ders Olarak Verildiği Modeller	Uygun Olan Meslek Yüksekokullarındaki Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı Sayısı		İki Ders Olarak Verildiği Modeller	Uygun Olan Meslek Yüksekokullarındaki Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı Sayısı	
	METEB Müfredatında	İKMEP Müfredatında		METEB Müfredatında	İKMEP Müfredatında
MTBDT1	2	4	MÇBDT1		2
MTBDT2		4	MÇBDT2	6	2
MTBDT3	1	1	MÇBDT3		
MTBDT4	1	1	MÇBDT4		
MTBDT5			MÇBDT5	1	1
MTBDT6	1		MÇBDT6		
MTBDT7	1	1	Toplam	7	5
MTBDT8		1			
MTBDT9					
Toplam	6	12			

METEB müfredatında MÇBDT1 modeline uygun hiçbir meslek yüksekokulu bulunmazken, bu model İKMEP müfredatında iki meslek yüksekokulunda bulunmaktadır. METEB müfredatında MÇBDT2 modeline uygun altı meslek yüksekokulu bulunurken, İKMEP müfredatında bu sayı azalarak iki meslek yüksekokuluna düşmüştür. Hem METEB hem de İKMEP müfredatında MÇBDT3 ve MÇBDT6 modellerine uygun hiçbir meslek yüksekokulu bulunmamaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Günümüzde bütün meslek disiplinlerinde olduğu gibi Peyzaj Mimarlığı ve Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı'nda da bilgi teknolojilerinin kullanımı kaçınılmaz olmuştur. Bilgi teknolojilerinin bir bileşeni olan bilgisayar destekli tasarım yazılımlarının eğitimi meslek odaları, özel kurslar ve üniversitelerde verilmektedir. Bu nedenle günümüz koşullarında Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı'ndan mezun olacak gençlerin nitelikli çizimler yapabilmelerini ve sektörde yer alabilmelerini sağlayabilmek için Bilgisayar Destekli Tasarım eğitiminin de üniversite eğitimi sürecinde verilmesi gerekmektedir.

Türkiye'de Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı'nda Bilgisayar Destekli Tasarım dersi veren 22 farklı meslek yüksekokulunun, 16'sında bir ders ve altısında da iki ders olarak verildiği tespit edilmiştir. Karakuş ve Selim (2011) tarafından Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin bir ders olarak verilmesine yönelik önerilen dokuz farklı modele göre Bologna süreci kapsamında hazırlanan müfredatlar değerlendirildiğinde; dört meslek yüksekokulunun MTBDT1 modeline, dört meslek yüksekokulunun MTBDT2 modeline, bir meslek yüksekokulunun MTBDT3 modeline, bir meslek yüksekokulunun MTBDT4 modeline, bir meslek yüksekokulunun MTBDT7 modeline ve bir meslek yüksekokulunun da MTBDT8 modeline uygun olmak üzere toplam 12 meslek yüksekokulu müfredatının modellere uygun olduğu görülmektedir. Diğer üç modele uygun herhangi bir meslek yüksekokulu bulunmamakla birlikte, dört meslek yüksekokulunun da hiçbir modele uygun olmadığı görülmektedir.

Karakuş ve Selim (2010)'in geleceğin meslek sahibi olacak gençlerin sektörde nitelikli bir şekilde yer alabilmelerini hedefleyerek oluşturdukları modeller içerisinde, Bilgisayar Destekli Tasarım dersi bir ders olarak verildiğinde MTBDT1 modelinin en ideal model olduğunu belirtmişlerdir. MTBDT1 modelinde Bilgisayar Destekli Tasarım dersi II. yarıyılıda verilmektedir. Bu ders kapsamında öğrenciler edindikleri bilgileri yaz dönemindeki mesleki stajlarını yaparken uygulayabilme ve yapacakları uygulamalarla da kendilerini geliştirebilme olanağına sahip olabileceklerdir. Aynı zamanda sektörde hangi çalışmalarda nasıl kullanıldığını gözlemleyebilme ve bu gözleme sonucunda da, kendilerinin hangi düzeyde olduklarını fark edebilme olanağına sahip olabileceklerdir. Ayrıca sektörel faaliyetleri sırasında yetersiz oldukları ya da gereksinim duydukları konuları ise

III. yarıyıldan itibaren üniversitedeki eğitim aşamasında giderebilme olanağına sahip olabileceklerdir. Bu bağlamda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, bir ders olarak verildiğinde en ideal model olarak öngörülen MTBDT1 modeline uygun dört farklı meslek yüksekokulunun olduğu saptanmıştır. Ayrıca MTBDT3 ve MTBDT7 modellerine uygun iki meslek yüksekokulunun olduğu saptanmıştır. Bu modele göre Bilgisayar Destekli Tasarım dersi IV. yarıyıldan verilmekte ve bu ders kapsamında öğrenciler edindikleri bilgileri üniversitedeki eğitimlerini tamamlamadan uygulayabilme, yetersiz oldukları konuları fark edebilme ve kendilerini geliştirebilme olanağına sahip olamayacaklardır. Bu durumda, öğrenciler Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin temel eğitimini almış ancak meslekle bütünleşirememiş olarak mezun olacaklardır. Mezun olduktan sonra yetersiz kaldıkları konularda kendilerini geliştirmek istedikleri takdirde, ya deneme yanılma yoluyla ya da özel kurslarla geliştirebileceklerdir.

Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin iki ders olarak verilmesine yönelik önerilen altı farklı modele göre Bologna süreci kapsamında hazırlanan müfredatlar değerlendirildiğinde; iki meslek yüksekokulunun MÇBDT1 modeline, iki meslek yüksekokulunun MÇBDT2 modeline, bir meslek yüksekokulunun da MÇBDT5 modeline uygun olmak üzere toplam beş meslek yüksekokulu müfredatının modellere uygun olduğu görülmektedir. Diğer üç modele uygun herhangi bir meslek yüksekokulu bulunmamakla birlikte, bir meslek yüksekokulunun da hiçbir modele uygun olmadığı saptanmıştır.

Karakuş ve Selim (2010)'in geleceğin meslek sahibi olacak gençlerin sektörde nitelikli bir şekilde yer alabilmelerini hedefleyerek oluşturdukları modeller içerisinde Bilgisayar Destekli Tasarım dersi iki ders olarak verildiğinde, MÇBDT1 ve MÇBDT3 modellerinin en ideal modeller olduğu belirtilmiştir. MÇBDT1 ve MÇBDT3 modellerinde Bilgisayar Destekli Tasarım I dersi II. yarıyıldan verilmektedir. Bu ders kapsamında öğrenciler edindikleri bilgileri yaz dönemindeki mesleki stajlarını yaparken uygulayabilme ve yapacakları uygulamalarla da kendilerini geliştirebilme olanağına sahip olabileceklerdir. Aynı zamanda sektörde hangi çalışmalarda nasıl kullanıldığını gözlemleyebilme ve bu gözleme sonucunda da, kendilerinin hangi düzeyde olduklarını fark edebilme olanağına sahip olabileceklerdir. Ayrıca sektörel faaliyetleri sırasında yetersiz oldukları ya da gereksinim duydukları konuları ise MÇBDT1 modelinde III. ve MÇBDT3 modelinde de IV. yarıyıldan alacakları Bilgisayar Destekli Tasarım-II dersinde telafi edebilme ya da öğrenebilme olanağına sahip olabileceklerdir. Bu bağlamda elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, iki ders olarak verildiğinde en ideal model olarak öngörülen MÇBDT1 modeline uygun iki farklı meslek yüksekokulunun olduğu ve MÇBDT3 modeline uygun herhangi bir meslek yüksekokulunun olmadığı saptanmıştır. Ayrıca MÇBDT5 modeline uygun bir meslek yüksekokulunun olduğu saptanmıştır. Bu modele göre Bilgisayar Destekli Tasarım I dersi III. yarıyıldan verilmektedir. Bu ders kapsamında öğrenciler edindikleri bilgileri bir sonraki yarıyıldan gereksinim duydukları derslerde uygulayabilme, yapacakları uygulamalarla da yetersiz oldukları konuları fark edebilme ve alacakları Bilgisayar Destekli Tasarım-II dersinde öğrenebilme ve kendilerini geliştirebilme olanağına sahip olabileceklerdir. Fakat sektörde yapacakları uygulamalarda yetersiz kaldıkları konularda ise kendilerini geliştirmek istediklerinde, almış oldukları temel eğitimden yola çıkarak ya deneme yanılma yoluyla ya da özel kurslarla geliştirebileceklerdir.

İKMEP müfredatına göre elde edilen bulgular, Karakuş ve Selim (2011)'in METEB müfredatına yönelik yapmış oldukları çalışma ile kıyaslandığında, METEB müfredatında Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin bir ders olarak verilmesine yönelik önerilen dokuz farklı modelin beşine uygun altı meslek yüksekokulu bulunurken, İKMEP müfredatında altısına uygun 12 meslek yüksekokulunun bulunduğu görülmektedir.

METEB müfredatında Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin iki ders olarak verilmesine yönelik önerilen altı farklı modelin ikisine uygun yedi meslek yüksekokulu bulunurken, İKMEP müfredatında üçüne uygun beş meslek yüksekokulunun bulunduğu görülmektedir.

Bilgisayar Destekli Tasarım dersinin bir ders olarak verilmesi METEB müfredatına göre artış gösterirken, iki ders olarak verilmesi azalış göstermiştir. Bu durumda teknolojik gelişmelerin bazı Peyzaj ve Süs Bitkileri Programında yeterince önemsenilmediği şeklinde yorumlanabilir. Ancak bilgisayar destekli eğitim ve öğretim kapsamında yapılan çalışmalarda, eğitim bilim uzmanlarının da söylediği gibi bilgi teknolojileri, öğretici ve yardımcı bir araç olarak doğru bir şekilde kullanıldığında eğitimde verimin artacağını vurgulamaktadırlar (Tokman, 1998; Uyar, 2007; Çavaş ve ark., 2004). Bu bağlamda, teknik programlardan biri olan Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı'nda verilecek olan Bilgisayar Destekli Tasarım dersi ya da dersleri ile öğrencilerin bilgi teknolojilerini etkin bir şekilde kullanabilmeleriyle birlikte çizim yapabilme yetenekleri de gelişmiş olacaktır. Bu gelişmeler aynı zamanda öğrencilerin özgüvenlerini de geliştirecek ve bu durum da sektöre nitelikli bireyler olarak atılmalarını ve istihdam edilmelerine önemli bir katkı sağlayacaktır. Bu nedenle eğitim planlamaları yapılırken ilgili bölüme ait müfredatta yer alacak derslerin hangi yarıyıldan olmasının daha yararlı olacağı araştırılarak müfredatlar oluşturulmalı, belirli periyotlarda da çağın şartlarına göre güncelleştirilmelidir. Ayrıca

bu çalışma, Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı'nda yapılacak olan müfredat değişikliği ya da güncellemelerine de kaynak oluşturacaktır.

Kaynakça

- Benliay, A. (2001). *Bilgisayar destekli tasarım sürecinde peyzaj tasarım projelerinin sunum tekniklerinin A.Ü.Z.F. dekanlık kampüsü projesi örneğinde irdelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çavaş, B., Huyugüzel, P., Çavaş, B.T.C. (2004). Eğitimde sanal gerçeklik. *The Turkish Online Journal of Educational Technology - TOJET October*, ISSN: 1303-6521 Volume 3, Issue 4, Article 15.
- Dinan, D. (Ed.), 2005. *Avrupa Birliği Ansiklopedisi* (H. Akay, Çev.). Kitap Yayınevi (I-2 Cilt),s218, İstanbul. ISBN: 975-8704-65-6
- Güneş, F. (2012). Bologna Süreci ile Yükseköğretimde Öngörülen Beceri ve Yetkinlikler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1, Nisan 2012; S:1-9, DOI: 10.5961/jhes.2012.026.
- İnan, N., Yıldırım, T. (2009). Mimari tasarım sürecinde disiplinler arası ilişkiler ve eş zamanlı – dijital ortam tasarım olanakları. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt 24, No 4, 583-595.
- Karakuş, N ve Selim, S. (2011). Meslek Yüksekokulu Peyzaj ve Süs Bitkileri Programında Bilgisayar Destekli Tasarımın Yeri, 2. *Uluslararası 6. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu*, Kuşadası/Aydın.
- Korkut, F. ve Mızıkacı, F. (2008). Avrupa Birliği, Bologna Süreci Ve Türkiye’de Psikolojik Danışman Eğitimi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, Kış 2008, Sayı 53, ss: 99-122.
- Köseoğlu Ulubatlı, S. (2013). *Seramik Eğitiminde Bilgisayar Destekli Tasarım Uygulamalarının Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Olgun,R. ve Yılmaz,T. (2014). Peyzaj Mimarlığında Bilgisayar Destekli Tasarım ve Tasarım Aşamaları. *Niğde Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, Cilt 3, Sayı 1, (2014), 48-59
- Onursal, F.H. ve Yaman, H. (2010). Bilgisayar Destekli Mimari Tasarım ve Çizim Standartları Üzerine Bir Araştırma. 1. *Proje ve Yapım Yönetimi Kongresi*, 29 Eylül-1 Ekim 2010, Ankara.
- ÖSYS (2014). 2014-ÖSYS Yükseköğretim Programlarının Merkezi Yerleştirmedeki En Küçük ve En Büyük Puanları Tablo 3-A. www.osym.gov.tr. Erişim: Kasım 2014.
- Özkul, E., Girginer, N. (2001). Uzaktan eğitimde teknoloji ve etkinlik. *I. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Sempozyum Bildirisi*.
- Sağlam, M., Özüdoğru, F. ve Çıray, F. (2011). Avrupa Birliği Eğitim Politikaları Ve Türk Eğitim Sistemi’ne Etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*. Aralık 2011, Cilt:VIII, Sayı:1, 87-109.
- Şahin, A., Önder, S. (2008). Peyzaj mimarlığı tasarım sürecinde bilgisayar kullanım olanaklarının Alanya Atatürk Parkı örneğinde irdelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 22 (46): (2008) 26-35, ISSN:1300-5774
- TDK (2005). *Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu Yayınları: 549, 4. Akşam Sanat Okulu Matbaası, Ankara. ISBN: 975-16-0070-7
- Tokman, L. (1998). Bilgisayar teknolojisinin mimarlık lisans programında eğitim yöntemi, öğretim politikası ve tasarım stüdyosu çalışması ortamına etkisi. Y.T.Ü. Mimarlık Fakültesinde Eğitim, İstanbul, S: 117-128.
- Uludoğan, M. (2014). Eğitimde bilgisayar okur – yazarlığı. <http://host.nigde.edu.tr/uludogan> 8 Ocak 2016 tarihinde alınmıştır.
- Uyar, A. (2007). *Endüstri Meslek Liseleri Birinci Sınıf Öğrencilerine Teknik Resim Dersinde Temel Kavramların Bilgisayar Destekli Çizim Programları (CAD) İle Anlatılmasının Akademik Başarıya ve Kalıcılığa Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Adana.

FARKLI EKLAN ÇÖZÜNÜRLÜKLERİ İÇİN ESNEK WEB ARAYÜZ YAPILARI TASARLANMASI

Veli Özcan Budak ¹, Murat Gezer ²

ÖZET

Web'in hızlı gelişimi ve sahip olduğu esnek yapısı, bu platform üzerinde çeşitli uygulamaların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bilgiye hızlı erişmek için en çok tercih edilen seçeneklerden biri olan web siteleri bu uygulamalardan sadece biridir. Web siteleri üzerindeki resim, video, yazı, vb. her türlü içerik, görsel açıdan, uygulama içinde bulunan sayfaların arayüz yapıları sayesinde organize edilmektedir. Web'e erişimi bulunan cihazların boyutları düşünüldüğünde, web sayfalarında farklı çözünürlüklere yönelik ayrı tasarımlar geliştirmenin zaman ve emek açısından büyük bir iş yükü oluşturduğu açıktır. Bu sorun, farklı cihaz çözünürlüklerine özel arayüz yapılarının aynı anda pratik bir şekilde tasarlanmasıyla aşılabılır. Bu amaç doğrultusunda bu çalışmada, farklı cihazlar için arayüz yapılarını aynı anda tek ekran üzerinden oluşturabilen ve organize edilebilir bir prototip geliştirilmiştir. Bu sayede, kodlama bilgisine ihtiyaç duymadan kolay kontrol edilebilir bir arayüz yapısı tasarlama olanağı sunulmuştur. Diğer taraftan prototipin web uygulama geliştiricilerin kendi sistemlerinde kullanabilecekleri bir araç olabileceğine de inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Esnek web tasarımı, Çözünürlük, Bootstrap, PHP, MySQL

DESIGNING RESPONSIVE WEB INTERFACE STRUCTURES FOR DIFFERENT SCREEN RESOLUTIONS

ABSTRACT

Rapid growth of Web and it's flexible structure cause that the various applications come out on this platform. Websites which is one of the most preferred options to reach information rapidly is just one of these applications. Every sort of content such as picture, video and article etc. on websites are organized through the interface structures of the pages in these applications visually. When considering of the size of devices which have Web access, it is obvious that developing different designs for different resolutions creates a huge workload in terms of time and effort. This problem can be overcome practically by creating interface structures at the same time for different device resolutions. In accordance with this purpose in this study, a prototype has been developed which can create and organize the interface structures at the same time for different devices on a single screen. Thus, a possibility of designing interface structure is provided which can be controlled easily without any requirement coding knowledge. On the other hand, it is believed that the prototype will be a tool which web application developers will be able to use in their systems.

Keywords: Responsive Web Design, Resolution, Bootstrap, PHP, MySQL

* Bu çalışma, Akademik Bilişim 2016'da sunulmuş olan "Esnek Web Ara Yüzü Tasarlanması Üzerine Bootstrap İle Bir Uygulama" başlıklı bildirdiden üretilmiştir.

¹ Uzman, Kırklareli Üniversitesi, veliozcanbudak@gmail.com

² Öğr. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi, murat.gezer@gmail.com

Giriş

İlk kez Tim O'Reilly (2005) tarafından dile getirilen Web 2.0 teknolojisinin sürekli gelişmesiyle birlikte İnternet ile birbirine bağlı bulunan kullanıcıların günlük yaşamlarında sıklıkla kullandıkları uygulamaların sayısı gittikçe artmaktadır. Bu uygulamalar, hitap ettiği kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik olarak günlük hayatı daha pratik hale getirmek amacıyla ortaya çıkarılmaktadır. Bu uygulamalar sayesinde, nerede olursak olalım mesafe tanımaksızın istediğimiz yere bağlanıp bilgi paylaşımı yapabilme, her konuda sınırsız bilgi havuzuna ulaşabilme, hayranı olduğumuz bir sanatçının albümlerini dinleyebilme, video izleyebilme, banka hesaplarımızı oturduğumuz yerden organize edebilme, vb. bir sürü işlemi gerçekleştirebilmemiz mümkündür. 1989 yılında fizik araştırmacılarının paylaşımlı işlerinin birbirine bağlanabilmesi için Tim Berners Lee'nin bir öneri getirmesiyle (Veen, 2000) birlikte hayatımıza giren Web, 21. yüzyılın en çok kullanılan teknoloji ürünlerinden biri olarak hayatımızda yer etmektedir. Bu platform üzerinde kullanılan ve bilgi paylaşımı için en çok tercih edilen uygulamalardan biri olan web siteleri ise, ilk çıktığı zamanlarda çoğunlukla masaüstü bilgisayarlar sayesinde kullanılabilmesine rağmen zamanla ihtiyaçtan dolayı ortamdaki bağımsız bir şekilde erişilebilir olmaya mecbur kalmıştır. Web siteleriyle beraber İnternet'i temel alarak hizmet veren diğer uygulamaların da bu ihtiyacı daha belirgin hale getirmesi, masaüstü bilgisayarların gitgide yanımızda taşıyabileceğimiz boyutlara düşürülmesine öncülük etmiştir. Bu değişim sayesinde ortamdaki bağımsız olarak uygulamalara gittiğimiz her mekânda ulaşılabilir hale gelmiş bulunmaktayız.

Günlük hayatta İnternet oldukça yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. 2000-2015 yılları arasında İnternet'ten yararlanan kullanıcı miktarının 8 katlık bir artışla yaklaşık 3.5 milyar seviyesine ulaştığı tahmin edilmektedir (İnternet World Stats, 2015). Türkiye'ye bakıldığında ise, 16-74 yaş arası bireyler temel alınarak yapılan araştırmalarda, 2010 yılında %41,6 olan İnternet kullanımının 2015 yılında yaklaşık olarak %56 seviyesine yükseldiği belirlenmiştir (TUİK, 2015). İnternet'in bilgiye erişme noktasında başvurulan ilk seçeneklerden birisi olması dolayısıyla bu platformu kullanabilen cihaz türlerinin bilinmesi uygulama tasarlama noktasında oldukça önemlidir. Smart Insights (2015) tarafından Amerika'da yetişkinlerin İnternet'e erişimde hangi cihazları kullandıklarıyla ilgili bir araştırma yapılmıştır. İnternet üzerinde geçirilen günlük zaman verilerinden yararlanılarak elde edilen sonuçlarda, 2015 yılı itibarıyla tüm İnternet kullanıcıları içinde %51'lik kısmın mobil cihazları, %42'sinin masaüstü ve dizüstü bilgisayarları, geriye kalan %7'lik kısmın ise oyun konsolları vb. cihazları kullandıkları tespit edilmiştir. Aynı araştırmanın 2010 yılındaki verileri incelendiğinde, masaüstü ve dizüstü bilgisayar kullanımının %75, mobil cihaz kullanımının ise %12,5 olduğu belirlenmiştir (Smart Insights, 2015). Bu sonuçlardan yola çıkarak 5 yıllık süreç içerisinde mobil cihaz kullanımına olan eğilimin oldukça belirgin şekilde artış gösterdiği söylenebilir. Türkiye'deyse, Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) tarafından hanelerde bilişim teknolojileri sahiplenme oranlarının araştırıldığı bir çalışma yapılmış olup elde edilen veriler Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Hanelerde bilişim teknolojileri bulunma oranı (TUİK, 2015).

Cihaz Türü	010	011	012	013	014	015
Masaüstü Bilgisayar	3,8	4,3	1,8	0,5	7,6	5,2
Taşınabilir Bilgisayar	6,8	2,6	7,1	1,4	0,1	3,2
Tablet				,2		
Cep Telefon (akıllı telefonlar dâhil)	0,5	1,9	3,2	3,7	6,1	6,8
İnternet'e bağlanabilen TV "Smart TV "				,3	2,4	0,9
Oyun Konsolu	,1	,8	,6	,0	,6	,3
Avuçiçi (PDA)	,7	,2	,4			

Not: Değerler yüzdeler olarak verilmiştir.

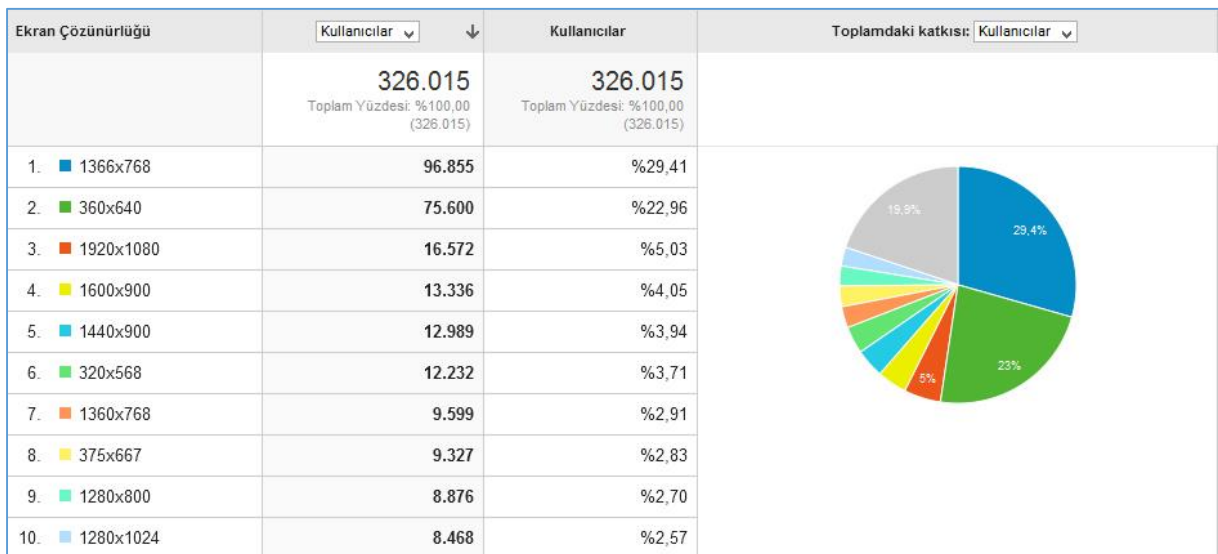
Tablo 1 incelendiğinde, cep telefonu (akıllı telefonlar dâhil) sahiplenme oranı 2010 yılında %90,5 iken, 2015 yılında bu oran %96,8 seviyesine çıkmaktadır. Aynı zaman aralığında masaüstü bilgisayar kullanım oranının %33,8'den %25,2'ye düştüğü, taşınabilir bilgisayar kullanım oranının %16,8'den %43,2'ye yükseldiği de dikkat çekmektedir (TUİK, 2015). Tablo 1'deki cihaz türleri dikkatle incelendiğinde, birbirinden farklı fiziki boyutlara ve İnternet erişim özelliğine sahip oldukları da tahmin edilebilir. İnternet ortamında hizmet veren ve dünya

genelinde en fazla üyeye sahip sosyal medya uygulamalarından biri olan Twitter, 2015 yılının son çeyreğiyle ilgili raporlarında, aylık ortalama toplam aktif kullanıcı miktarının geçmiş yıla oranla %9'luk büyümeyle 320 milyona ulaştığını belirtmiştir (Twitter, 2016). Bu raporda dikkati çeken nokta ise, mobil cihazlar üzerindeki kullanımın, bu miktarın yaklaşık %80'ini oluşturmasıdır (Twitter, 2016). Kırklareli Üniversitesi (KLU) web sitesini 01.01.2016-31.03.2016 tarihleri arasında ilk kez ziyaret eden kullanıcıların sahip oldukları cihazlara ait istatistikler ise Şekil 1'deki gibi ortaya çıkmıştır.



Şekil 1: KLU web sitesine erişimde kullanılan cihaz türleri (Google, 2016).

Genel itibariyle yapılan araştırmalar ve raporlar incelendiğinde, İnternet'e erişimde kullanılan cihazların farklılaştığı dikkat çekmektedir. Bu cihazları birbirinden ayıran temel özellik ise, fiziki boyutlarının ve dolayısıyla ekran çözünürlüklerinin farklı olmasıdır. Örneğin; mobil cihazlar, yanımızda daha rahat taşıyabilmemiz amacıyla tasarlanmış olmalarından dolayı masaüstü ve dizüstü bilgisayarlara oranla daha küçük ekran boyutlarına ve çözünürlüklerine sahiptirler. KLU web sitesinin 01.01.2016-31.03.2016 tarihleri arasındaki ziyaretçilerinin sahip olduğu cihazlara ait çözünürlükler Şekil 2'deki gibi oluşmuştur (Google, 2016).



Şekil 2: KLU web sitesini ziyaret eden kullanıcıların sahip oldukları cihazlara ait çözünürlükler (Google, 2016).

Şekil 2 incelendiğinde, kullanıcıların sahip olduğu cihaz çözünürlüklerinin oldukça fazla çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Şekil 2 üzerinde 2, 6 ve 8. sıradaki çözünürlükler akıllı telefonlara, bunların dışında yer alan diğer çözünürlükler ise akıllı telefonlara oranla daha büyük cihazlara ait değerlerdir. En ünlü web uygulama geliştirme sitelerinden biri olan W3school, kendi log dosyaları üzerinden ziyaretçilerinin kullandıkları cihazların ekran çözünürlüklerini tespit etmiştir (W3Schools, 2015). 2015 yılı için 1024x768'lik ekran boyutu merkeze alındığında, ziyaretçilerinin yaklaşık %97'lik bölümünün bu boyut ya da bu boyuttan büyük ekran kullandıklarını belirlemiştir (W3Schools, 2015). Yine aynı sonuçlarda, aynı yıl için %97'lik dilimin içindeki %33'lük kısmın, ekran boyutu olarak 1366x768'lik ekranı kullandığı tespit edilmiştir (W3Schools, 2015).

İnternet ortamındaki uygulamalara erişirken kullanılan cihazların farklı çözünürlüklere sahip olmaları, bu ortam üzerinde hizmet verecek uygulamaları geliştiren tasarımcılar açısından dikkat edilmesi gereken bir noktadır. Çünkü farklı cihaz çözünürlüklerine özel uygulama geliştirmek ekstra işlem yapmayı gerektirmektedir. Masaüstü veya dizüstü bilgisayar ortamına uyumlu olan web siteleri, telefonlar, tabletler ve hatta bilgisayarlara oranla daha büyük ekran çözünürlüklerine sahip cihazlarda da düzenli bir görünüme sahip olmalıdır. Bu durum, kullanıcı memnuniyeti açısından da büyük önem taşımaktadır. Çünkü farklı türdeki cihazlarla uyumlu olmayan uygulamalar, zamanla kullanım yoğunluğunu kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalabilir. Bu açıklamayı destekler nitelikte Google market ekibinden Fisch (2012), mobil uygulama deneyiminin gittikçe önemli hale geldiğini ve mobil dostu web uygulama sahibi olmamanın rakiplerin işine geldiğini belirtmektedir. Yine de bu kadar farklı ekran çözünürlüğünün hepsine birden hâkim olabilecek bir uygulamanın varlığından şuan için söz etmek mümkün olmasa da en yoğun kullanılanları kapsayacak şekilde tasarım yapmak bu dezavantajı biraz olsun giderebilir.

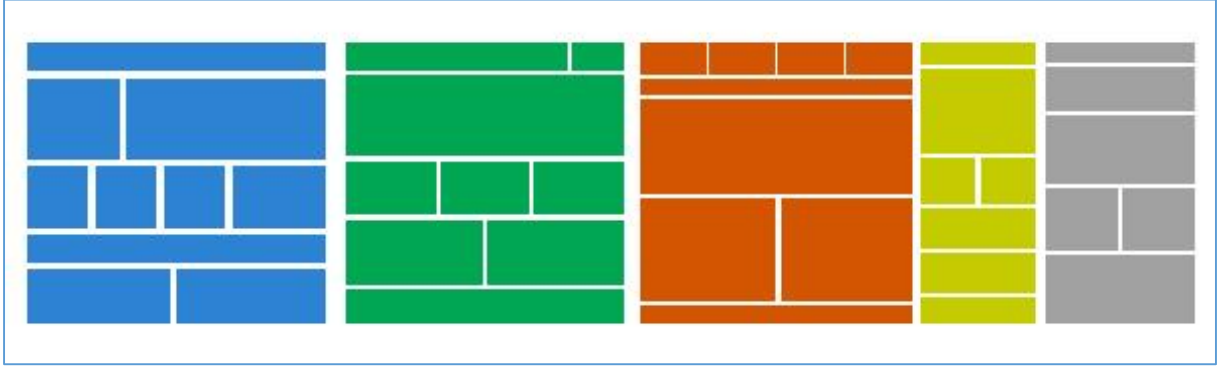
İnternet ortamında hizmet veren ve bu çalışmanın da odağında bulunan web siteleri, insanların bilgiye hızlı erişim için yoğun olarak kullandıkları uygulamalardan sadece birisidir. Kullanıcılarla iyi bir etkileşim oluşturulması amacıyla web sitelerinin piyasadaki İnternet erişimine sahip çoğu cihazla uyumlu olması oldukça önemlidir. Bu noktada Esnek Web Tasarımı (EWT) kavramı hayatımıza girmiştir. EWT ilk olarak, Ethan Marcotte'un 2010 yılında "A List Apart" sitesindeki "Responsive Web Design" başlıklı makalesiyle dile getirilmiştir (Marcotte, 2010). Bu makalesinde Marcotte, değişken ızgara yapılarının, esnek resimlerin ve medya sorgularının bu kavramın teknik malzemesi olduğunu belirtmiş ve bu kavramın aynı zamanda farklı düşünme şekillerine ihtiyaç duyduğunu belirtmiştir (Marcotte, 2010). Türkçe kaynaklarda "Duyarlı Web Tasarımı" olarak da karşımıza çıkan bu kavram Sharkie ve Fisher (2013) tarafından "en pratik olacak şekilde tek bir uygulamanın farklı cihazlara dağıtımına olanak sağlayan bir takım teknik ve teknolojilerin birleşimidir" şeklinde tanımlanmıştır. Bu düşüncenin temelinde yatan mantık, ziyaretçilerin web sitelerine farklı cihazlardan ulaştıkları zamanlarda, sayfaların, kullanılan cihazın boyutuna göre kendisini düzenleyebilmesidir. Bu sayede ziyaretçi kendi cihazına en uygun görünümde web sayfalarını gezerken daha memnun edici bir deneyim yaşayabilir. Bu düşünceyle tasarlanacak web siteleri sayesinde kullanıcılar sayfaları ziyaret ettiklerinde aradıkları bilgiye zaman kaybetmeden en az emekle ulaşabileceklerdir. Kısacası EWT sayesinde web siteleri, tüm cihazlarla uyumlu görünüme sahip olma şansını yakalamıştır.

EWT, HTML ve CSS3 medya sorguları kullanılarak bir web sayfası üzerindeki içerik elemanlarının, üzerinde görüntülediği cihazın çözünürlüğüne göre gizlenmesi, yeniden boyutlandırılması veya farklı bir noktaya taşınması ile gerçekleştirilmektedir. Bu sayede web sayfasındaki içerik elemanları, farklı cihazlarda yapılan ayarlamalara göre değişkenlik göstermektedir. Bu değişkenlik, web sayfası üzerinde kullanılan tüm elemanlara uygulanabilmektedir ve buradaki limit, tasarımcının hayal gücü doğrultusunda değişmektedir. EWT sayesinde örnek bir web sitesi farklı cihazlarda Şekil 3'deki gibi görünebilir:



Şekil 3: Esnek web tasarımı (Switzer Creative, 2015).

Web sitelerinin cihazlara göre kendini şekillendirebilmeleri ise, genel olarak sayfalardaki **arayüz yapılarının** esnekliğiyle ile sağlanmaktadır (Şekil 4). Yani cihazlara özel farklı davranış gösterme eylemi, web sitelerini oluşturan sayfalardaki arayüz yapılarının kendilerini cihazlara uydurmasıyla gerçekleşmektedir.



Şekil 4: Örnek arayüz yapıları.

Esnek Web Tasarımı Ve Bootstrap

Web siteleri, genellikle belirli cihazların ekran boyutlarına göre geliştirilmektedir. Tasarımcılar, hangi boyutta uygulama geliştireceklerine, hedef kitlelerinin yoğun olarak kullandığı cihaza ya da dünya genelinde en yoğun olarak kullanılan cihaz boyutuna göre karar vermektedirler. Cihaz boyutuna göre uygulama geliştirme noktasında 1'den fazla ekran boyutundan bahsedildiği zaman ise, işler biraz daha karmaşıklaşmaktadır. EWT tanımı ortaya çıkmadan önce tasarlanan web siteleri, ziyaretçilere, çoğunlukla masaüstü bilgisayar ortamında hizmet verirken, zamanın popüler ekran boyutuna göre tasarlanmaktaydılar. Ancak, zamanla Internet erişim özelliği bulunan farklı cihazların da hayatımıza girmesi bu durumunun değiştirilmesine sebep olmuştur. Bu cümleyi destekler nitelikte Ahmadi ve Kong (2012), mobil cihazların hayatımızda daha fazla yer etmeye başlamalarından beri masaüstü bilgisayarlar için tasarlanan çoğu web sitesinin, mobil cihazlarla uyumlu olmamalarından dolayı ziyaretçilerin ilgilendikleri içeriği bulmaya çalışırken sinir bozucu bir şekilde ekranı sürekli kaydırmalarına sebep olduğunu belirtmişlerdir. Bu sebeptendir ki, farklı cihazların kullanım oranlarının artması ve özellikle de mobil cihazların oldukça yoğun bir şekilde kullanımı, EWT'nın gitgide daha fazla önem kazanmaya başlamasına sebep olmuştur.

Tasarımcıların her cihaz boyutuna uygun bir şekilde web sitesi geliştirmeleri, hem verilecek emek açısından hem de harcanacak zaman açısından bir sorun teşkil etmektedir. EWT sayesinde bu sorun rahatlıkla aşılabilmektedir ama yine de web sayfalarında sunulması düşünülen içerik elemanlarının farklı boyutlarda gösterecekleri davranışları planlamak ve bunu tasarlamak belli bir iş yükü getirmektedir. Bu iş yükü, her bir içerik elemanı için HTML ve CSS3 medya araçlarının ayrı ayrı ayarlanması gerektiğinden gelmektedir.

Kendisini 'farklı niteliklerdeki insanlar, farklı şekillerdeki cihazlar ve farklı boyutlardaki projeler için tasarlanmıştır. Bootstrap web uygulama geliştirme sürecini daha hızlı ve kolay yapar.' şeklinde tanımlayan

Bootstrap (2015), web uygulama geliştirme sürecinin en önemli aşamalarından biri olan farklı cihazlarda uyumlu görünüm, yani EWT konusunda günümüz web uygulama geliştiricilerine çok kullanışlı araçlar sunan bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Twitter tasarımcılarının ve geliştiricilerinin ürettiği bu sistem, ilk olarak 2011 yılında kullanıma sunulmuştur. Ücretsiz olarak yararlanılabilen bu sistemin 30'u aşkın sürümü yayınlanmış olup halen geliştirilmeye devam etmektedir (Bootstrap, 2015).

Bootstrap içerik olarak, web uygulamalarındaki renk, yazı boyutu, yazı biçimi, büyüklük vb. görselliğe hitap eden tasarım işlemlerinde kullanılan CSS3 stil dilinin ve statik web uygulamalarını daha dinamik, hareketli ve animasyonlu bir biçimde sunmamıza olanak sağlayan Javascript dilinin birleşimiyle oluşturulmuştur. Bu iki dilin kompozisyonu olarak nitelendirebileceğimiz Bootstrap, farklı boyutlardaki cihazlar için daha uyumlu bir web uygulama geliştirme sürecinin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. İçinde barındırdığı araçlar sayesinde aynı anda telefon, tablet, masaüstü bilgisayarlar ve daha büyük ekranlı cihazlar olmak üzere 4 farklı ekran boyutuna sahip cihaz türü için tasarım gerçekleştirmek mümkündür. Bu sayede web uygulama geliştiricileri tasarladıkları uygulamalarda, görünüm uyumluluğu noktasında bu araçlardan yararlanarak hem zamandan tasarruf etmiş hem de daha verimli bir geliştirme sürecini hayata geçirmiş olacaktırlar.

Bootstrap'e benzer biçimde EWT amacıyla ücretsiz olarak kullanılacak çeşitli sistemler de bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; Skeleton (Skeleton, 2016), Yaml (Yaml, 2016), Kube (Imperavi, 2016), vb. şeklinde sıralanabilir. Bu sistemlerin de tıpkı Bootstrap gibi farklı cihazlarda arayüz yapılarını değiştirebilen araçları bulunmasına rağmen bu çalışma için son zamanlarda popüler olmaya başlayan Bootstrap kullanılmıştır.

Prototip Bileşenleri ve Arayüzü

Web sayfalarında bulunan resim, yazı, video, vb. içerik elemanlarını organize etmeye yarayan arayüz yapılarının, pratik bir şekilde oluşturulabilmesi amacıyla geliştirilen prototip, açık kaynak kodlu yazılım dili olan PHP'yi ve veritabanı olarak MySQL'i kullanmaktadır. Prototip sayesinde, aynı anda farklı cihaz boyutları için arayüz yapıları tasarlanabilmektedir.

Prototip üzerinde, Bootstrap'in bazı araçlarının PHP ile programlanmasıyla oluşturulan arayüz yapıları, sürekli kullanılacak şekilde durması için MySQL veritabanına kaydedilmiştir. Bu sayede, hiçbir kodlamaya ihtiyaç duyulmadan hem farklı arayüz yapılarının tasarlanabilmesi hem de var olan arayüz yapılarının değiştirilebilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışma için geliştirilen prototipe benzer bir yapı, mobil uyumlu olması amacıyla geliştirilip 2014 Eylül ayında hizmete sunulan KLU web sitelerinin tamamında kullanılmaktadır. KLU bünyesinde 2016 Nisan ayı itibarıyla toplam 134 web sitesinin yayında olduğu düşünüldüğünde, bu çalışmadakine benzer bir prototipin tasarımcılar açısından oldukça pratik bir geliştirme sürecini hayata geçireceği rahatlıkla söylenebilir.

Bootstrap, aynı anda 4 farklı cihaz türüne özel arayüz yapısı tasarlamak için kendi içinde "Izgara Yapısı" ve "Duyarlı Araçlar" olmak üzere 2 araca sahiptir. <http://getbootstrap.com/> adresinden incelenebilecek olan bu 2 aracın PHP ile programlanması sayesinde, arayüz yapıları hızlı ve pratik bir şekilde oluşturulabilir. Bu noktada sadece bu araçların ne işe yaradığının ve nasıl kullanıldığının bilinmesi gereklidir.

BOOTSTRAP IZGARA YAPISI (BIY)

Bu yapı, farklı cihazlarda esnek bir görünüm oluşturmak ve web sayfalarını satır ve sütunlara bölmek için kullanılan mantıksal bir düzenleme aracıdır. Tüm cihazlar için geçerli olacak şekilde 12 sütuna kadar sayfayı bölebilmektedir. CSS stil dilinin '@media' elementi kullanılarak web sayfalarının farklı boyutlardaki cihazları tanıyıp ona göre davranış göstermesini sağlar. Kendi içinde kullanılabilir ön tanımlı CSS sınıflarını içermektedir. Bu sınıfları kullanarak bir sayfa, satır ve sütunlara bölünebilmektedir.

Her cihaz türüne yönelik olarak içinde barındırdığı CSS sınıfları farklı olup bu aracın genel olarak özellikleri Tablo 2' deki gibidir (Bootstrap, 2015).

Tablo 2: Bootstrap ızgara yapısı seçenekleri (Bootstrap, 2015).

Boyut	Çok Küçük	Küçük	Orta	Büyük
Cihaz	Telefonlar	Tabletler	Masaüstü	Masaüstü
Ekran Genişliği	<768px	>=768px	>=992px	>=1200px
Sabit Genişlik	Otomatik	750px	970px	1170px
Stil Sınıfı	.col-xs-	.col-sm-	.col-md-	.col-lg-
Bölünebilir Sütun Miktarı	12			

Tablo 2'ye göre küçük cihazlar için bir sayfa, 6 eşit sütuna bölmeye çalışıldığında aşağıdaki gibi bir kodun yazılması gerekecektir:

```
<div class="row"> → her bir satır için eklenmesi gereken stil sınıfı '.row'
  <div class="col-sm-2"> içerik </div>
  <div class="col-sm-2"> içerik </div>
  <div class="col-sm-2"> içerik </div>
  <div class="col-sm-2"> içerik </div>
  <div class="col-sm-2"> içerik </div>
  <div class="col-sm-2"> içerik </div>
</div>
```

Bu tarz örnekleri aynı anda farklı cihazlar için çoğaltmak da mümkündür.

BOOTSTRAP DUYARLI ARAÇLAR (BDA)

Duyarlı araçlar, BIY aracı gibi farklı cihazlarda görünümüne etki etmektedir. BIY aracı sayesinde satır ve sütunlara bölünen sayfadaki her bir satırın, sütunun ya da parçacığın hangi cihazda görüneceğinin ve gizleneceğinin ayarlandığı araçtır. Tıpkı BIY gibi bu araç da kendi CSS stil sınıflarına sahiptir. Kullanılabilir CSS sınıfları Tablo 3'de verilmiştir (Bootstrap, 2015):

Tablo 3: Bootstrap duyarlı araçlar sınıfları (Bootstrap, 2015).

	<i>Çok Küçük Cihazlar</i>	<i>Küçük Cihazlar</i>	<i>Orta Boyutlu Cihazlar</i>	<i>Büyük Cihazlar</i>
<i>.visible-xs-*</i>	Görünür	Gizli	Gizli	Gizli
<i>.visible-sm-*</i>	Gizli	Görünür	Gizli	Gizli
<i>.visible-md-*</i>	Gizli	Gizli	Görünür	Gizli
<i>.visible-lg-*</i>	Gizli	Gizli	Gizli	Görünür
<i>.hidden-xs</i>	Gizli	Görünür	Görünür	Görünür
<i>.hidden-sm</i>	Görünür	Gizli	Görünür	Görünür
<i>.hidden-md</i>	Görünür	Görünür	Gizli	Görünür
<i>.hidden-lg</i>	Görünür	Görünür	Görünür	Gizli

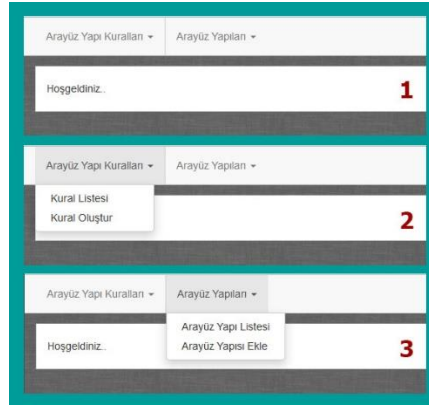
Bu aracın işleyiş mantığını anlamak için orta büyüklükteki cihazlarda 4 sütunlu olan ancak, büyük boyutlu cihazlarda tüm sütunların gizli olduğu kod biçimi aşağıdaki gibi olacaktır:

```
<div class="row"> → her bir satır için eklenmesi gereken stil sınıfı '.row'
  <div class="col-md-3 hidden-lg"> içerik </div>
  <div class="col-md-3 hidden-lg"> içerik </div>
  <div class="col-md-3 hidden-lg"> içerik </div>
  <div class="col-md-3 hidden-lg"> içerik </div>
</div>
```

Yukarıdaki örnekten de anlaşılacağı gibi kodun içerisinde hem BIY hem de BDA aracı aynı anda kullanılabilir. BDA, kendi başına kullanılabileceği gibi BIY ile birlikte kullanıldığında daha etkili bir şekilde arayüz yapısı oluşturmaya yardımcı olmaktadır.

PROTOTİP ARAYÜZÜ

Arayüz yapısı oluşturmak amacıyla geliştirilen prototipe ait ilk giriş ekranı ve kullanılacak 2 menü Şekil 5’de gösterilmektedir:



Şekil 5: Prototip giriş ekranı.

Şekil 5’de görüldüğü üzere prototip üzerinde arayüz yapısı oluşturmak için 2 tane menü bulunmaktadır. Bu menüler ve sahip oldukları alt menüler şu şekildedir:

1. Arayüz Yapı Kuralları
 - a. Kural Listesi
 - b. Kural Oluştur
2. Arayüz Yapıları
 - a. Arayüz Yapı Listesi
 - b. Arayüz Yapısı Ekle

Bu menülerden ilki olan “Arayüz Yapı Kuralları”, arayüz yapısı tasarlarken kullanılan ve sayfanın satır ve sütunlara bölünmesine yarayacak olan kuralların oluşturulduğu bölümdür. “Arayüz Yapıları” menüsüyse, oluşturulan kuralların kullanılmasıyla 4 farklı cihaz türü için arayüz yapılarının tasarlandığı bölümdür.

Şekil 6: Kural oluşturma ekranı.

Şekil 6’da görünen kural ekleme ekranı, arayüz yapılarında sayfayı satır ve sütunlara bölmek için kullanılacak olan kuralların eklendiği formdur. Formda “İsim” ve “Temsili Resim” alanları kuralı temsil edecek isim ve resim olmakla beraber diğer alan olan “Yapı Kodu (YK)” en önemli bölümü oluşturmaktadır. YK alanı doldurulurken dikkat edilecek nokta; BIY’nin bize sunduğu izne göre ayarlanmasının gerektiğidir. Bu kısımda YK yazılırken toplamda 12 olacak şekilde rakamlar aralarında “;” işareti konularak girilmektedir. Örnek olarak; “4;4;4”, “3;6;3”, “4;8”, “6;6” vb. değerler verilebilir. YK’nun toplamda 12 olmasının sebebi BIY sayesinde bir sayfanın en fazla 12 sütuna ayrılabilmesinden gelmektedir. Toplamda 12 olacak şekilde yazılmış olan bir YK “4;4;4” şeklinde ise, tek satırlık ve 3 eşit sütunluk bir kuralı, “6;6” şeklindeyse, tek satırdan oluşan 2 eşit sütunluk bir kuralı ya da “6;3;3” şeklindeyse sol taraftaki sütun, sağda eşit olarak bulunan 2 sütun

genişliğinde olacak şekilde tek satır ve 3 sütunluk bir kuralı oluşturacaktır. Kurallar oluşturulduktan sonra kuralların bulunduğu liste sayfası ise Şekil 7’de görülmektedir:

#	İsim	Temsilli Resim	Yapı Kodu
11	Sol Geniş - Sağ 2 Eşit		6,3,3
10	Sol 2 Eşit - Sağ Geniş		3,3,6
9	2 Sütun- Sağ Geniş		3,9
8	2 Sütun- Sol Geniş		9,3
7	3 Sütun - Orta Geniş		3,6,3
6	4 Eşit Genişlik		3,3,3,3
5	3 Eşit Genişlik		4,4,4
4	2 Eşit Genişlik		6,6
3	Tam Genişlik		12

Şekil 7: Kural listesi ekranı.

Şekil 7’de oluşturulmuş kurallar, arayüz yapılarının tasarlanacağı 2. menü olan, “Arayüz Yapıları” altında kullanılmaktadır. Arayüz yapısının tasarlandığı ekran ise Şekil 8’de verilmiştir:

Arayüz Yapı Kuralları - Arayüz Yapıları

İsim

Yapı için isim yazınız.

Büyük Boyutlu Cihazlar - G >= 1200px Orta Boyutlu Cihazlar - G >= 992px Tablet Benzeri Cihazlar - G >= 768px Telefon Benzeri Cihazlar - G < 768px 2

1

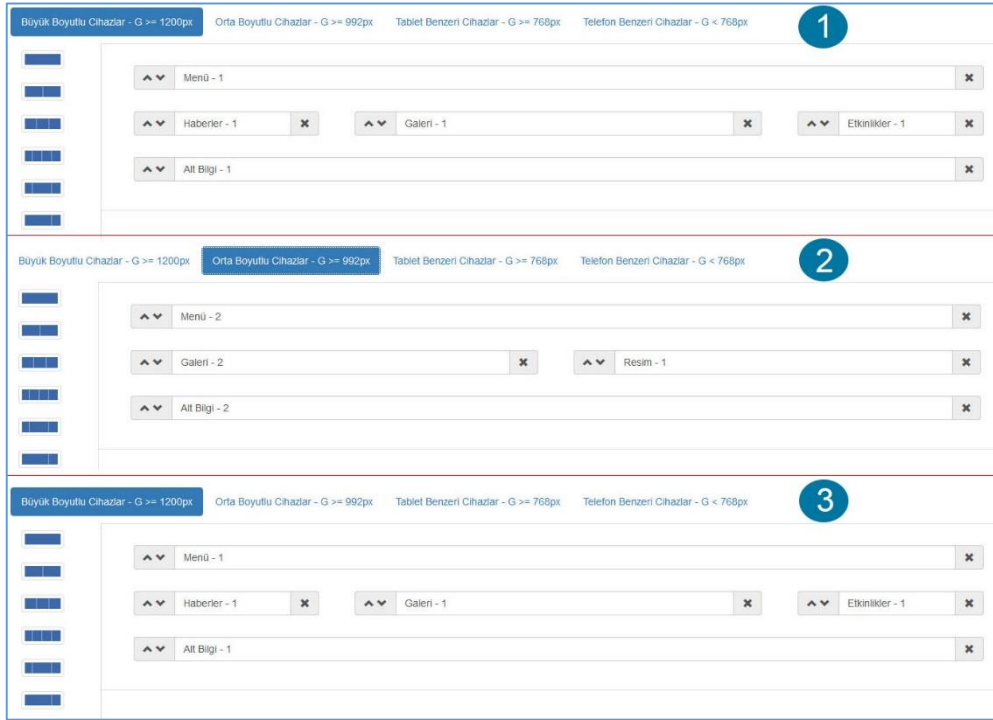
3

Arayüz Yapısı Oluştur

Şekil 8: Arayüz yapısı ekleme ekranı.

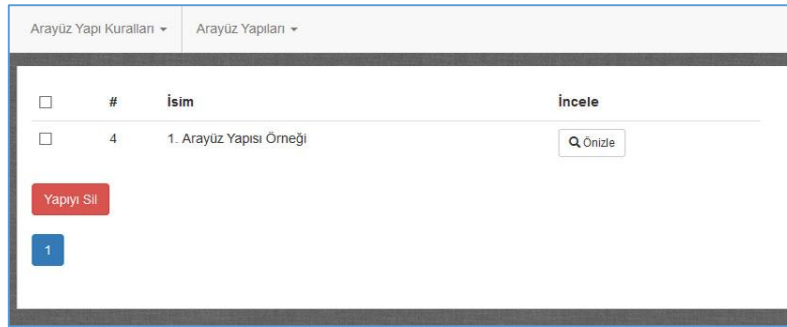
Şekil 8’de görünen “İsim” kısmı, oluşturacak olan yapıyı temsil edecek ismin girildiği bölümdür. Bu bölüm dışında 1 numaralı alan, daha önce oluşturulan kuralların bulunduğu alan, 2 numaralı alan, 4 farklı cihaz türü için tasarım yapılacak olan geçiş sekmelerinin bulunduğu alan ve son olarak 3 numaralı alan, tasarımın gerçekleştirildiği alandır. 1, 2 ve 3 alanları aynı anda kullanılarak tasarım gerçekleştirilmektedir. Örnek senaryo olarak; genişliği 1200px’den büyük olan cihazlar için tasarımın yapıldığı ilk sekme tıkladığında 3 numaralı tasarım alanı boş olarak gelmektedir. Daha sonra 1 numaralı alanda bulunan kurallardan istediğimize tıklayarak 3 numaralı tasarım alanına kuralın koduna göre satır ve sütunlar eklenmektedir (Şekil 9 – No: 1). İstenildiği kadar satır ve sütun eklendikten sonra diğer cihaz türleri için tasarım yapmak amacıyla 2 numaralı alanda farklı bir sekme tıkladığında 3 numaralı alan ilk olarak boş gelmekte ve yine 1 numaralı alanda bulunan kurallarla 3 numaralı tasarlama alanına satır ve sütunlar eklenebilmektedir (Şekil 9 – No: 2). Bir cihaz türü için 3 numaralı

alanda tasarım yapıp daha sonra farklı cihaz için tasarlama yaptıktan sonra tekrar tasarımı yapılmış cihazın olduğu sekmeye döndüğünde de son tasarım düzeni korunmaktadır (Şekil 9 – No: 3).



Şekil 9: Arayüz tasarlama aşamasında sekmeler arası geçişler.

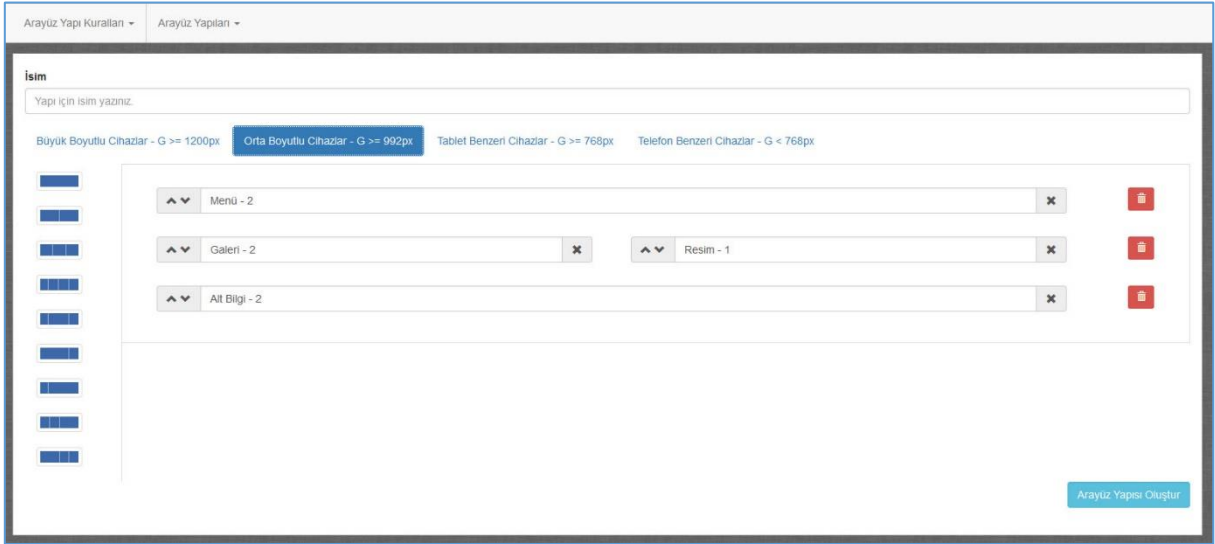
4 farklı türdeki cihaz için tasarımlar tamamlandıktan sonra Şekil 8’de görünen sağ alt köşedeki butonla da kayıt işlemi tamamlanmaktadır. Bu işlem sonucunda eklenen arayüz yapılarının bulunduğu liste Şekil 10’daki gibi görülmektedir:



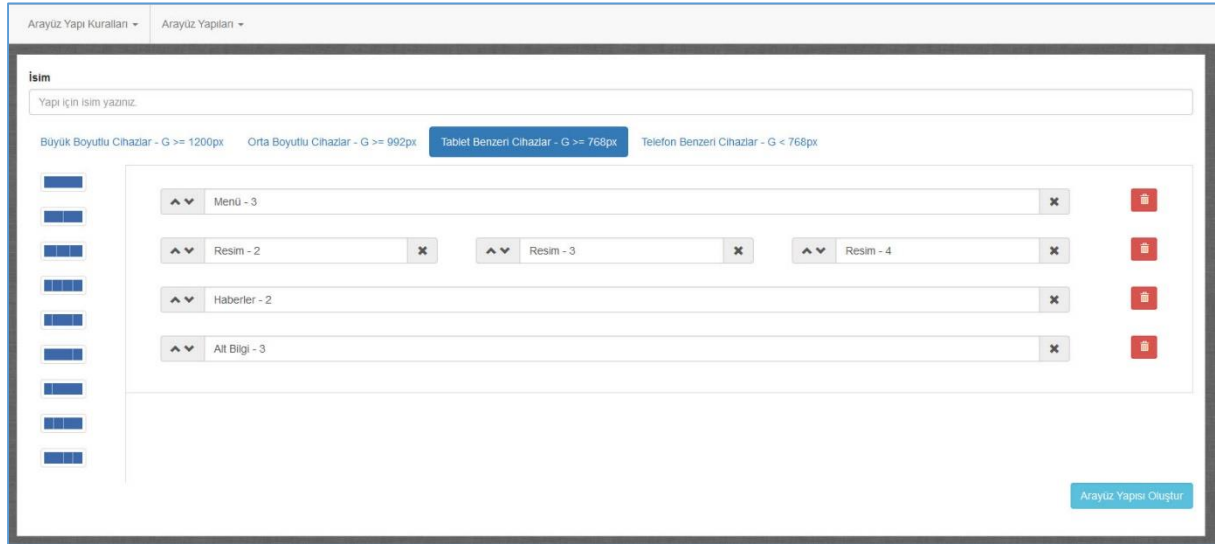
Şekil 10: Arayüz yapıları listesi.

Uygulama ve Test

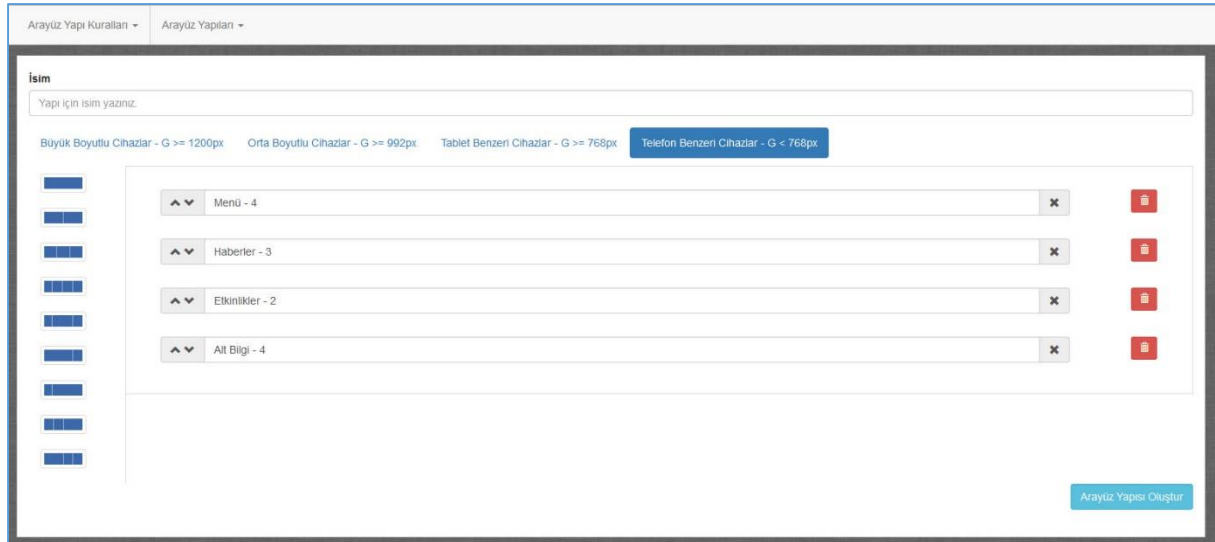
Arayüz yapısı oluşturmak amacıyla prototipte oluşturulan kurallar sayfayı satır ve sütunlara ayırırken kullanılmaktadırlar. Bu kurallar, BIY aracı sayesinde içerik elemanlarının organize bir şekilde sunulmasına yardım etmektedir. 4 farklı cihaz türü için aynı anda arayüz yapısı oluşturulabilen bu prototip, farklı sistemlere de entegre edilerek farklı amaçlar için kullanılabilir. Elbette ki bu prototipin nasıl çalıştığının da örneklenmesi yapılacak olan bu gibi araçların etkililiğini kanıtlaması açısından önemlidir. Buna yönelik olarak prototip üzerinde 4 farklı cihaz türü için 1 tane arayüz yapısı oluşturulmuştur. Bu örneğe ait arayüz yapı oluşturma ekranı üzerinde 4 farklı tasarım sırasıyla; “Büyük Boyutlu Cihazlar”, “Orta Boyutlu Cihazlar”, “Tablet Benzeri Cihazlar” ve “Telefon Benzeri Cihazlar” sekmelerinde düzenlenmiş olup aşağıdaki grafiklerde gösterilmiştir:



Şekil 12: Orta boyutlu cihazlar sekmesi.



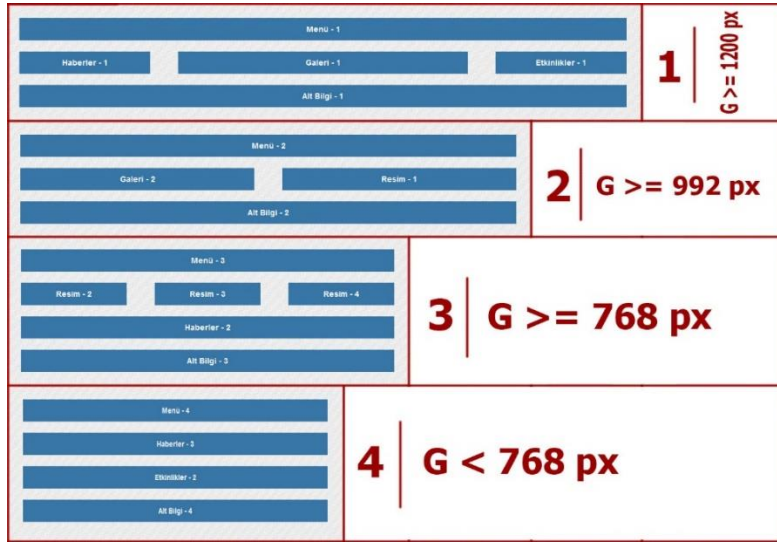
Şekil 13: Tablet benzeri cihazlar sekmesi.



Şekil 14: Telefon benzeri cihazlar sekmesi.

Yukarıdaki grafiklerde her bir cihaz türü için ayrı ayrı sekmelerde tasarımlar, kurallara tıklanarak oluşturulmuştur. Her cihaz türü için eklenen satırların içinde bulunan hücelere *textboxlar* (*hücreyle beraber Javascript sayesinde eklenmektedir*) eklenerek farklı isimler girilmiştir. Burada her bir hücreye farklı isim girilerek farklı içeriklerin hücelere bağlanabileceğini göstermek amaçlanmıştır. Prototipte yapılan örneklerde sadece isim yazılmasına rağmen farklı sistemlerde ihtiyaca göre bu hücelere resim, video, yazı, vb. içerik elemanları da bağlanabilir. Bununla birlikte her hücrenin solunda yer alan ok işaretleri aynı hizada alta ya da üste hücre satır eklemek için kullanılırken sağında bulunan çarpı işaretleri iste hücreyi silmek için kullanılmaktadır. Her bir satırın en sağında bulunan kırmızı arka plana sahip olan çöp kutulu butonlar ise kurala göre eklenen satırı içinde barındırdığı bütün sütunlarla beraber silmek için kullanılmaktadır.

4 cihaz türü için tasarımlar yapıldıktan sonra oluşturulan arayüz yapısı "1. Arayüz Yapısı Örneği" adıyla kaydedilmiştir (Şekil 10). Arayüz yapısının farklı cihaz boyutları için test edilmesiyle elde edilen sonuçlar ise Şekil 15'de gösterilmektedir:



Şekil 15: Oluşturulan arayüz yapısının ön izlemesi.

Şekil 15'deki arayüz görünüşleri, ekran boyutu 1200 pikselden büyük bir bilgisayarda Google Chrome tarayıcısı üzerinden tarayıcı boyutunun değiştirilmesiyle elde edilmiştir. Prototipin, oluşturulan arayüz yapısındaki büyük (Şekil 15 – No: 1) ve orta boyutlu cihazlar (Şekil 15 – No: 2) için üretmiş olduğu kodlar ise Şekil 16'da görülmektedir:

```

1  <!--Orta Boyutlu Cihazlar-->
2  <div class="hidden-lg hidden-sm hidden-xs col-md-12">
3  <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Menü - 2</div>
4  </div>
5  <div class="hidden-lg hidden-sm hidden-xs col-md-6">
6  <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Galeri - 2</div>
7  </div>
8  <div class="hidden-lg hidden-sm hidden-xs col-md-6">
9  <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Resim - 1</div>
10 </div>
11 <div class="hidden-lg hidden-sm hidden-xs col-md-12">
12 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Alt Bilgi - 2</div>
13 </div>
14 <!--Büyük Boyutlu Cihazlar-->
15 <div class="hidden-md hidden-sm hidden-xs col-lg-12">
16 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Menü - 1</div>
17 </div>
18 <div class="hidden-md hidden-sm hidden-xs col-lg-3">
19 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Haberler - 1</div>
20 </div>
21 <div class="hidden-md hidden-sm hidden-xs col-lg-6">
22 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Galeri - 1</div>
23 </div>
24 <div class="hidden-md hidden-sm hidden-xs col-lg-3">
25 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Etkinlikler - 1</div>
26 </div>
27 <div class="hidden-md hidden-sm hidden-xs col-lg-12">
28 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Alt Bilgi - 1</div>
29 </div>

```

Şekil 16: Büyük ve orta boyutlu cihazlara yönelik arayüz yapısı kodları.

Şekil 16'nın devamı olacak şekilde tablet (Şekil 15 – No: 3) ve telefon benzeri cihazlar (Şekil 15 – No: 4) için üretilen kodlar da şekil 17'deki gibidir:

```

30 <!-- Tablet Benzeri Cihazlar -->
31 <div class="hidden-lg hidden-md hidden-xs col-sm-12">
32 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Menü - 3</div>
33 </div>
34 <div class="hidden-lg hidden-md hidden-xs col-sm-4">
35 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Resim - 2</div>
36 </div>
37 <div class="hidden-lg hidden-md hidden-xs col-sm-4">
38 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Resim - 3</div>
39 </div>
40 <div class="hidden-lg hidden-md hidden-xs col-sm-4">
41 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Resim - 4</div>
42 </div>
43 <div class="hidden-lg hidden-md hidden-xs col-sm-12">
44 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Haberler - 2</div>
45 </div>
46 <div class="hidden-lg hidden-md hidden-xs col-sm-12">
47 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Alt Bilgi - 3</div>
48 </div>
49 <!-- Telefon Benzeri Cihazlar -->
50 <div class="hidden-lg hidden-sm hidden-md col-xs-12">
51 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Menü - 4</div>
52 </div>
53 <div class="hidden-lg hidden-sm hidden-md col-xs-12">
54 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Haberler - 3</div>
55 </div>
56 <div class="hidden-lg hidden-sm hidden-md col-xs-12">
57 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Etkinlikler - 2</div>
58 </div>
59 <div class="hidden-lg hidden-sm hidden-md col-xs-12">
60 <div style="padding:10px; margin:10px; text-align:center; background: #3876a8;color:#ffffff;font-weight:bold">Alt Bilgi - 4</div>
61 </div>

```

Şekil 17: Tablet ve telefon benzeri cihazlara yönelik arayüz yapısı kodları.

Şekil 16 ve Şekil 17 incelendiğinde prototipin dezavantajı olarak değerlendirilebilecek bir durum da söz konusudur. Bu çalışmada her bir hücreye isimlendirme yapılmasına rağmen farklı çalışmalarda hücelere resim, video, vb. medya elemanlarının eklenmesi muhtemeldir. Bu durum, web sayfasının yavaş çalışmasına sebep olabilir. Bu dezavantajın giderilmesi noktasında her türlü içerik boyutunun küçültülerek arayüz yapılarındaki hücelere bağlanması önemlidir.

Bu çalışmada Bootstrap altyapısı kullanılarak geliştirilen prototip benzeri Layoutit (Layoutit, 2016) ve Shoelace (Shoelace, 2016) gibi ücretsiz olarak yararlanılabilecek uygulamalar da mevcuttur. Bu uygulamalardan Layoutit, Bootstrap'ın tüm araçlarından yararlanan ve sürükle-bırak yöntemiyle tasarlama yapabilen bir araç sunmaktadır. Aynı zamanda istenilen tasarım yapıldıktan sonra tasarıma ait HTML kodları indirilebilmektedir. Diğer uygulama olan Shoelace ise, bu çalışmada da kullanılan BIY aracı yardımıyla sadece sayfa arayüz yapıları tasarlamaya ve bu yapının HTML kodlarını indirmeye olanak sağlamaktadır. Her iki uygulama, tek bir web uygulaması geliştirirken kullanılacak olan arayüz yapısını tasarlamaya yardımcı olabilir ancak bu yapıların veritabanına kaydedilme durumu söz konusu olmadığı için farklı arayüz yapısı istendiğinde tekrar aynı işlemleri yapmak gerekebilir. Bu çalışmadaki prototipin bu uygulamalarla karşılaştırıldığında en büyük farkı ise, çok sayıda arayüz yapısını tasarlayıp kaydedilebilmesidir. Bu sayede, istendiğinde kısa sürede pratik bir şekilde arayüzü değiştirmeye olanak sağlamaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, web siteleri tasarlanırken içerikleri organize etmek için kullanılan arayüz yapılarının, pratik şekilde tasarlanmasına yardım eden bir prototip geliştirilmiştir. Bu prototip üzerindeki kurallar, BIY sayesinde oluşturulurken kurullarla oluşturulan arayüz yapılarının ön izlemesinde ise BDA kullanılmıştır. Böylece BIY sayesinde sayfa, satır ve sütunlara bölerken BDA sayesinde de farklı türdeki cihazlar için farklı davranış gösterme işlemi başarılı bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Ön izlemede, BDA'nın bize sunduğu içerikleri gizlemeye yarayan CSS sınıfları kullanılmıştır. Böylece eklenen satır ve sütunlar, sadece ilgili cihazda görünür olurken diğer cihaz türlerinde gizlenmiştir.

Çalışma kapsamında bu prototipin oluşturulmasında PHP dili kullanılmasına rağmen farklı web uygulama geliştirme dilleri de kullanılarak benzer amaçlara hitap eden araçlar geliştirilebilir. Bu sebeple web uygulama geliştiricilerinin bu çalışmada geliştirilmiş olan prototipe benzer bir yapıyı tasarlamaları için PHP dilini bilmelerine gerek yoktur. Bununla birlikte dikkat edilmesi gereken diğer nokta, arayüz tasarlama ekranında sayfayı satır ve sütunlara böldükten sonra yapı üzerindeki her bir hücreye isim verilmesidir. Bu çalışma için isim

verme işlemi tercih edilmesine rağmen daha farklı çalışmalarda ihtiyaca göre hücrelere medya, yazı vb. daha farklı içerik elemanları da bağlanabilir. Aynı zamanda arayüz yapısının tasarlandığı ekrandaki her bir hücre, bu çalışmada sabit tutulmasına rağmen yapılacak olan diğer çalışmalarda Javascript yardımıyla sürükle-bırak özelliği verilip daha esnek olması da sağlanabilir.

Sonuç olarak, bir web uygulamasında kullanıcıların karşısına çıkan arayüz yapılarının nasıl pratik bir şekilde oluşturulabileceği üzerinde çalışılmıştır. Oluşturulan prototip, Bootstrap'in "Izgara Yapısı" ve "Duyarlı Araçlar" araçlarının PHP ile rahatlıkla programlanabildiğini göstermiştir. Bu prototip sayesinde, web arayüz yapıları oluşturma işlemi daha pratik hale getirilmiştir. Farklı amaçlara hitap eden başka sistemlerde, bu prototipe benzer bir yapının kullanılması, içerik elemanlarını organize ederken hem zamandan hem de verilecek emekten tasarruf edilmesine yardımcı olacaktır. Bu çalışmadaki prototipe benzer bir yapı KLU bünyesindeki tüm web sitelerinde kullanılmaktadır. Üniversiteler gibi kurumsal olan ve aynı çatı altında çok fazla web sitesi barındıran yerlerde bu tarz bir uygulamanın kullanılması iş yükü açısından da oldukça önemli avantajlar sağlayabilir. KLU bünyesinde bulunan web siteleri, ilgili oldukları yerdeki yetkili kişilerce tasarlanmaktadır. Çok fazla sayıda web sitesinin tasarlanmasının gerektiği bu gibi durumlar için böyle bir yapının kullanılması tasarım sürecinin hızlanmasına da katkı sağlayabilir. Yani web sitelerini tasarlamak için kullanılan yönetim sistemlerine ya da daha farklı sistemlere dâhil edilecek olan bu çalışmadakine benzer bir prototip yardımıyla, yetkilendirilecek olan kişilerin kodlama bilgisine ihtiyaç duymadan içerikleri organize bir şekilde sunmasına yardım edilebilir.

Kaynakça

- Ahmedi, H., ve Kong, J. (2012). User-centric adaptation of Web information for small screens. *Journal of Visual Languages & Computing*, 23(1), 13–28.
- Bootstrap. (2015). *The world's most popular mobile-first and responsive front-end framework*. <http://getbootstrap.com/> adresinden 3 Eylül 2015 tarihinde alınmıştır.
- Fisch, M. (2012). *Mobile-friendly sites turn visitors into customers*. <http://googlemobileads.blogspot.com.tr/2012/09/mobile-friendly-sites-turn-visitors.html> adresinden 20 Kasım 2015 tarihinde alınmıştır.
- Google. (2016). *Kırklareli Üniversitesi Google Analitik Raporları*. Kırklareli: Kırklareli Üniversitesi.
- Imperavi. (2016). *Kube CSS Framework*. <https://imperavi.com/kube/> adresinden 29 Nisan 2016 tarihinde alınmıştır.
- Internet World Stats. (2015). *Internet Usage and World Population Statistics*. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> adresinden 15 Aralık 2015 tarihinde alınmıştır.
- Layoutit. (2016). *Bootstrap Interface Builder*. <http://www.layoutit.com/> adresinden 29 Nisan 2016 tarihinde alınmıştır.
- Marcotte, E. (2010). *Responsive Web Design*. <http://alistapart.com/article/responsive-web-design> adresinden 17 Aralık 2015 tarihinde alınmıştır.
- O'Reilly, T. (2005). *Web 2.0: Compact Definition?*. <http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html> adresinden 12 Aralık 2015 tarihinde alınmıştır.
- Sharkie, C., ve Fisher, A. (2013). *Jump Start Responsive Web Design*. Australia: SitePoint Ltd.
- Shoelace. (2016). *Visual Bootstrap 3 Grid Builder*. <http://shoelace.io/> adresinden 29 Nisan 2016 tarihinde alınmıştır.
- Skeleton. (2016). *Skeleton: Responsive CSS Boilerplate*. <http://getskeleton.com/> adresinden 29 Nisan 2016 tarihinde alınmıştır.
- Smart Insights. (2015). *Mobile Internet Trends*. <http://www.smartinsights.com/internet-marketing-statistics/insights-from-kpcb-us-and-global-internet-trends-2015-report/attachment/mobile-internet-trends-mary-meeker-2015-1/> adresinden 6 Kasım 2015 tarihinde alınmıştır.
- Switzer Creative. (2015). *Solve your mobile woes with responsive web design*. <http://switzercreative.com/responsive-web-design-solve-mobile-woes/> adresinden 14 Ocak 2016 tarihinde alınmıştır.
- TÜİK. (2015). *Hanelerde Bilişim Teknolojileri Bulunma Oranı*. Türkiye İstatistik Kurumu.
- TÜİK. (2015). *Hanelerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı*. Türkiye İstatistik Kurumu.
- Twitter. (2016). *Twitter Q4 and Fiscal Year 2015 Shareholder Letter*. San Francisco: Twitter .

Veen, J. (2000). *The Art & Science of Web Design*. San Francisco: New Riders.

W3Schools. (2015). *Screen Resolution Statistics*. http://www.w3schools.com/browsers/browsers_display.asp adresinden 2 Ocak 2016 tarinide alınmıştır.

Yaml. (2016). *YAML CSS Framework*. <http://www.yaml.de/> adresinden 29 Nisan 2016 tarihinde alınmıştır.

İŞÇİ SINIFI İÇİN MODERN YAŞAMIN KODLARI: ALPULLU ŞEKER FABRİKASI

Ali Mülayim¹, Timur Kaprol²

ÖZET

Alpullu Şeker Fabrikası Erken Cumhuriyet döneminde kurulmuş modern fabrikalardan biridir. Alpullu Şeker Fabrikası yalnızca bir üretim tesisi değil aynı zamanda modern Türk ailesinin yaşamının kültürel kodlarını yansıtan bir alandır. Fabrika yerleşkesindeki binaların gelişimi ve çeşitliliği genç Türkiye'nin sosyal ve kültürel aktivite sunma çabasını temsil eder. Üretim binalarının yanında işçi konutları, villalar, tiyatro salonu, spor alanları ve sosyal yaşamın mimari altyapısı bu fabrikanın Türkiye'nin kuzey batı bölgesindeki Kırklareli ili yakınında bir kültürel merkez olarak planlandığının göstergesidir.

Bu makale fabrika yerleşkesinin genel hatları ile var olan değerinin yanında gelecekteki ekonomik ve sosyal durumunu da irdelemektedir. Bugün ekonomik olarak karlılığını yitirmiş olan birçok Erken Cumhuriyet Dönemi fabrika yerleşkesi çürümeye terk edilmiş, özelleştirilmiş ve binalar zarar görmüştür. Oysa Türkiye'deki ekonomik reform döneminin ve modern fabrika yerleşkelerinin gelişiminin tarihsel tanığı olan bu işletmeler koruma altına alınmalıdır. Alpullu şeker fabrikası orijinal kültürel kodları korunarak, çağdaş değerlere uygun yeni bir formda kullanılmalıdır. Bu makalede belgesel kanıt olarak arşiv materyalleri, fotoğraflar, görseller ve çizimler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Alpullu, Şeker Fabrikaları, Modern Yaşam, İşçi

THE CODES OF THE MODERN LIFE FOR LABOUR: ALPULLU SUGAR FACTORY

ABSTRACT

Alpullu Sugar Factory is among the modern factories which were established in the early decades of the republican period. It is not only a place of production but it can also be considered as a field where cultural codes of the modern living were experienced by the modern Turkish family. Its development and variety of building types on the site represent young Turkey's concern for the cultural and social activities in labour settlements. Beside the factory and buildings of production, residential area of the labour, villas, theatre hall, sports areas and architectural infrastructure of social gathering display that the factory with its settlement was planned as a cultural hub around Kırklareli, the north-western region in Turkey.

This paper not only deals with the general layout of the factory settlement but also with its future position as an area with multiple economical and social relations, still extant. Today many early republican factory settlements are enlisted as economically inefficient, so they are left to decay, areas were sold and buildings were destroyed. However regarding their historical position they should be preserved in a way as they witness a period of economic reforms and development of the modern labour settlements in Turkey. Future position of Alpullu sugar factory must maintain the original cultural codes but in a new form of contemporary values. Archival material, photos, illustrations and drawings will be presented as the documentary evidences of the paper.

Keywords: Alpullu, Sugar Factories, Modern Living, Labour

*2nd Biennial of Urban&Architectural Restoration konferansında aynı isimli basılmamış bildiriden türetilmiştir.

¹ Yrd.Doç.Dr., Kırklareli Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, ali.mulayim@klu.edu.tr

² Yrd.Doç.Dr., Trakya Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, timurkaprol@trakya.edu.tr

Giriş

Uzun süren savaşlardan çok büyük kayıplar (işgücü, toprak ve ekonomik) ile çıkan imparatorluğun toparlanmasının imkânsız olduğu görülmüş ve Ankara Hükümeti'nin Kurtuluş Savaşı sonrasında tek yetkili hükümet olduğu ortaya çıkmıştır. Bu dönemde ekonominin toparlanabilmesi için, Cumhuriyet ilan edilmeden hemen önce ekonomik anlamda devrim sayılabilecek İzmir İktisat Kongresi 17 Şubat- 4 Mart tarihlerinde İzmir'de yapılmıştır. 1923 Türkiye İktisat Kongresi'nde kabul edilen esaslar " Misak-ı İktisadî " ve "Çiftçi, tüccar, sanayici ve işçi gruplarının iktisadî esasları " başlığı altında iki grupta toplanmıştır. Bu toplantıda alınan kararlar bir temenni metni niteliğine sahiptir (**Altıparmak, A**). 1923 yılında toplanan İzmir İktisat Kongresi'nde sanayi yapılanmasının yol haritası belirlenmiştir. Sanayileşmenin önündeki en önemli engellerden birisi, kurulacak fabrikalara maddi kaynak sağlayacak finans kuruluşları ve yeterli sermayenin olmamasıdır. 1924 yılında Atatürk'ün bizzat teşviki ile Türkiye İş Bankası kurulmuştur. Türkiye İş Bankası'nın Erken Cumhuriyet Dönemi sanayi tesislerinin birçoğunda iştiraki olmuştur. Alpullu Şeker Fabrikası da bu işletmelerden bir tanesidir.



Şekil 1. Alpullu Şeker Fabrikası (Türkiye Şeker Fabrikaları Arşiv)

Amaç Ve Yöntem

Bu çalışmada öncelikli amaç, Alpullu Şeker Fabrikası Yerleşkesini yer seçiminden, kuruluşuna; fiziksel ve mimari özelliklerinden tescil sürecine kadar inceleyerek mevcut durum tespitini yapmak ve var olan değerini ortaya koymaktır. Bu amaçla çalışmada, arşiv materyalleri, fotoğraf ve çizim gibi görsel materyaller kullanılarak tespit çalışması yapılmıştır.

Alpullu Şeker Fabrikası

Yer Seçimi

Alpullu'nun, Edirne-İstanbul tren yolu ve karayolunun geçiş noktasında olmasının şeker fabrikası kurulmasında önemli etkisi olmuştur. Gerek makinelerin gerekse hammaddenin taşınması ve gerekse de üretilen şekerin nakledilmesi açısından lojistik olarak çok avantajlı bir konumdadır. Ayrıca en büyük pazar olan İstanbul'a yakın olması da yer seçiminde etkili olmuştur. Bunların dışında şeker fabrikaları için en önemli konulardan biri de su kaynağına yakınlıktır. Alpullu'nun hemen yanından geçen Ergene Nehri, Alpullu'nun bir başka avantajıdır. Uşak Şeker Fabrikasının Alpullu'dan sora üretime başlama nedenlerinden biri olarak su kaynağının yetersizliği gösterilmektedir (Günaydın, 2006). Lojistik açısından incelendiğinde, İstanbul'a yakınlığının yanında Alpullu Tren İstasyonu³ ve Edirne-İstanbul karayolu ulaşımı Fabrika yerinin seçiminde etkili olmuştur.



Şekil 2. a-Alpullu Şeker Fabrikası ve Yan unsurlarının konumu **b-**Babaeski ve Köyleri Haritası (il Yıllığı)

³ Tren İstasyonu 1908 yılında Fransızlar tarafından yapılmıştır ve 1937 yılında devletleştirilmiştir (Zarakolu, A).

Kuruluşu

Uşak Şeker Fabrikası'nın temeli atıldıktan sonra Trakya'da özel girişimcilerin ve bölge milletvekillerinin bir araya gelmesi ile "İstanbul ve Trakya Şeker Fabrikaları Anonim Şirketi" kurulmuştur. Şirketin kurulmasına öncülük edenler Edirne milletvekili Faik Kaltakkıran ile Hüseyin Rifkı Arduman, Tekirdağ milletvekili Faik Öztrak, Çatalca milletvekili Şakir Kesebir, Bilecik milletvekili İbrahim Çolak, Tütün tüccarı Salim Nuri, Tüccar Hayri İpar, Kereste tüccarı Ali, Fabrikatör Burhanettin ve Tüccar Kasım Yolageldi beylerdir (Taygun, 2013). Kısa süre sonra Hükümetten gerekli destek sağlanmış ve Alpullu Şeker Fabrikası'nın kuruluş detayları da belirlenmiştir. Buna göre; şirketin yatırımlarına ortak olmak amacı ile fabrikanın %68 hissesi İş Bankası, %10'u Ziraat Bankası ve Trakya İlleri Özel İdaresi'nce üstlenilmiştir. %10'nu Trakya köylüsüne ait olan %22 özel teşebbüs hisseli şirketin, tam yetki ile özel teşebbüs tarafından yönetimi ve kuruluş sözleşmesi ile şirket güvence altına alınmıştır (Aydın, 1999).



Şekil 3. Alpullu Şeker Fabrikası İdare Meclisi Azaları (Alpullu Şeker Fabrikası Arşivi)

5 Nisan 125'te şeker fabrikalarının kurulmasına ilişkin kanun T.B.M.M. tarafından kabul edilerek, Alpullu şeker fabrikasını kuracak şirkete başta vergi muafiyeti olmak üzere birçok avantaj sağlanmıştır. (Aydın, 1999).

Taygun'un makalesine göre; şirket kurulduktan sonra aralarında Kazım Taşkent'inde bulunduğu bir teknik heyet Avrupa'da inceleme gezisine çıkmıştır. Bu gezi sırasında Bulgaristan, Romanya, Çekoslovakya, İtalya, Belçika, Hollanda ve Fransa'daki şeker fabrikalarında incelemelerde bulunarak edindikleri bilgilere istinaden bir şartname hazırlanmış ve firmalardan teklif istenmiştir. Gelen teklifler incelenerek Alpullu Şeker Fabrikası Alman Bukau R. Wolf firmasına sipariş edilmiştir (Taygun, 2013). (Sonraki dönemlerde Alman firma birçok şeker fabrikasının yapım işini de üstlenmiştir Alpullu, Eskişehir, Turhal). Alpullu Şeker Fabrikası, Uşak Şeker Fabrikasından daha sonra kurulmaya başlamasına rağmen 22 Aralık 1925'te temeli atılan fabrika 11 ay gibi kısa bir sürede tamamlanarak 26 Kasım 1926 tarihinde üretime açılmıştır. (<http://www.turkseker.gov.tr/Tarihce.aspx>).

Fabrikanın açılışı ile ilgili 26 Kasım 1926 tarihli Ulus Gazetesinde Ahmet Agaoglu o günü şöyle anlatır; "Bugün bu sosyal ve iktisadi hadiseler Cumhuriyetin açmış olduğu medeniyet yolunun en ince izlerine bile Türk Milletinin azami bir uyum kabiliyetinin haiz olduğuna zerre kadar şüphe bırakmamaktadır. Türk'ün kurduğu bu anıt, Türk özel teşebbüsünün çalışma ve gayreti ile ilminin bir başyapıtıdır. Yüzlerce kilo demir kütlesi canlanmış ve insanoğlunun ihtiyacını tatmin için beşerin iradesine tabi birer şuurlu heykel gibi hizmet etmektedir. İşte Türk Şekeri, işte Türk toprağından, emek ve gayretinden meydana gelmiş olan Türk şekerii!.." (Günaydın, 2006). Alpullu Şeker Fabrikasında üretilen ilk şekerin heyecanı bu yazıda açıkça görülmektedir.

Alpullu Şeker Fabrikası Yerleşkesi



Şekil 4. Alpullu Şeker Fabrikası Yerleşim Vaziyet Planı (Alpullu Şeker Fabrikası Arşiv)

Alpullu Şeker Fabrikası Yerleşkesi içinde yer alan gerek üretim tesisleri gerekse de sosyal tesisler ortak bir amaç için modern kurgunun yansıması olarak yerleşke içerisinde yer alır. Fabrika Yerleşkesinde sosyal yapılar dışında bulunan üretime yönelik binalar çelik konstrüksiyon ve tuğla dolgu olarak yapılmıştır. Çelik konstrüksiyon yapılmasının en önemli sebebi hızlı inşaat avantajıdır. Çeliğin bu avantajı kullanılarak fabrika 11 ayda tamamlanmıştır. Yerleşkede bulunan sosyal tesisler fabrika inşaatı ile paralel veya hemen sonra yığma yapı olarak inşa edilmiştir.

Sanayi Yapıları; Ambarlar, garaj, ofis, atölye, malzeme ambarı, arşiv, melas tankı, küspe kurutma, kazan dairesi, türbin, rafineri ve işletme, silolar, itfaiye ve ziraat atölyesinden oluşmaktadır. Alpullu Şeker Fabrikasının iki giriş kapısı bulunmaktadır. Üretim tesislerine girişte kullanılan kapı ana kapıdır. Ayrıca lojmanlara giriş kapısı da vardır. Fabrika Yerleşkesinde sosyal yapılar dışında bulunan üretime yönelik binalar çelik konstrüksiyon ve tuğla dolgu olarak yapılmıştır. Çelik konstrüksiyon yapılmasının en önemli sebebi hızlı inşaat avantajıdır. Çeliğin bu avantajı kullanılarak fabrika 11 ayda tamamlanmıştır. Yerleşkede bulunan sosyal tesisler fabrika inşaatı ile paralel veya hemen sonra yapılmıştır.



Şekil 5 Üretim Tesislerinin Görünümü (Alpullu Şeker Fabrikası Arşiv)

Alpullu Şeker Fabrikası iktisadi bir proje olması dolayısıyla tarımda modernleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Halk modern tarımı ve pancar yetiştirmeyi bilmediği için Macaristan'dan gelen ziraat mühendisleri gözetiminde numune tarlalar oluşturularak köylüye pancarın nasıl ekileceği, toprak bakımı ve hasadı gibi hususlar bu numune tarlalarda gösterilerek öğretimiştir. Yöre halkı fabrikada çalışarak ekonomik gelirini yükseltmiştir. Trakya'da genel olarak yetiştirilen Arpa, Buğday, Çavdar gibi geleneksel ürünlerin yanında Mübadele sonrası gelen muhacirlerin öncülük ettiği tütünden sonra yeni bir tarım ürünü ekilmeye başlanmıştır. Memur ve işçisine ödediği maaş ve ücretlerle, çiftçisine ödediği pancar bedelleriyle, nakliyecisine ödediği tasima ücretleriyle ekonomik olarak yöre kalkındırılırken, sosyal ve kültürel olarak da yöreye büyük katkılar sağlanmıştır.

Sosyal Amaçlı Yapılar; Alpullu Şeker Fabrikası esas olarak iktisadi bir proje olmasının yanında aynı zamanda bir "modernleşme" projesidir. Alpullu Şeker Fabrikası gibi diğer şeker fabrikaları da kuruldukları bölgelerde modernleşmenin halka ulaştırılmasında bir yol olarak kullanılmıştır. İşçi evleri, ilköğretim binası, itfaiye binası, hastane, yemekhane, balo salonu, restoran, toplumsal törenlerin yapıldığı Büyük Köşk, devlet büyüklerinin ve özel misafirlerin ağırlandığı Ergene Köşkü, basketbol sahası, yüzme havuzu, futbol sahası, Türkiye'nin ilk mini golf sahası, sinema salonu, spor salonu, çamaşırhane gibi sosyal amaçlı yapılar modernleşmenin yerleşkedeki tezahürüdür.

Lojman giriş kapısından yerleşkeye girildiğinde sağlı sollu lojmanlar bulunmaktadır. Lojman girişinin soluna dönüldüğünde yerleşke içinde eğitimin günümüzde de devam ettiği ilkokul binası bulunur. Lojmanlardan doğuya doğru gidildiğinde İkiz evler diye bilinen iki katlı lojmanlar ve hemen yanlarında günümüzde Atatürk Müzesi olarak kullanılan ve içindeki mobilyaların orijinal haliyle korunduğu Ergene Köşkü ve genellikle toplumsal törenlerin yapıldığı büyük köşk konumlanmıştır. Ergene Köşkünde başta M.Kemal Atatürk'ünde kendi el yazısıyla fabrika ile ilgili düşüncelerini yazdığı ve daha sonra gerek fabrikayı ziyarete gelen yabancı heyetlerin gerekse de fabrikada konaklayan devlet adamlarının düşüncelerini yazdıkları defter yer almaktadır. Ergene Köşkü de yerleşkede bulunan diğer yapılar gibi gerek yapı olarak gerekse de iç mekân donatıları olarak yapıldığı dönemin Avrupa'da yaygın mimari üslubu olan Art Deco izlerini taşır.

Ergene Köşkünün kuzeyinde Türkiye'nin ilk mini golf sahası, yüzme havuzu, mini futbol sahası ve basketbol sahasından oluşan spor alanı bulunur. Spor alanlarının kuzey batısında ise yöre halkına sağlık hizmetlerinin verildiği hastane bulunmaktadır. Köşkların güneybatısında ise Balo salonu ve halkın kullanımına açık olan restoran bulunmaktadır. Özellikle balo salonunun tavan süslemeleri dikkat çekicidir.

Sosyal alanlar hafta sonları veya özel günlerde yöre halkının kullanımına açılarak halkın sosyal gelişimine katkıda bulunmuştur. Uzun süren savaşlardan çıkmış bir toplumun belki de hayal bile edemeyeceği sosyokültürel etkinlikler Alpulu Şeker Fabrikası Yerleşkesi içinde gerçekleştirilmiştir. Alpulu Şeker Fabrikası ile birlikte büyük şehirlerde bile çok yaygın olmayan elektrik ve dolayısıyla ışık Alpulu'ya getirilmiştir. Tüm bunların yanında fabrika çalışanlarına maaşlarından kesilen cüzi miktarlar karşılığında çamaşır makinesi, buzdolabı gibi modern evin gereksinimleri olan eşyalar temin edilmiştir. Özellikle işgücü sıkıntısı çekilen meslek dallarında kurslar düzenlenmiştir. Alpulu ovasında şeker fabrikasının, köylüler için iş kaynağı olmaktan öte bir uygarlık elçisi olduğu fabrikadan enerji dairesi ustabaşılığında emekli olmuş Emrullah Beydeli Trakya şivesi ile şu şekilde ifadelendirmektedir.

"Fabrikaya girende 15'inde idim. Ama pehlivandım ha. Bilekler nah büle büle. Demediler sen çocuksun. Aldılar hemen işe, yani ya inşaattan girdim ben bu ekmek kapusuna. Ama mektebe gittim sonra. Fabrikanın mektebi vardı bilir misin? Yani bu fabrika bu Trakya düzünde yalnız iş değildir, ilimdir be yav ilim. Benim babam ilk pancar dikenlerdendir. Macar ürgetti bize. Tarla işte büle büle sulanacak, büle büle dikilecek. Numune tarlaları vardı fabrikanın. Gider seyredirdim nasıl yapıyorlar diye. Sonra köyde anlatırdım babama. Sonra o bana gene malumat siparişi verirdi. Sorardı. Tohum büle büle bölünüp de mi gömülecek toprağa, yoksa bütün bütün mü? Gider bakardım anlatırdım, babama"

Yöre köylülerinde sanayi tarımına geçilmesi ile birlikte nakit para akışı ile yörede belirgin bir refah gözlenmiştir. Eski Trakya köylüsü yeni sanayi işçisi Emrullah Beydeli sözlerine şu şekilde devam etmektedir.

"Gazi demiş kalkınacak memleket. Kuruldu ya fabrika, mektepse mektep geldi, ziraatse ziraatın hasını ürgendik. Paraysa girdi köylünün cebine. Miskin otururduk kahvede sekiz ay. Olduk burada işçi. Değil öyle ırgat, rençber...sanayi işçisi olduk be yav. A be elektrik gördük biz Alpulu'nun şeker fabrikasında. Elektrik ne, ışıktır. Işık ışık. Sen olsan çalışmazsın mısın ışık için? Bak dinle, ne anlatacam sana. Fabrika yapardı daha deneme çalışması. Akşam oldu, gördüm elektriki. Hafta sonu gittim köye, dedim babama, 'Baba' dedim. 'Görmüşüm cenneti. Koca ova kesmiştir ışığa' Sonra bir gün götürmüşüm anamı. Olmuş akşam vakti. Anam dönmeydi. Rum kızımış. Sevmiş babamı, varmış ona. Olmuş Müslüman. Gördü anam elektrigi. Şaşırdı zavallı, istavroz çıkardı. Yani medeniyettir Alpulu Fabrikası. Mekteptir be mektep..." (Kaprol ve Minez, 2009)



Şekil 6. a- Ergene Köşkü b- Büyük Köşk c- İkiz Evler (Alpulu Şeker Fabrikası Arşiv)



Şekil 7. a- Ergene Köşkü (Alpullu Şeker Fabrikası Arşiv) **b-**Ergene Köşkü Planı (Çizim Mülayim,2012) **c-**Fabrika Lojmanı **d-** Lojman Planı (Kaprol ve Minez,2009)



Şekil 8. a-Hastane Ön Cephe **b-**Hastane İç Mekanı **c-** Yüzme Havuzu ve Futbol Sahası **d-**Mini Golf sahası (Alpullu Şeker Fabrikası Arşiv)



Şekil 9. Uşak, Alpullu ve Eskişehir Şeker Fabrikaları Futbol Takımları (Ayhan,2006)



Şekil 10. a- Balo Salonu (Alpullu Şeker Fabrikası Arşiv) **b-**İlkokul (Alpullu Şeker Fabrikası Arşiv)

Tescil Süreci

Alpullu Şeker Fabrikası gerek tarihe tanıklık etmesi, gerek mimari olarak taşıdığı özellikler bağlamında özgün bir yapı ve "Endüstriyel Miras" tır. Köksal'a göre "Fransızca kökenli olan "endüstri" kelimesi Türk Dil Kurumu Sözlüğüne göre "sanayi" kelimesi ile eş anlamlı olup "ham maddeleri işlemek, enerji kaynaklarını yaratmak için kullanılan yöntemlerin ve araçların bütünü" olarak tanımlanmaktadır. "Endüstri mirası" ise, sanayi kültürünün tarihsel, teknolojik, sosyal, mimari ve bilimsel değere sahip kalıntılarını içerir. İmalathane ve fabrikalar, makineler, atölyeler, madenler ile işleme ve arıtma alanları, ambarlar ve depolar, enerji üretim ve iletim tesisleri, demiryolu, liman gibi ulaşım alanları, ayrıca sanayi alanlarındaki hizmet yapılarından oluşur" (Köksal. Aksoy vd). Bu tanımlamaya uygun olarak 12.09.1997 tarihinde T.C Kültür Bakanlığı Edirne Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'nun 12.09.1997-4108 no'lu kararı ile fabrika alanı kentsel sit alanı, fabrika kompleksi-sanayi tesisi, Ergene Köşkü Atatürk Müzesi olarak koruma altına alınmasına ilişkin Kırklareli Valiliğinin başvurusu üzerine kurul "Erken Cumhuriyet döneminde yapılan Alpullu Şeker Fabrikası kompleksinin imar paftasında işaretlenen sınırları itibariyle doğal tarihi ve kentsel sit alanı olarak tescil edilmesine" karar vermiştir. Karar raporuna göre "Kırklareli ili Babaeski ilçesi Alpullu Kasabası'nda İstanbul-Edirne ve Kırklareli-Babaeski demiryolu hatlarının kesiştiği Alpullu istasyonunun yanında bir kompleks olarak yer almaktadır. Fabrika 26.11.1926 tarihinde üretime başlamış, Türkiye'nin ilk şeker fabrikası olma özelliğine sahiptir. Fabrika ile aynı

dönemlerde inşa edilmiş olan sosyal tesisler (lojman, okul, hastane, sinema, lokanta, misafirhane vb) çeşitli ağaçların ve zengin bir yeşilliğin içerisinde, tam anlamıyla korunması gerekli bir kültür ve tabiat varlığı özelliği taşımaktadır. Kampüs içerisinde yer alan Ergene (Atatürk) köşkü ise tam anlamıyla bir Atatürk müzesi kapasitesine sahiptir. Bunlarla beraber mevcut tren istasyonu ve saray binasının da korunma altına alınması faydalı olacaktır”.

Endüstriyel Mirasın Korunması ve Değerlendirilmesi

Endüstri toplumlarının sosyo-ekonomik gelişimleri, ülkelerin sanayileşme tarihinin izinde anlaşılabilir. Geniş bir perspektiften bakıldığında, endüstri alanları ve yapıları, üretimi gerçekleştiren mekanik donanımları ve içinde yer aldıkları strüktürlerle birlikte, bir ülkenin sosyo-ekonomik geçmişinin önemli göstergeleridir, işlevlerini çoğu zaman hızlı teknolojik gelişmeler nedeniyle kaybettikleri için, bu noktadan sonra temsiliyet niteliği kazanırlar. Bu nedenlerle sanayi bölgeleri, yapıları ve mekanik donanımları, endüstri anıtları olarak adlandırılır ve kamusal alanın olmazsa olmaz parçasına dönüşürler (Cengizkan, 2002).

1931 yılında Carta Del Restaura'nın 4. maddesinde, 'Yaşayan, yani ayakta duran anıtlara, yalnızca özgün işlevinden çok uzak olmayan ve binada gerekli uyarlamaların önemli hasara neden olmayacak şekilde yapılabileceği yeni kullanımlar verilmesi kabul edilebilir'.

Venedik Tüzüğü (Mayıs 1964)'nün Tanımlar kısmının 1. maddesinde "Tarihi anıt kavramı sadece bir mimari eseri içine almaz, bunun yanında belli bir uygarlığın, önemli bir gelişmenin, tarihi bir olayın tanıklığını yapan kentsel ya da kırsal bir yerleşmeyi de kapsar. Bu kavram yalnız büyük sanat eserlerini değil, ayrıca zamanla kültürel anlam kazanmış daha basit eserleri de kapsar' Amaç bölümünün 3. maddesinde 'Anıtların korunmasındaki amaç, onları bir sanat eseri olduğu kadar, bir tarihi belge olarak da korumaktır.' 5. maddesinde 'Anıtların korunması, her zaman onların herhangi bir yararlı toplumsal amaç için kullanmakla kolaylaştırılabilir. Bunun kullanma arzu edilir, fakat bu nedenle yapının planı, ya da bezemeleri değiştirilmemelidir. Ancak bu sınırlar içinde yeni işlevin gerektirdiği değişiklikler tasarlanabilir ve buna izin verilebilir”.

Amsterdam Bildirgesi (1975), b bendi "Mimarlık mirası yalnız üstün nitelikli tek yapıları ve çevrelerini değil, tarihsel ve kültürel özelliği olan tüm kentsel ve kırsal alanları içerir". K bendi "Bugünün yeni yapıları yarının mirası olacağından, çağdaş mimarlığın yüksek kaliteli olması için her türlü çaba gösterilmelidir". Tarihi Alanların Korunması ve Çağdaş Roller Konusunda Tavsiyeler (Unesco, 30 Kasım 1976, Nairobi) Tanımlar kısmında a bendinde "Tarihi ve mimari (geleneksel de dahil) alanlar, arkeolojik, tarih öncesi ve tarihi, estetik veya sosyo-kültürel açıdan bütünlükleri ve değerleri kabul edilmiş yapı grupları, yapılar, arkeolojik ve paleontolojik sitlerde olmak üzere açık alanlar anlamını taşıyacaktır. Nitelikli çok farklı olan bu alanlar arasında özellikle aşağıdakileri belirlemek olanaklıdır; prehistorik sitler, tarihi kentler, eski kentsel mahalleler, köyler veya homojen anıtsal gruplar ki, bunların değiştirilmeden korunmuş olmaları kuralı vardır". B bendinde "Çevre, bu alanların algılanış biçimini statik veya dinamik olarak etkileyen veya bu alanlara mekânsal olarak veya sosyal, ekonomik ve kültürel bağlarla doğrudan bağlı olan veya insan eliyle oluşturulmuş yer anlamına gelir". C bendinde "Koruma ' tarihi veya geleneksel alanlar ve çevrelerinin tanımlaması, onarımları, sağlıklılaştırılmaları, bakımları ve yeniden canlandırılmaları anlamına gelir. Genel İlkeler 3. madde de Her tarihi alan ve çevresi, özel karakteri ve dengesi, onu oluşturan parçaların birbirleriyle kaynaşmasına bağlı olan ve yapılar, mekânsal organizasyon ve çevresi kadar insan faaliyetlerini de içeren bir bütün olarak görülmelidir. Bütün geçerli öğeleri, insan etkinlikleri de dâhil olmak üzere ne kadar yalın olurlarsa olsunlar, bütüne oranla göz ardı edilemeyecek olan bir anlam taşırlar”.

Tüm bu kurumsal oluşumları Alpullu üzerinde irdelediğimizde, yerleşkenin değerlerinin tanımlara uyduğunu söylemek mümkündür. Yurt dışında örneklerine sıkça rastladığımız endüstriyel mirasın korunması ve değerlendirilmesi kapsamında, ülkemizde de bu örneklerle rastlamak mümkündür.

Kayseri Sümerbank Bez Fabrikası, 'Abdullah Gül Üniversitesi' olarak kullanılmak üzere Emre Arolat Mimarlık (EAA) tarafından hazırlanan AGÜ Sümer Kampüs projesi 2012 yılında Singapur'da düzenlenen Dünya Mimarlık Festivalinde 'Eğitim Yapıları' kategorisinde birincilik ödülü almıştır (<http://www.agu.edu.tr/sumerkampus>). Aynı zamanda proje Capital ve Ekonomist dergilerinin düzenlediği "Türkiye'nin En Başarılı Emlak Yatırımları" araştırmasında hem Türkiye birincisi, hem de Türkiye ikincisi seçilmiştir (<http://www.arkitera.com/haber/11962/agu-sumer-kampusu-projesi-turkiye-birincisi-oldu>). AGÜ Sümer kampüsü eğitim yapısı olarak yeniden işlevlendirilmiş ve günümüzde kullanılmaktadır. Nazilli Sümerbank Basma Fabrikası ise Nazilli Kaymakamlığı ile Adnan Menderes Üniversitesi (ADÜ) arasında 2003 yılında imzalanan devir protokolü ile eğitime kazandırılarak Sümer Kampüsü olarak hizmet vermektedir. İstanbul da Silahtarağa elektrik santrali 2004 yılında Enerji Bakanlığı ile imzalanan protokol sonrasında çalışmalara başlanmıştır. 2007 yılında renovasyon'u tamamlanarak "Santral İstanbul" adıyla Bilgi Üniversitesi Kampüsü olarak kullanılmaktadır.

Sonuç

Alpullu Şeker Fabrikası Yerleşkesi, gerek üretim tesisleri gerekse sosyal alanları ile hem tarihe tanıklık etmiştir, hem de Erken Cumhuriyet dönemi mimarisinin özelliklerini taşımaktadır. Fabrikanın sanayi kısmının ömrünü tamamlaması sonrasında da sahip olduğu nitelikleriyle gerek ekonomik boyutta, gerek ülke kültürü bağlamında önemli bir değer olduğu açıktır. Bu durum yerleşkenin tescillenmesiyle de onaylanmıştır. Bu bağlamda yerleşke, dönem özelliklerinin yaşamsal kodlarının gelecek kuşaklara yansıtılabilmesi açısından **“belgesel değer”** taşımaktadır. Yerleşke içinde bulunan yapıların sağlamlığını koruması göz önüne alındığında **“kullanılabilirlik değeri”** taşımaktadır.

Erken Cumhuriyet dönemi modernleşme araçlarından biri olan yerleşke, bir dönemin ve belirli bir coğrafyanın sosyo-kültürel yapısını etkilemiştir. Fabrika içinde bulunan hastane yalnızca fabrika çalışanlarına değil, bölge halkına da hizmet vermiştir. Bunun yanında spor tesisleri, lojmanlar, restoran, balo salonu, sinema vb alanlar bölge insanının sosyo-kültürel gelişiminde etkili olması sebebiyle **“Sosyo-Kültürel”** değer taşımaktadır. Koruma altına alınan yerleşkenin, üretim ve sosyal tesislerin üretime devam edememesi durumunda, farklı alternatiflerle, orijinal kültürel kodları korunarak çağdaş değerlere uygun sosyal amaçlı olarak kullanılmalıdır.

Kaynakça

- Cengizkan,M.N 2002 Endüstri Arkeolojisinde Mimarlığın Yeri: Sanayinin Terk ettiği Alanlarda "Yeniden-Mimari".Endüstri Yapılarının Yeniden Kullanımı Dosyası, Mimarlık Dergisi, Sayı 308, Sayfa 40-41
- Bancı, S. 2006. Şeker Şirketi Ve Ankara Şeker Fabrikası Yerleşkesi. TMMOB Mimarlık Odası Ankara Şubesi Bülten 4,
- Eskişehir Şeker Fabrikası .1934. 28.02.1934 Tarihli Cumhuriyet Gazetesi Arşivi. Cumhuriyet Gazetesi Arşivi
- Ayhan,E.D. 2006. Workers' Health And Architecture: A Reading On Eskişehir Sugar Factory Within Turkish Modernization. OTDÜ Mimarlık Bölümü, Yüksek Lisans Tezi
- Günaydın, İ. 2006. Beyaz Şekerin Aclaşan Öyküsü. Mühendislik Mimarlık Öyküleri-2, Türk Mühendis ve Mimari Odaları Birliği. Mayıs Sayısı
- Kaprol,T ve Minez,B. 2009. Türkiye’de Cumhuriyet Dönemi Endüstriyel Mirası: Alpullu Şeker Fabrikası. Mimar.ist. Haziran , 9/32, 19-27
- Ahunbay,Z. 1996. Carta Del Restaura (1931), Venedik Tüzüğü (Mayıs 1964), Amsterdam Bildirgesi (1975),Tarihi Alanların Korunması ve Çağdaş Rollerini Konusunda Tavsiyeler (Unesco, 30 Kasım 1976, Nairobi). Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon, YEM Yayınları
- Engin, A. 1999. Bir Şeker Hikayesi Alpullu Şeker Fabrikası. 75.yılda Çarklardan Chiplere. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Köksal,G ve Aksoy, A ve diğerleri. Kültürel Miras Yönetimi. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2573 Tanıtım Bülteni.Kırklareli Ticaret ve Sanayi Odası, Kırklareli 1967 İl Yıllığı, Kırklareli Valiliği, Mülâyim,A, Arşiv, 2012.
- Karaçam,N. 2012.Alpullu Şeker Fabrikasının Kuruluş Hikayesi. <http://www.gazetetrakya.com> 10 Ekim 2013 tarihinde alınmıştır.
- Taygun, N. “Türkşeker’in Öyküsü” Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş., Yayın No:217 Ankara 1993
- Bayhan,B. 2013. AGÜ Sümer Kampüsü Projesi, Türkiye Birincisi Oldu. <http://www.arkitera.com/haber/11962/agu-sumer-kampusu-projesi-turkiye-birincisi-oldu> 25.02.2014 tarihinde alınmıştır. <http://eogrenme.anadolu.edu.tr/eKitap/KMT201U.pdf>
- Zarakolu,A. .Memleketimizde Demiryolu Politikası. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/38/248/2390.pdf> 25.02.2013 tarihinde alınmıştır. BWS History. http://www.bws-technologie.de/en_EN/corporate/history.html 25.02.2013 tarihinde alınmıştır. <http://www.turkseker.gov.tr/Tarihce.aspx> 25.02.2013 tarihinde alınmıştır. <https://www.facebook.com/video/video.php?v=186539251372165> <http://www.santralistanbul.org/pages/index/about/tr/> 25.02.2015 tarihinde alınmıştır. <http://www.agu.edu.tr/sumerkampus> 25.02.2015 tarihinde alınmıştır. <http://www.agu.edu.tr/pages.php?p=1&id=49> 25.02.2015 tarihinde alınmıştır.

6-12 YAŞ GRUBU ÇOCUKLARDA ENÜREZİS NOKTÜRNA PREVALANSI VE İLİŞKİLİ FAKTÖRLER

Meltem KÜRTÜNCÜ¹, Işın ALKAN²

ÖZET

Araştırma 6-12 yaş grubu çocuklarda enürezis noktürna prevalansı ve ilişkili faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Tanımlayıcı nitelikteki bu çalışma, araştırmaya katılmayı kabul eden 6-12 yaş arası 300 çocuk üzerinde yapılmıştır. Çalışmada kurum izni ve çocukların ebeveynlerinden yazılı onam alınmıştır. Aynı zamanda çocuklardan da sözlü onam alınmıştır. Veriler araştırmacılar tarafından literatür bilgisi taranarak oluşturulan anket formu ile toplanmıştır. Verilerin istatistiki değerlendirilmesinde; sayı, yüzde kullanılmış ve p<0,05 anlamlı olarak kabul edilmiştir. Çocukların yaş ortalaması 7, 7±1 yıl. Çalışmaya katılan öğrencilerin %56,3'ü kız, %43,7'si erkekti. Çocukların %18'inde enürezis olduğu belirlendi. Enürezis saptanan çocukların %75,9'u 6-8 yaş grubunda, %24,1'i ise 9-12 yaş grubundadır. Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde enürezis olan çocuklarda kız/erkek oranı 34/20 şeklinde bulundu. Çalışmada kızlarda enürezis oranı yüksek çıksa da erkek cinsiyetin de enürezis açısından risk faktörü olarak etkili olduğu literatürdeki diğer çalışmalarda görülmektedir. Aynı zamanda yaşın artışıyla birlikte enürezis oranı giderek düşmekte olduğu belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Enürezis Noktürna, Hemşirelik, Prevalans

ENURESIS NOCTURNA PREVALENCE AND RELATED FACTORS IN 6-12 YEARS OLD CHILDREN

ABSTRACT

This study was conducted to determine the prevalence and associated factors with enuresis nocturna in children in the age group 6-12. We included 300 children aged 6-12 years who agreed to participate in this descriptive study. Data were collected with the descriptive characteristics information form, created by scanning the literature. Descriptive statistics, were used for data analysis and p<0.05 was considered significant. The mean age of the subjects was 7, 7±1 years. % 56,3 girl, % 43,7 were boy of the students who participated in the study. 18% of children have been identified as enuretic. Children who have enuresis %75,9% 6-8 age group, 24.1 percent in the age group 9-12. When evaluated in terms of gender, enuresis in children with Female/Male ratio found in the form of 34/20. It has been reported that in other studies in the literature, male gender is also a risk factor for enuresis although a high rate of enuresis in girls in the study. At the same time it was determined that enuresis rates gradually decreases with age.

Keywords: Enuresis Nocturna, Nursing, Prevalance

* Bu araştırma, 8-11 Nisan 2015 tarihleri arasında İstanbul'da gerçekleştirilen 37. Pediatri Günleri-16. Pediatri Hemşireliği Günleri Kongresi'nde poster bildiri olarak sunulmuştur.

¹Doç.Dr., Bülent Ecevit Üniversitesi, meltemipekkurtuncu@gmail.com

²Araş. Gör., Bülent Ecevit Üniversitesi, isinalkan@hotmail.com

Giriş

Enürezis (nocturnal incontinence), Uluslararası Çocuk Kontinans Derneği (ICCS) tarafından “gece uykuda iken aralıklı olarak idrar kaçırma” olarak tanımlanmaktadır. Gün boyunca idrar kaçırma ise gündüz inkontinansı (daytime incontinence) olarak adlandırılmaktadır (Nevéus ve ark.,2006).

Enürezis noktürna, terminolojide “5 yaş ve üzeri çocuklarda istem dışı idrar yapma” olarak tarif edilmektedir (Yurtçu ve ark., 2006). Bu durumun sadece geceleri uykuda olması “noktürnal enürezis” gündüz uyanıkken olması ise ‘diürnal enürezis’ şeklinde tanımlanmaktadır (Toros, 2007). Etiyolojisinde genetik yatkınlığın yanı sıra bir çok faktörün etkili olduğu bilinmektedir (Akman ve ark., 2000). Bu faktörlerin matürasyon ya da gelişmedeki gecikme, stres, uyku düzensizlikleri, psikolojik etkenler, azalmış fonksiyonel mesane kapasitesi ve noktürnal antidiüretik hormon sekresyonunda azalma ve diğer psikojenik etkenler gibi çevresel veya bireye ait etkenlerin olduğu düşünülmektedir (Bahalı ve ark. 2005; Toros, 2007).

Enürezis tüm dünyada çok sık rastlanan çocukluk çağı psikososyal sorunlarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Dönmez,2004; Wright,2008; Alparlan ve Akgün Kostak,2012). Bu durum okul öncesi aileler tarafından çoğunlukla önemsenmemektedir. Ancak çocuğun okula başlaması ve sosyalleşmesi ile birlikte olumsuz psiko-sosyal etkiler yarattığı ve önemli bir sağlık sorunu haline geldiği için çocuk ve ailesinde strese neden olmaktadır. Bu nedenle aileler genellikle çocuğun okula başlaması ile birlikte bir tedavi veya çözüm arayışına girmektedirler (Aykın ve ark.,2009). Enürezis noktürnası olan çocuklar kızgınlık, utanma, yalnızlık gibi duyguları daha sık ifade etmektedirler. Bu durum çocuğun özgüveninin azalmasına, utanç duymasına, yoğun stres ve kaygı yaşamasına ve çocukluk çağı depresyonu gibi psikolojik sorunlar yaşamasına neden olabilmektedir. Ayrıca toplumun ve ailelerin bu konuda yeterli bilgiye sahip olmayışı ve yanlış tutumları da çocuğa zarar verebilmektedir (Aktepe ve ark.,2010; DüNDAR ve ark.,2007; Aykın ve ark.,2009).

Enürezis prevalansı ile ilgili olarak yapılan epidemiyolojik çalışmalarda değişik oranlar bildirilmekle birlikte 5 yaş grubu çocuklarda ortalama %15-20, 6 yaşında %13; 7 yaşında %10; 8 yaşında %7, 10 yaş grubunda %5-6 ve 15 yaş ve üstü grupta ise %1’in altında oranlarda görüldüğü belirtilmektedir (Hjalmas,2001; Dönmez,2004; Abalı ve ark., 2006; Wright, 2008; Türkiye Enürezis Tedavi Klavuzu,2010). Ülkemizde enürezis prevalansı ile ilgili yapılan çalışmalarda da değişik yaş gruplarında farklı olmakla birlikte enürezis sıklığı %12.4 ile %25 arasında olduğu bildirilmektedir (Görür ve ark.,2008).

Bu çalışma da Zonguldak ilindeki bir ilkokulda 6-12 yaş grubunda çocuklarda enürezis prevalansı ve ilişkili faktörleri belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Yöntem

Araştırma, tanımlayıcı olarak yapılmıştır. Araştırmanın evrenini bir il merkezinde bulunan ilkokuldaki 570 çocuk oluşturmuştur. Örnekleme, araştırmaya katılmayı kabul eden, 6-12 yaş arası 300 (n=300) çocuk dahil edilmiştir. Veriler Nisan-Mayıs 2014 tarihinde toplandı.

Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri, araştırmacılar tarafından literatür incelenerek (Abalı ve ark. 2006, Erbay DüNDAR ve ark. 2007, Wright, 2008, Türkiye Enürezis Tedavi Klavuzu,2010) geliştirilen 30 sorudan oluşan anket formu kullanılarak toplanmıştır.

Anket formu; Ebeveynlerin ve çocukların sosyo-demografik özelliklerini (8 soru), okul ile ilgili özelliklerini (5 soru) ve enürezis durumunu (17 soru) belirlemek için oluşturulan soruları içermektedir.

Anket formu hazırlandıktan sonra 5 kişi ile ön uygulama yapılmış ve gerekli düzeltmeler yapılarak araştırmaya başlanmıştır. Veriler, araştırmacılar tarafından yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanmış ve her görüşme yaklaşık 20-30 dakika sürmüştür.

İstatistiksel Yöntemler

Araştırmadan elde edilen veriler, bilgisayar ortamına SPSS for Windows 18,0 paket programı kullanılarak yapılmıştır. Tanımlayıcı istatistikler (yüzdeler, ortalama, standart sapma) ile veriler değerlendirilmiştir. Bütün testlerde $p < 0,05$ değeri istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir.

Etik Yaklaşım: Araştırmada Helsinki Bildirgesi’nde yer alan etik ilkelere uyulmuş ve bireylere ait bilgilerin gizlilikleri korunmuştur. Araştırmanın yapıldığı kurumdan, çalışmanın amaç ve kapsamını içeren bir bilgi formu ile başvuruda bulunularak yazılı izin alınmıştır. Aynı zamanda çocukların ebeveynlerinden yazılı onam ve çocuklardan sözlü onam alınmıştır. Araştırmaya katılmaya isteklilik, gönüllülük ilkelerine özen gösterilmiştir.

Bulgular

Çalışma grubunu oluşturan çocukların yaş ortalaması 7,7±1 yıl olduğu, %56,3'nün kız, %43,7'sinin erkek, %18'nde enürezis olduğu ve enürezis saptanan çocukların %75,9'nun 6-8 yaş grubunda, %24,1'nin ise 9-12 yaş grubunda olduğu tespit edilmiştir.

Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde; enürezis olan çocuklarda kız/erkek oranı (34/20) (n=54) şeklinde bulunmuştur. Kızlarda erkeklere göre enürezis biraz daha yüksek (kız/erkek oranı 1,7) olarak saptanmıştır (**Tablo I**).

Tablo I: Enürezisli çocukların yaşa ve cinsiyete göre dağılımı

Cinsiyet	Yaş			
	6-8 yaş		9-12 yaş	
	n	%	n	%
Kız	24	44,5	10	18,5
Erkek	17	31,5	3	5,5

Enürezis saptanan çocukların %38,8'i sadece geceleri, (%33,3'ü oyuna daldığında gündüz idrarını tutamadığı ve %27,9'nun ise korktuğunda ya da heyecanlandığında idrarını tutamadığı belirlenmiştir (**Tablo II**).

Tablo II: Enürezisli çocukların hangi durumlarda idrarını tutamadığının dağılımı.

İdrar tutamama durumu	n	%
Sadece geceleri	21	38,8
Oyuna daldığında	18	33,3
Korktuğunda	8	14,8
Heyecanlandığında	7	13,1

Çalışmanın bulgularına bakıldığında anne babanın hayatta olma durumunun ve anne babanın medeni durumunun çocuklarda enürezis belirlenmesinde önemli bir faktör olmadığı belirlendi. Ayrıca çalışmada anne yaşı arttıkça çocukta enürezis görülme sıklığı azaldığı ancak baba yaşı arttıkça enürezis görülme sıklığının arttığı sonucuna varıldı. Ailedeki çocuk sayısı ile enürezis arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadı. Okul başarısı açısından bakıldığında enürezis saptanan çocukların %50'sinin derslerinin iyi ve arkadaşlarıyla uyumlu olduğu belirlendi. Aynı zamanda enürezis saptanan çocuklardan %7,4'nün bu yakınma nedeni ile tedavi olduğu saptandı.

Tartışma

Enürezis prevalansı ile ilgili olarak yapılan epidemiyolojik çalışmalarda değişik oranlar bildirilmekle birlikte 5 yaş grubu çocuklarda ortalama %15-20, 6 yaşında %13; 7 yaşında %10; 8 yaşında %7, 10 yaş grubunda %5-6 ve 15 yaş ve üstü grupta ise %1'in altında oranlarda görüldüğü bildirilmiştir (Hjalmas,2001; Dönmez,2004; Abalı ve ark., 2006; Wright, 2008; Türkiye Enürezis Tedavi Klavuzu,2010). Amerika'da yapılan çalışmalarda enürezis prevalansı ortalama %14 olarak belirtilmiştir (Bryd ve ark.,1996). Avrupa kaynaklı araştırmalarda ise bu oran %1.4 ile %28 arasında bulunmuştur (Spee-van der ve ark.,1998). Ülkemizde yapılan çalışmalarda ise, 4-12 yaşlar arasında olan çeşitli gruplarda enürezis prevalansı %11.5 ile %25 arasında, 5-19 yaş grubunda ise %12.6 olarak bulunmuştur (Bozlu ve ark.,2002; Görür ve ark.,2008).

Düzce'de ilköğretim çağındaki 6-12 yaş grubundaki çocuklarda enürezis noktürna prevalansını belirlemek amacıyla 1048 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada 6 yaş grubunda %37, 9 yaş grubunda %24 ve 12 yaş grubunda da %10 oranlarında enürezis noktürna saptanmıştır (Akman ve ark.,2001). Bu çalışmada ise enürezis saptanan çocuklardan 6-8 yaş grubunda olanlar %75.9, 9-12 yaş grubunda olanlar ise %24,1 olarak belirlenmiştir. Akman ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmanın yaş arttıkça enürezis saptanma oranının azalması sonucu ile bizim çalışmamız benzerlik göstermiştir. Bunun nedeninin yaş arttıkça kontrol etme yeteneğinin artmasının olduğu düşünülmektedir.

Abalı ve arkadaşlarının (2006) farklı okullardan ve farklı sosyoekonomik düzeylerden alınan ilköğretim çağı çocukları değerlendirdikleri çalışmada enürezis sıklığı ve sosyodemografik veriler karşılaştırılmıştır. Üç farklı sosyoekonomik düzeyden seçilen ilköğretim okullarında çalışma yürütülmüştür. Bu okullardan toplam 2998 öğrenci rastgele örneklem yöntemi ile çalışma kapsamına alınmıştır. Örneklem grubunda yaş ortalaması 10.0±2.4 yıl (aralık:7-15) olarak bulunmuştur. Enürezis sıklığı %10.5 olarak saptanmıştır (Abalı ve ark.,2006).

Abalı ve arkadaşlarının yaptıkları bu çalışmada erkek çocuklarında enürezis oranı daha yüksek iken (%13,3) bizim çalışmamızda kızlarda enürezis oranı erkeklere göre daha yüksek (1,7 kat) bulunmuştur. Nedeninin çalışmaya katılan kız sayısının yüksek olduğu düşünülmektedir.

Cinsiyet ve idrar tutamama arasındaki ilişkiye bakıldığında Miao ve arkadaşlarının (2011) obstrüktif uyku apnesi olan ve olmayan çocukların noktürnal enürezis prevalansını karşılaştırmak amacıyla ilköğretim çağındaki (6-11 yaş) 6147 çocuk üzerinde yaptıkları çalışmada toplamda 285 (%4.6) çocukta noktürnal enürezis problemi olduğu, 3115 erkek öğrencinin 209'ünde (%6.7), 3032 kız öğrencinin ise 76'sında (% 2.5) noktürnal enürezis olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlara göre erkek öğrencilerin kızlara göre yaklaşık üç kat fazla enürezis problemi olduğu görülmektedir (Miao ve ark., 2011). Gür ve arkadaşlarının (2004) yaptıkları çalışmada enürezis sıklığı kızlarda erkeklerden daha fazla bulunmuş ve bunu ülkemizdeki düşük sosyoekonomik düzeyden gelen kız çocuklarının sorumluluklarının fazla olmasıyla ilişkili olduğu şeklinde açıklamışlardır (Gür ve ark., 2004). Bizim çalışmamızda da kız öğrencilerde noktürnal enürezis sıklığı 34/169 (%20,1) iken erkek öğrencilerde enürezis görülme sıklığı 20/131 (%15,2) olarak saptanmıştır. Gür ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmanın sonuçlarıyla benzerlik gösterirken Miao ve arkadaşlarının yaptığı çalışmayla farklılık göstermektedir. Bunun nedeninin araştırmamızın bir okulla sınırlı kalması olabileceği dikkat çekmektedir. Literatür incelendiğinde ise cinsiyetler arasında anlamlı düzeyde fark olmadığını belirten çalışmalara da rastlanmaktadır (Çarman ve ark., 2008; Ünal ve ark., 2001; Güneş ve ark., 2009).

İdrar tutamama durumunun yaşla arasındaki ilişkiye bakıldığında 6-8 yaş grubunda olan 193 çocuktan 41'inin (%21.2), 9-12 yaş grubunda olan 107 çocuktan 13'ünün (%12,1) idrar tutamama problemi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aktepe ve arkadaşlarının (2010) enürezis noktürna tanılı vakaların sosyodemografik özellikleri, enürezis tipi ve ilgili etiyolojik faktörler, aile öyküsü, ailelerin enürezise yönelik uyguladıkları baş etme yöntemleri ve ilaç tedavisine yaklaşımları, eşlik eden bozukluklar, uygulanan tedavi yöntemleri ile ilgili bilgilerin saptanması amacıyla 5-16 yaş grubu çocuklarda yaptıkları çalışmada enürezis noktürnası olan çocukların %63.9'u 5-10 yaş grubunda, %36.1'i 11-16 yaş grubunda oldukları sonucuna varılmıştır (Aktepe ve ark.,2010). Lee ve ark. (2000) 7 yaşındaki çocuklarda %20.4 olan noktürnal enürezis prevalansının 12 yaşındaki çocuklarda %5.6'a olduğunu bildirmişlerdir (Lee ve ark.,2000). Çarman ve arkadaşları ise (2008) yaptıkları çalışmada 6-8 yaş aralığında %21.6, 9-11 yaş aralığında %12.3 ve 12 yaş üzerinde %10.3 oranında enürezis sıklığı saptamışlardır (Çarman ve ark.,2008). Bu çalışmalarda olduğu gibi bizim çalışmamızda da yaş arttıkça enürezis görülme sıklığının azaldığı görülmüştür. Ünal ve ark. (2001) da çalışmalarında yaş ile noktürnal enürezis görülme durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığını belirtmişlerdir (Ünal ve ark.,2001).

Araştırmamızda anne yaşı arttıkça çocukta enürezis görülme sıklığı azaldığı ancak baba yaşı arttıkça enürezis görülme sıklığının arttığı sonucuna varılmıştır. Ancak literatür incelendiğinde benzer çalışmalarda anne ve baba yaşı ile çocuklardaki enürezis görülme sıklığı arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Yaptığımız araştırmada ebeveynlerin %92.6'sının enürezisli çocuğu ile ilgili olarak tıbbi yardım almak için doktora başvurmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Akman ve arkadaşlarının (2001) Düzce'de 6-12 yaş grubunda 1048 ilkökul öğrencisi arasında yaptıkları çalışmada enürezisi olan çocuğunu tedavi için herhangi bir sağlık kuruluşuna götürmeyen ebeveynlerin % 93 olduğu sonucuna varılmıştır (Akman ve ark., 2001). Bu konuda yapılmış diğer çalışmalar tedavi alma oranının %1.2 ile %28 arasında değiştiğini göstermektedir (Çarman ve ark.,2003).

Sonuç

Sonuç olarak, Zonguldak'ta bir okulda yapılan bu anket çalışmasının sonucunda enürezis noktürna prevalansı 6-12 yaş aralığında %18 olarak saptanmıştır. Yaşla birlikte bu oran giderek düşmekte, 6-8 yaş grubunda %75.9 olan enürezis noktürna prevalansı, 9-12 yaş grubunda %24,1 olarak gerilemektedir. Bu oran benzer yurt-içi ve yurt-dışı epidemiyolojik çalışmaların sonuçları ile karşılaştırıldığında prevalans üzerinde anne babada enürezis olması, sosyoekonomik düzey ve çevresel faktörlerin rol oynayabileceğini akla getirmiştir.

Öneriler

Bu araştırma enürezis açısından daha ileri çalışmalar yapılması için zemin hazırlamıştır. Bununla birlikte, erkek cinsiyetin enürezis açısından risk faktörü olarak etkili olduğu görülmektedir.

Bu çalışmanın sınırlılıkları içerisinde; araştırmanın tek bir il merkezinde bir okulda yürütülmesi yer almaktadır. Örneklem sayısının az olması nedeni ile enürezis prevalansı açısından daha büyük örneklemli prevalans çalışması yapılması da önerilerimiz arasındadır.

Kaynakça

- Abalı, O., Onur, M., Gürkan, K., Çelik, Ö., Tüzün, DÜ. (2006). İlköğretim çağı çocuklarında görülen enürezis nokturna ve sosyodemografik verilere göre değerlendirilmesi. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 13, 49-53.
- Akman, R., Çam, H., Şenel, F. ve ark. (2000). Düzce’de ilkokul çağı çocuklarda enürezis nokturna prevalansı. *Türk Üroloji Dergisi*, 27, 179-183.
- Aktepe, E., Altunkılıç, S., Sönmez, Y., Çalışkan, AM. (2010). Enürezisli çocukların klinik ve sosyodemografik özellikleri. *New Symposium Journal*, 48 (3), 166-171.
- Alparslan, N., Akgün Kostak, M. (2012). Enürezisli Çocuğa Yaklaşım. *TAF Prev Med Bull*, 11(5), 639-646.
- Aykın, S., Vehid, HE., Gökçay, G., Bulut, A., Baysal, SU. (2009). Enürezis; ilişkili faktörler ve ailelerin yaklaşımları. *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 72, 5-9.
- Bahalı, MK., Tahiroğlu, AY., Güzel, E., Avcı, A. (2005). Enürezisli çocukların sosyodemografik özellikleri ve tedavi yaklaşımları. *Yeni Symposium*, 43, 97-100.
- Bozlu, M., Çayan, S., Doruk, E., ve ark. (2002). Çocukluk çağı ve adolesan yaş grubunda noktürnal ve diurnal enürezis epidemiyolojisi. *Türk Üroloji Dergisi*, 28, 70-75.
- Byrd, RS., Weitzman, M., Lanphear, NE. et al (1996). Bed-wetting in US children: Epidemiology and related behavior problems. *Pediatrics*, 98, 414-419.
- Çarman, KB., Nuhoglu, Ç., Ceran, Ö. (2003). İstanbul ili Ümraniye ilçesinde bir grup okul çocuğunda enürezis nokturna prevalansı. *Pediatric Arşivi*, 38, 153-159.
- Çarman, KB., Bıçakçı, Z., Palancı, Y., Alp, R. (2008). Prevalence of enuresis nocturna in school age children living in Kars and parent’s view to enuresis nocturna. *Turkiye Klinikleri J Pediatr*, 17, 103-109.
- Dönmez, O. (2004). Çocuklarda Nokturnal Enürezis. *Güncel Pediatri*, 2, 134-136.
- Dündar, PE., Ergin, D., Kurses, M., ve ark. (2007). Manisa’da bir gecekondu bölgesinde 5-16 yaş grubunda enürezis nokturna sıklığı ve ilişkili faktörler. *DEÜ Tıp Fakültesi Dergisi*, 21(2), 89-95
- Görür, S., İnandı, T., Turhan, E., Helli, A., Kiper, AN. (2008). Hatayda 6-18 yaş arası çocuklarda enürezis sıklığı ve risk etkenleri. *Türk Üroloji Dergisi*, 34(1), 42-50.
- Gür, E., Turhan, P., Can, G. ve arkadaşları. (2004). Enuresis: prevalence, risk factors and urinary pathology among school children in Istanbul, Turkey. *Pediatr Int*, 46, 58-63.
- Güneş, A., Güneş, G., Açık, A., Akıllı, A. (2009). The epidemiology and factors associated with nocturnal enuresis among boarding and daytime school children in southeast of Turkey: a cross sectional study. *BMC Public Health*, 9, 357.
- Hjalmas, K. (2001). Nocturnal enuresis. In: Gearhart JP, Rink RC, Mouriquand PDE, editors. *Pediatric Urology*. Philadelphia: WB Saunders Company, p. 498-500.
- Lee, SD., Sohn, DW., Lee, JZ., Park, NC., Chung, MK. (2000). An epidemiological study of enuresis in Korean children. *BJU Int*, 85, 869-873.
- Miao, Shang Su., Albert, M. Li., Hung, K. So., Chun, T. Au., Crover, Ho., Yun, K. Wing. (2011). Nocturnal Enuresis in Children: Prevalence, Correlates, and Relationship with Obstructive Sleep Apnea. *The Journal of Pediatrics*, 159, 238-242.
- Nevéus, T., Von Gontard, A., Hoebeke, P., et al: (2006). The standardization of terminology of lower urinary tract function in children and adolescents: Report from the Standardization Committee of the International Children’s Continence Society. *J Urol.*, 176, 314-324.
- Spee-van der Wekke, J., Hirasig, RA., Meulmeester, JF., et al: (1998). Childhood nocturnal enuresis in the Netherlands. *Urology*, 51, 1022-1026.
- Toros, F. (2007). Eliminasyon bozuklukları. Aysev A, Taner Y, editörler. *Çocuk ve Ergen Ruh Sağlığı ve Hastalıkları*, 1. Baskı. İstanbul: Golden Print, 615-626.
- Türkiye Enürezis Tedavi Kılavuzu (TEK). 2010.
- Ünalın, D., Çetinkaya, F., Baştürk, M. (2001). Prevalence of nocturnal enuresis at 7-12 aged in urban areas. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 2, 175-182.
- Wright, A. (2008). Evidence-based assessment and management of childhood enuresis. *Paediatrics and Child Health*, 18(12), 561-567.
- Yurtçu, M., Bilban, S., Dinçer, Ş., Bakıcı, H., Şahin, TK., Günel, E. (2006). Sağlıklı ve enüretik çocuklarda idrar tutabilme yaşlarının araştırılması. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 5, 41-49.

TESTING IN ENGLISH CLASSES IN VOCATIONAL SCHOOLS OF HIGHER EDUCATION

Derya Tuzcu Eken¹

ABSTRACT

Teaching and testing are both essential parts of a formal education. To see the effectiveness of teaching, one needs to test, and there are various test techniques and many facets to be considered in detail while preparing appropriate tests. However, there are some problems encountered in vocational schools hindering English teachers to use various testing methods such as crowded classes and lack of necessary equipment. This study is an attempt to reveal some of the existing problems related to testing in this respect by taking teacher and student reflections into consideration. The primary aim is to identify English teachers' views on testing and reveal their implementations though the common existing obstacles of vocational schools. To collect data, an interview developed in the light of the studies in the field, with the help of the negotiations with colleagues and in field observations was applied to 5 randomly selected English teachers studying at two different vocational schools of a university. Besides, as it is necessary to ascertain students' idea about the test techniques used by English teachers, focus group interviews with randomly chosen student groups were conducted. The results revealed that students mostly want to pass the course, they prefer the techniques that serve this purpose, and learning is generally of the secondary importance. On the other side, it was found that English teachers try to dispel the common belief in testing by trying to apply as many testing techniques as possible though the inadequacies.

Keywords: Vocational school, Foreign Language, Testing, Test techniques, Teacher-student reflections.

¹ Instructor, Kırklareli University, derya.tuzcu@klu.edu.tr

Introduction

In the past, testing was seen as an “obedient servant” (Davies, 1968) just serving to the teaching. Nowadays it is thought by many as in Hughes (2003) that the optimal relationship between teaching and testing is exactly that of a partnership. It is not enough to see testing as an assessment method following teaching. Instead, it should be thought as a good fellow of teaching, standing by when necessary and being cruel to be kind.

Testing, in fact, is an administrative procedure conducted at specific times concerning curriculum, and it aims to measure and evaluate the effectiveness of both teaching and learning as well as giving feedback to the learners, their parents and administration about the students’ achievement. In vocational schools of higher education, testing in English is necessary as in many other courses, especially because of the number of students in each class that makes it nearly impossible for an English teacher to evaluate students’ progress in other ways such as in-class observation or peer evaluation.

In vocational schools in Turkey, English courses are compulsory. Some schools have two hours of English weekly, and some have four. Therefore, it can be said that English is given more importance in vocational schools where there are four hours of English courses. Also, the adaptation of various universities to Bologna Process made English learning even more valuable. The University examined in this study is one of those universities that became the member of Bologna Process which shows that this university accepted to ensure English as the common language.

On the other hand, physical conditions of vocational schools in Turkey are different from one another. Some schools are fortunate enough to have projectors, laptops, smart boards. Some only have whiteboards to write on. Another disadvantage of these schools is that they are crowded. Class sizes are an obstacle for English teachers to apply different testing techniques and to test each language skills especially speaking and listening. Besides, finding necessary equipment is problematic causing English teachers lean on pen and paper, multiple-choice tests which specifically focus on the assessment of grammatical knowledge and reading ability. In this study, the examined university and vocational schools have four hours of compulsory English courses, and they have projectors, whiteboards as an advantage. On the other hand, the disadvantage of these schools is that the classes are too crowded to conduct English courses easily with modern ways of teaching and testing.

All in all, the focus of this study is on testing and test techniques used by the English teachers studying at vocational schools. Also, the ideas of students studying at various departments are aimed to be gathered via focus group interviews. The aim of these focus group interviews is to designate the testing technique choices of students, and concordantly reveal if the testing applications of English teachers and expectations or preferences of students match. In the same time, the physical conditions that direct the teachers to certain testing techniques were investigated to allow for the circumstances.

Literature Review

Testing, measurement, and evaluation

Testing is usually confused with the terms measurement, and evaluation, so it would be helpful to bring an explanation to each of these terms. To start with, testing is a way of finding how well something works, what level of knowledge, and which skills have been acquired to what degree. It is used at necessary intervals of teaching and includes different types of tests which serve for various purposes.

Measurement is the process of getting a numerical explanation of the degree of the students’ progression on a particular skill. In other words, it is showing the ability of a person in a given skill area with numbers and by attributing meaning to those numbers such as 90 on a hundred point scale means the student is successful in achieving the target abilities. Therefore, while measuring students’ progress or achievement one can use several test techniques. Tests are just one type of measurement.

Evaluation, on the other hand, as stated by Weiss (1972, cited in Bachman, 1990, p. 22) is ‘the systematic gathering of information for the purpose of making decisions.’ According to Bachman (1990), it does not mean that evaluation needs to be primarily quantitative because verbal behaviors of students can also be an evaluation in an educational environment and also evaluation does not only include tests. Additionally, Genesee and Upshur (1996) mentions of three essential components of evaluation: information, interpretation, and decision making. They are different from each other but interrelated at the same time. Information becomes meaningful when interpreted, and interpretation is necessary for decision making, and language evaluation is, in fact, the process of decision making. In sum, evaluation is a miscellaneous process. The figure below indicates the relationships among the terms measurement, tests, and evaluation.

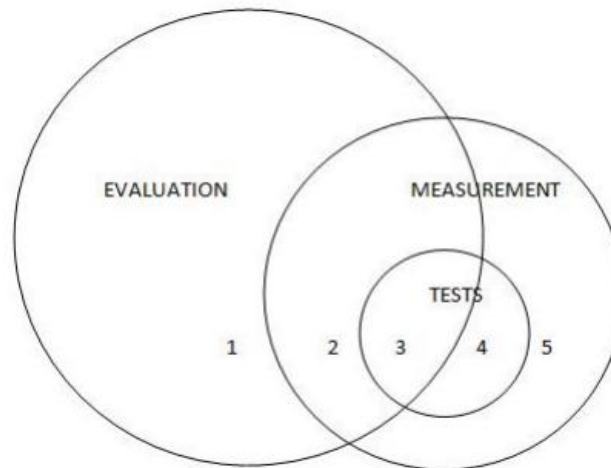


Figure 1. Relationships among measurement, tests, and evaluation (Bachman, 1990)

As shown in the figure above, evaluation is more comprehensive and general than the measurement. Tests, on the other hand, might be used for both. In this study, the focal point is testing and tests. Therefore, it is essential to define tests in detail. A test is a systematic procedure for measuring an individual's ability or knowledge in a specific field (Brown, 2000). As the definition suggests, arranging tests according to a system and order is necessary. Additionally, they are '...designed to elicit certain behavior from which one can make inferences about certain characteristics of an individual (Carroll, 1968).' The ability or knowledge of a person needs to be tested to figure out the required behavior of the learner on language skills. A test is also about something, that is to say, it has content, and it is a task or a set of tasks and a form of measurement (Genesee & Upshur, 1996). Also, tests are field-specific and should only test the ability in that area.

There are lots of tests that is ready-made, and most of them are not appropriate to the aims, content and exactly do not test what it is expected to test. Thus, every test type and technique does not fit well with every teaching and teachers need to be careful and ask at least three questions while preparing (teacher-made tests) or choosing the test technique. These are: why, what and how. Asking 'Why am I testing?' is the first step in deciding the reason for testing. At this point there might be lots of reasons such as to check for the effectiveness of teaching, to show to the students of their current situation, to see students' competence and make remedial teaching if necessary, etc. After deciding on the aim of testing, secondly teachers need to ask the question of 'what am I going to test?' and again the answers might vary depending on the course content or the language skill. Last but not least, 'How am I going to test?' in other words 'What kind of test techniques should I use?' need to be questioned to decide on the most appropriate technique. Following these steps will lead teachers to the test preparation stage.

Common Test Techniques

There are lots of test techniques for English teachers to choose from, and the most common test techniques are multiple-choice, multiple true-false, yes/no or true/false, short-answer, gap filling, matching, etc. In FL teaching, though there are many ready-made tests to use while testing the students' ability on pre-taught topics, language teachers mostly need to prepare their tests as ready-made tests might not be appropriate to their teaching. On the other hand, deciding on the most efficient test technique and developing a test is not easy in most cases. The reasons are that teachers need to face many exhausting conditions such as class size, language topics, and language skills, the methods used in teaching, the expectations of the administration from the course, as well as students' and even parents' expectations. Moreover, course hours, the availability of necessary materials like a computer, photocopy machine, videotape, projector, recorder, color printer, etc. are expected to be thought over.

As for the mentioned techniques, multiple choice items test, first of all, is good to use for crowded classes because it is easy to apply and score for teachers. Besides, scoring is reliable as there is only one correct answer on the condition that it is prepared well and thanks to the technology there are optical readers and optical forms to evaluate the answers of this kind of tests in many schools today. On the other hand, easiness of scoring and applying do not mean that this technique is the only and best way. There are also disadvantages stated below:

- It mostly tests recognition knowledge
- Guessing might play a huge role in test scores
- It is not always easy to find distracters
- Writing successful items is very tough
- Backwash might be harmful
- It is easy for students to cheat in this test technique (Hughes, 2003)

A true-false or yes-no items tests, on the other hand, resembles multiple choice tests since true-false or yes-no items tests have only two choices. Therefore, it can be said that it is even much more easy to cheat in that kind of tests and as there are not many distracters or many options it is also easy for students to guess with the chance of 50%. In fact, a third item, 'not mentioned' might be added in some cases such as while asking a question related to a reading text. However, this type of the third choice is not always possible because most of the time a sentence or a question only answered as yes-no or true- false. To make true/false or yes/no test techniques much more demanding and knowledge gathering multiple true-false techniques can be used. Multiple true-false requires learners to give more than one answer to questions.

In short-answer items technique, as the name suggests, the test takers are expected to write short answers to given questions or situations. Here, on the contrary to multiple choice, true/false, and yes/no type of tests it is not easy for a student to guess the answer as there are not options. Besides, writing the test items is not as difficult as in the previous techniques. However, reliable scoring might be troublesome because of the subjectivity of the evaluator.

Gap-filling items technique is the one that test takers are supposed to fill in the missing part of a paragraph, a sentence or a dialogue and the missing item can be a word, a word phrase or a grammatical phrase. Test takers might choose the item from their prior knowledge, from the text that they listened or read and from the given words or grammatical structure. This kind of technique is used in testing grammatical knowledge of the learner, listening and reading skills tests, vocabulary testing and so on. However, test preparer should carefully decide on what to test or else just leaving one item of a paragraph or sentence randomly only with the aim of preparing a gap-filling test would not test the intended. Besides as Hughes (2003) suggests "gap filling does not always work well for the grammar or vocabulary items where minor or subtle differences of meaning are concerned." As an example:

A: What will you do?

B: I think I _____ leave.

There are a few models as 'will, might, can, may' to complete this dialogue. So, test preparer should pay close attention in order not to add such an inextricable item.

These are the common test techniques used by the language teachers. In one go, FL teachers or test preparers might use one or a few of the techniques together depending on the skill tested or other constituents. Moreover, as mentioned before every technique has both pros and cons and it is the test preparer's responsibility to settle upon the most appropriate one.

Test types

There are four basic types of tests: proficiency tests, achievement tests, diagnostic tests, and placement tests. In this section, these types of tests will be discussed in detail and the ones dwelled upon in this study will be remarked.

To start with, proficiency tests measure the ability of people in a language without considering the education they had in that language. In a way, these tests do not focus on a particular course content. Instead, it depends on the abilities that candidates are required to have to be thought as proficient. TOEFL, IELTS, FCE can be given as an example of this type of tests.

Achievement test, in contrast to the previous one, is directly based on a language course and aims to assess how prospering a student attending the course. Besides, the achievement of groups of students, and the course itself is also evaluated. Achievement test includes two types: final achievement and progress achievement. A final achievement test is conducted at the end of a course (e.g. final exams), and the content needs to be based on the course content. Progress achievement test is done to see the progress of the students, and it is hold while the course is in progress. For example, mid-term exam and quizzes. Therefore, it is this type of test that is handled in this study.

Diagnosic tests aim to determine the strengths and weaknesses of students. They aim to identify what is learned and what still needs to be developed.

Placement test, as the name suggests, are done to place students at a class, language level that is appropriate to their language level. This type of test is performed at the beginning of the course.

Review of Studies Related to FL Testing

There are various studies related to FL teaching, but testing is most of the time the neglected dimension of FL learning and teaching this is because that testing used to be thought as the 'servant' of teaching and not as the co-helper. The introduction of 'English Test Construction and Evaluation' course in ELT programs of faculties in 1998 in Turkey (Köksal, 2004) created awareness among the researchers, teachers, teacher candidates and those interested in the field. Thus, with this course teacher candidates realized that testing as well as teaching plays a significant role in FL teaching.

As for the studies in this area, Canale and Swain (2002) focuses on 'Theoretical bases of communicative approaches to L2 teaching and testing' and they start their study by reviewing communicative approaches to L2 teaching and they investigate a group of French L2 students in Ontario. As a result, they propose a theoretical framework for communicative competence and investigate its implicating for L2 teaching and testing. Thus, this study mostly focuses on L2 and learning is dominant to testing.

Secondly, in his study Köksal (2004) starts with two case studies he witnessed and developed on what English teachers do to test their students and what they should not do and at this point, he gives some practical suggestions and solutions. Besides, he suggests a distance learning course for teachers in order them to share their personal experiences and so to help their professional development.

On the other hand, in his study on the English language teachers' preparation of tests Sarıçoban (2011) examines the present situation in test construction, administering and assessing. To collect data, he asks his 4th year students, to whom he supervises, to collect tests, one written and one oral, from their mentors that they use for assessing their students. Then the researcher examined common characteristics of the tests regarding validity and reliability, language skills and areas, students' FL level, instructions and backwash effect. Lastly, some recommendations have been made in the light of the study.

Williams (2013) questions why and how we, as FL teachers, should test our students and finishes his article with a criticism stating that creating a perfect test both reliable and valid in all terms is impossible.

In our study, teachers' and students' reflections on testing are going to be examined. Thus, this study, in a sense, bears a resemblance to Köksal (2004)'s study, as the starting point of both is in class applications of EFL teachers.

Methodology

Research Questions

In order to examine participant English teachers' views on testing and reveal their implementations in English courses in vocational schools and gather students' ideas about testing, the following research questions were asked:

1. What are vocational school English teachers' ideas on testing?
2. Which test techniques do the teachers mostly use?
3. Are the techniques appropriate to the students?
4. What are the students' ideas about testing?
5. Do the teachers' and students' expectations of testing coincide?

Setting and Participants

As the aim of the study is to find out the views of teachers' and students' on testing in vocational schools in Turkey, the study was conducted at two different vocational schools of a university.

The participants are five English instructors and their students taking the EFL course. Both teachers and students are randomly chosen. Teachers have different work experiences ranging from three to eight years. Two of the teachers hold a Master's Degree and the rest have Bachelor's Degrees. All of them have been teaching at this university at least for three years. Three of them are female, and two of the teachers are male ranging in age from 26 to 33.

Students are freshmen studying at various departments (computer programming, marketing, tourism, etc.) but attending the same compulsory English course for four hours in a week. Some of the students repeat the course because of their failing in the first year. Their age is approximately 18-20.

Instruments

To fulfill the aims of the study, a semi-structured interview consisting of five questions was developed by taking the research questions of the study into consideration and applied to five English teachers. Another

semi-structured interview consisting of three questions was designed to find out the ideas of students about testing again in step with the aims of the study. Then, it was applied to two different focus groups of students.

Data Collection

Interviews were conducted face-to-face and by the interviewer taking notes during the interview. The language of the interviews were both Turkish and English. Students' interviews were performed in Turkish because of their having insufficient English. By doing so, it was aimed to let the students speak freely without hindering communication because of their lack of language knowledge. Besides the interviews with students were focus group interviews. Those groups were composed of nearly 15 students at a time. Two different focus group interviews were conducted at two different vocational schools. The interviewer asked the questions, and participants stated their opinions, perceptions, beliefs about related issues. In this discussions, participants were free to talk to each other while discussing and thus they had the chance to listen to and make comments on each other's ideas which let them interact. Focus group interviews took almost 20-25 minutes.

Interviews with English teachers were carried out in English as they are competent in that language. Each participant teacher was interviewed one by one and the time spent during the interviews ranges between 15 to 25 minutes depending on the participants' eagerness to communicate on the issue.

Data Analysis

The data from the interviews were analyzed qualitatively. The answers collected during the interviews of students and teachers were analyzed by content analysis. In this regard, first of all, the notes taken by the interviewer were coded, and the connections between the codes were examined, and thus, codes were grouped into categories. Each category was related to a research question of the study and participants' answers were written under the related category. As a result, the frequencies of given answers emerged. If there occurred new themes, they were attached to the process. Participant teachers and students interviews were analyzed separately by following the procedures mentioned above.

Findings and Discussion

RQ1: What are vocational school English teachers' ideas on testing?

The aim of this research question is to reveal English teachers' ideas about testing: what they think about it, how they define it and whether they believe in the necessity of it.

The answers given show that all the interviewees roughly define testing as '*a way of assessing learners' level,*' '*one of the fundamentals in evaluation process,*' '*easiest way of evaluation,*' '*a type of evaluation*' and '*necessary piece of assessment.*' They mostly explain testing as '*a way of evaluation.*' Here, it can be said that teachers are aware that testing is '*a way*' of assessment and not the only one but a necessity in language learning and teaching. In fact, the key point is the word '*fundamental*' because many teachers find testing as the headstone of teaching. One of the interviewees said:

- *Testing is one of the fundamentals and easiest ways of evaluation...testing usually gives or enables concrete results.*

After analyzing the first research question and answers given during the interviews in this respect, it can be said that all of the interviewees define testing as a part of classroom teaching and find it useful in evaluating students' progress and in giving feedback to both learners and teachers themselves. Therefore, as dwelled on in the literature review part, testing is at least an administrative procedure conducted at specific times. In vocational schools of higher education, this needs to be done twice in a term: mid-term and final exam. English teachers, as well as other course teachers, are required to test their students according to regulations.

RQ2: Which test technique do teachers mostly use?

To answer this research question teachers are directly asked what kind of test techniques they use, and the answers vary. For instance, one of the teachers ordered the test techniques as:

- *Multiple-choice, matching, filling/completing the blanks, question-answer, translating into English/Turkish, putting into the right order, scrambled words, rewriting.*

Another teacher answered the question as follows:

- *The techniques I used changes according to my way of teaching. I match my teaching style with testing techniques. So I use varied techniques from open-ended questions to closed-ended ones or multiple choice questions.*

On the other hand, one interviewee mentioned about the demand of the students on multiple-choice questions by saying that:

- *From my observations, in our environment, students' demand multiple-choice questions for the exams to which I think they are accustomed to because of our education system in general, yet, in my exams, multiple questions are avoided.*

As extracted above, generally English teachers either use or avoid using multiple-choice questions and try to combine various techniques together. Multiple-choice questions as mentioned above are good ways of assessing crowded classes in a short time and if possible with the help of technology they are also the easiest to give marks. Thus, no matter how English teachers try to avoid, they sometimes need to use such a fast and easy method for assessment. Besides, multiple-choice tests are very versatile and can be used to assess all language skills (McNamara, 2000). Also, they are easy to score, but they need to be carefully designed and developed. Thus, multiple-choice type of tests can be time-saving for teachers of crowded classrooms, and multiple-choice does not always mean that this type of testing is not sufficient enough to assess, instead sometimes it might be the best method to use. However, those tests need to be taken carefully and should not regularly be used to provide an adequate assessment.

On the other hand, especially English teachers have a lot of resources to choose from thanks to the coursebooks. They can benefit from those ready-made materials or prepare and adapt various tests that are appropriate to their teaching style. In this study, the participant English teachers try to use various testing techniques, and they are not totally against the usage of ready-made tests of coursebooks, but mostly they try to adapt their testing materials.

RQ3: Are these techniques appropriate to the students?

To answer this question, teachers are asked 'do they teach all the language skills and also do they test all the skills learned in class and what kind of testing techniques do they use for each language skill.' The answers are:

- *Yes. Depending on the allocated class-time, resources and facilities provided.*

Another teacher answered:

- *I specifically focus on reading, writing and speaking respectively.*

As for another teacher, he/she complains as follows:

- *It is not very easy to give equal importance to all four basic skills because of the poor weekly hours of teaching... I cannot teach all the four basic skills equally, and there is not just one reason for that.*

As can be understood from the given answers participant teachers again are aware of the facts of the possibilities of teaching-learning environment and they try to teach as many skills as possible and yet think that they cannot teach all the skills because of technical and environmental issues and not having enough class hours and so on. On the other hand, when asked whether they test all the skills taught then they answer as follows:

- *I don't test all the four skills. Technologically it is not that possible to test listening of my classes, and I have hundreds of students each term which makes it unrealistic to test their speaking levels formally.*

Another teacher says 'yes' to the question of 'do you test all the skills you teach in class?' and explains:

- *I ask both reading comprehension questions and writing parts in written tests. For speaking I want my students to perform oral presentations suitable for their specific purpose or needs such as ordering at a restaurant, taking a reservation for tourism learners.*

The above-quoted teacher has answered the previous question as I teach reading, speaking and writing skills in class and therefore testing of those skills as mentioned is possible without being precluded technologically. Besides, skills such as speaking and writing can be evaluated directly.

Another interviewee said:

- *I test reading via question and answer and multiple-choice type of test techniques and writing via rewriting, composing a paragraph for a given topic.*

As a result, all English teachers participated in the interview, said that they try to teach and test in the same way as many skills as possible and but the most attention grabbing is that most of the teachers do not speak of the 'listening skill' because of the technical conditions and crowdedness of classrooms. It should be referred that listening is an important skill in language learning and without it, one cannot get the necessary input. Thus, it is useless to expect the students to produce an output which is expected of them in class as most of the teachers interviewed want and thus try to develop the students' speaking skill. Though the technical inadequacy of classrooms teachers can themselves provide input for their students, and they can perform the listening tasks if there is not a listening device and in time they might ask their students to read and to vocalize the texts or dialogues in turn. One of the participant teachers said that:

- *I don't test listening in exams. However, I think testing doesn't only takes place in exams; I evaluate my students progressively, and even I don't give marks I try to make conscious about their levels of*

listening in the classroom. But in the exams, I use reading texts and some exercises to evaluate reading skills...for speaking and writing, I use open-ended questions to perform their skills.

As understood, listening is difficult to test in an exam in these type of schools, but some of the teachers having the possibilities of technology try to teach and test the listening skills of their students in the class which is appropriate as well.

As for the question of the usage of ready-made or preparing their testing materials, teachers' answers are similar:

- *I use my own tests, but some parts of the tests belong to other textbooks.*
- *I stick to the tests of the coursebook. These tests are similar to the exercises in the book, and the level of them is also same with the level of the book. I honestly see it as a fair way to test the students. I also use hand-made tests, but not that common.*
- *I prepare my own tests. But sometimes I use some of the questions from other course books.*

Teachers prepare their testing materials but while preparing them they benefit from the ready-made ones specifically given in the coursebook support materials or extra activities of the coursebooks. Therefore, it can be said that teachers do not always directly use the coursebook activities as testing materials they also try to include their perspective into testing.

All in all, it can be concluded that the teachers try to match the skills and activities that are taught in class to the testing techniques to assess appropriately and effectively. Therefore, they mostly think about their students and make the testing techniques as appropriate as to their students.

RQ4: What are vocational school students' ideas about testing?

To evaluate the students' ideas about testing in English course, during the students' focus group interviews we asked what they think about the testing of this course and how they get prepared for the exams. Besides, they were asked if they feel secure with the applied test techniques and which technique they mostly prefer.

Firstly the answers gathered to the question of 'how do you prepare for the exams?' reveal that some of the students do not at all study and these students think that they try to learn the language during the class hours. Some other students think that they memorize the activities or the language structures taught in the class. One group of student states that they just have a look at the course book before the exam, another group indicates that they work collaboratively with their friends and ask and answer each other's questions.

Except the preparation to the exams, the testing technique choices of the students differ from each other and two types come to the forefront, and these are multiple-choice and classical type (question-answer) as they call it. They prefer multiple-choice especially in the courses that include lots of content to be learned. Besides that the reasons students sort for choosing multiple-choice are as follows:

- the options make the test easy to remember,
- it does not require memorizing,
- it does not require writing their ideas which in fact difficult for some of the students because they feel insufficient in producing their ideas about a topic,
- They can have the privilege of choosing from the given options whether they know or do not know the exact answer.

Specifically, the last reason can be the one that mostly affect the preference of this testing technique. Another technique as referred by the students as 'classic method' actually shows the students preference in other lessons though they call it in English because most of the students do not like 'writing' in English classes and exams as well. It gives us a clue about the students' knowledge of the testing techniques that students only know 'multiple-choice tests' and 'classical' exams. However, when asked if their English teachers use 'fill in the blanks,' 'matching,' 'yes-no questions,' 'true-false' and so on they say that 'yes our English teacher uses this type of testing in class and in the exams, too. Therefore, it can be said that English teachers use various testing techniques, yet the students do not have enough information about the types of techniques used. They only order two types when asked because of the common testing techniques of other course teachers. Lastly, they prefer multiple-choice, because they feel secure when they are not given too much space in the exams, in one respect they expect options to choose. For instance, in a fill in the gaps technique, they want the teacher to give the word or sentences that are necessary to complete the gaps.

As is understood, students do not want to spend much effort to study for an exam, yet they want to get good marks instead. Besides, their preferences depend on their learning types. Though most feel secure with the multiple-choice, some of them want to write their opinions. It can be because that these students are good at English, or they have a different learning style from the previous group bringing multiple-choice tests to the forefront.

RQ5: Do teachers' and students' expectations from testing coincide?

As discussed above, teachers have students best interests than students' themselves by trying to teach and test as many skills as they can during limited course hours and though compelling circumstances.

Students, on the other hand, look out for themselves as expected and mostly their idea about testing is limited, and the general view is to pass the course instead of learning. For this reason, whatever the testing technique is, the expectations of students are mostly on the easiness of it. As said above students prefer multiple-choice test technique and English teachers try to use various techniques together with multiple-choice because it is not always possible to test all the skills with multiple-choice. Reading, grammar (though not being a skill on its own), writing especially at beginner and elementary levels and listening also can be tested via multiple-choice technique. Using many other techniques can be much more beneficial for students because the education system in our country mostly requires students to choose from given answers and in real life people do not only make decisions depending on given options. Thus, English teachers' approach to testing English is progressive, and students need to change their perspectives of testing. Besides, language teaching is not only restricted to the testing of grammar and hence English courses and testing of English are good ways of changing students' ideas about testing.

Conclusion

The aim of this study was to gather English teachers' and their students' views about testing and accordingly to contribute to the testing of English language especially in vocational schools of higher education. The analysis of the interviews gave some clues about the test techniques of EFL teachers working in these type of schools and students' testing expectations from the compulsory English course. Nonetheless, these interviews were small-scale and thus need to be done with much more interviewees to reflect a comprehensive general of EFL teachers and vocational students. Though this study is not enough to make generalizations about the views of all EFL teachers and students of vocational schools, it partly sheds light on the examined issue.

Participant English teachers believe in the necessity of testing in providing concrete data about the students' progress at some point of teaching. Besides, teachers try to teach and test as many skills of English language as possible though some obstacles such as technical inadequacy of classrooms and crowded classes. As they try to diversify their teaching in the same way they try to test their students by using various testing techniques. Besides, by striving to match teaching up with testing, it can be said that English teachers give importance to their students and their job despite students' lack of motivation.

Vocational school students, on the other hand, lack of motivation and do not have enough interest to English courses and accordingly they do not have adequate knowledge about testing and know multiple-choice or classical testing techniques as they refer to question-answer. Also, they find multiple-choice items easy because of having the options to choose from, and they believe that they do not need to study much in order to answer such kind of questions. Besides, they are used to this technique from the other courses they get as well as randomly answering options offered by this technique.

The approach of English teachers working in this type of schools are favorable and should be supported with the help of the courses that these teachers take in university education. Besides, thanks to the course 'English Test Construction and Evaluation' mentioned above the knowledge of those teachers have been enhanced increasingly and can be developed further.

The views of students about testing can be altered via English classes and testing techniques used in this classes. It is a good chance for these students taking English courses because students learn different ways of assessment and evaluation and get rid of parochial views about learning, teaching, and testing.

References

- Bachman, L. F. (1990). *Fundamental considerations in language testing*. Oxford: Oxford University Press.
- Brown, H. D. (2000). *Teaching by principles: An interactive approach to language pedagogy* (2nd Ed.). New York: Addison Wesley Longman.
- Canale, M., & Swain, M. (2002). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied Linguistics*, 1 (1), 1-47.
- Carroll, J. B. (1968). The psychology of language testing. In Davies, A. (ed.) *Language Testing Symposium*. Oxford: Oxford University Press, 46-69.
- Davies, A. (1968). *Language testing symposium: a psycholinguistic perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- Genesee, F. & Upshur, J. A. (1996). *Classroom-based evaluation in second language education* (2nd Ed.). Cambridge: Cambridge University Press.

- Hughes, A. (2003). *Testing for language teachers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Köksal, D. (2004). Assessing teachers' testing skills in ELT and enhancing their professional development through distance learning on the net. *Turkish Online Journal of Distance Education (TOJDE)*, 5 (1), 1-11. (https://tojde.anadolu.edu.tr/tojde13/pdf/koksal_pdf.pdf).
- McNamara, T. (2000). *Language testing*. Oxford: Oxford University Press.
- Sarıçoban, A. (2011). A study on the English language teachers' preparation of tests. *H.U. Journal of Education*, 41, 398-410.
- Williams, D. (2013). Testing questions. *English Teaching Professional*, 87, 20-22.

MESLEK YÜKSEKOKULLARI GRAFİK TASARIMI DERS PROGRAMLARINDA MATBAA DERSLERİNİN YERİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Cengiz ŞAHİN¹, Bekir KESKİN², Erdoğan KÖSE³

ÖZET

Matbaa; yazı, fotoğraf, çizim aracılığıyla fiziki olarak elle tutulur, gözle görülür bir ürün haline dönüşen insan düşüncesinin geniş topluluklara ulaşmasını sağlar. Matbaa, fikir ve düşüncelerin sayısız ve aynı kopyaya hızlı ulaşılmasını, yayılmasını ve kişiler arasındaki iletişimin daha sağlıklı bir şekilde olmasını sağlar. Böylelikle medeniyetin hızlı gelişmesini ve düşüncenin özgürleşmesini sağlamaktadır.

Grafik Tasarım eğitimi veren MYO'ların ders programları incelendiğinde matbaacılık bilgisi içeren derslerin azlığı, grafik tasarımcıların matbaa bilgisinden yoksun olarak yetiştiğini göstermektedir. Grafik tasarımcı eğitiminde sadece tasarım bilgisinin verilmesi ve tasarımcı yeteneğinin ön plana çıkarılması, matbaacılık donanımının olmaması tasarımların çoğaltılması esnasında zaman kaybına ve maddi kayıplara yol açmaktadır. Bu sebeple grafik tasarım eğitimi verilirken tasarım unsurlarının yanında matbaacılık bilgisinin de verilmesi büyük önem taşımaktadır. Sonuç olarak matbaacılık bilgisi ile donatılan tasarımcılar çalıştıkları işletmelere ve sektöre hem zaman hem de ekonomik açıdan değer katacaklardır.

Anahtar Kelimeler: Grafik, Tasarım, Matbaacılık, Eğitim

THE PLACE OF PRINTING HOUSE COURSES IN THE GRAPHIC DESIGN CURRICULUM OF VOCATIONAL HIGH SCHOOLS : İSTANBUL EXAMPLE

Abstract

Printing house provides the reaching of human thought (converted into tactile and visible product by the aid of writing, picture, drawing) to wide communities. Printing house also provides rapid accession and spreading of ideas and thoughts to countless and same copy and better communication between individuals. Rapid spreading of ideas and thoughts provides rapid development of civilisation and liberalising of thought.

When the curriculum program of vocational high schools (VHS) giving graphic design education is examined, lack of courses including printing knowledge shows that the students of graphical design are being trained weakly in printing. In the training of graphic designer, giving only the design knowledge, featuring the designer's talent and lack of printing equipment cause waste of time and money during the reproduction of designs. For this reason, during graphic design training it is of great importance to give also printing knowledge beside the design factors. In conclusion, designer's equipped with printing knowledge will add value both to their companies and to the sector from the time and economical point of view.

Keywords: Graphic, Design, Printing, Education

¹ Yrd. Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi

² Uzman, Gazi Üniversitesi Polatlı Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

³ Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu

Giriş

Ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmalarının ellerindeki imkanlarla en iyi biçimde gerçekleştirebilmesi, sahip olduğu insan gücü potansiyelini kalkınmayı hızlandırıcı yönde ve en etkin biçimde kullanabilmesi sayesinde mümkündür. Bunun temelinde ise teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilecek, alanında yeterli donanım ve tecrübeye sahip iş gücü yetiştirilmesi bulunmaktadır. Tecrübeden yoksun bir şekilde uygulanan eğitim modeli iş gücü potansiyelinin verimli bir şekilde kullanılmasını engeller. Tecrübe ile donatılmış amaca uygun bir şekilde yapılanmış mesleki ve teknik eğitimle gerekli olan iş gücüne ulaşılabilir (Kaya ve Hacıoğlu, 2007, s. 335).

Bilim, sanayi ve teknolojinin son dönemlerdeki baş döndürücü bir hızla gelişimi küresel rekabeti de en üst düzeye çıkarmıştır. Küresel rekabette ön plana çıkabilmenin koşulu ise bilim ve teknolojiyi en verimli şekilde kullanmaya bağlıdır. Bu durum teknolojiyi anlayabilen, uygulayabilen, verimli ve kaliteli mal ve hizmet üretebilen, değişen teknolojiye hızla uyum sağlayabilen, yeni ve nitelikli iş gücünü zorunlu kılmıştır. Bu ihtiyacın gerektirdiği insan gücünün karşılanabilmesi için 20. Yüzyıl başlarında ABD öncülüğünde başlayan ön lisans uygulamaları 20. yüzyılın ikinci yarısında farklı modelleri ile birçok ülkede uygulamaya alınmıştır (Ulus, Tuncer, ve Sözen, 2015, s. 169).

Türkiye’de 1981 yılında çıkarılan 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu çıkarılmıştır. Bu kanun çerçevesinde yükseköğretim yeni bir yapılanma sürecine girmiştir. Bu kanunla bütün yükseköğretim kurumları YÖK çatısı altında toplanmıştır. Toplumsal, ulusal ve eğitimsel sorumlulukları bulunan Meslek Yüksekokulları (MYO) da bu kanun çerçevesinde yükseköğretim kurumu olarak tanımlanmıştır. Günümüzde üniversitelerin bünyesinde bulunan MYO’ların yanı sıra vakıflar tarafından kurulan ve sadece MYO olarak kurulan yükseköğretim kurumları da bulunmaktadır (Ulus, Tuncer, ve Sözen, 2015, s. 169).

Yükseköğretim Kanununun 3. Maddesinde yer alan tanıma göre Meslek Yüksekokulu; Belirli mesleklere yönelik nitelikli insan gücü yetiştirmeyi amaçlayan, yılda iki veya üç dönem olmak üzere iki yıllık eğitim-öğretim sürdüren, ön lisans derecesi veren bir yükseköğretim kurumudur. Yükseköğretime bağlı olarak kamu üniversiteleri ve özel girişimcilerin kurmuş oldukları vakıf üniversiteleri bünyesinde kurulan meslek yüksekokulları, sanayi ve hizmet sektörünün ihtiyaç duyduğu ara eleman niteliğindeki meslek erbablarını yetiştirmektedir. Sınavsız geçiş ile son yıllarda öğrenci sayılarının artması ile birlikte meslek yüksekokulu sayıları da hızla artmaktadır. Kurulan meslek yüksekokulları bünyesinde sosyal bilimler, teknik bilimler, sağlık bilimleri alanlarında birçok bölüm ve bu bölümlere bağlı olarak kuruldukları çevrenin ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte iş gücü yetiştirmek adına programlar açılmıştır.

GRAFİK TASARIM

Tasarım; hayatımızın her alanında karşımıza çıkan ve çok geniş anlamlar ifade eden bir kavramdır. TDK sözlüğünde “Zihinde canlandırılan biçim, tasavvur.”, “Bir sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün ilk taslağı, tasarı çizim, dizayn”, “Bir araştırma sürecinin çeşitli dönemlerinde izlenecek yol ve işlemleri tasarlayan çerçeve, tasarı çizim, dizayn” ve “Daha önce algılanmış olan bir nesne veya olayın bilinçte sonradan ortaya çıkan kopyası” (Türkçe Güncel Sözlük, 2016) olarak nitelendirilen tasarım kelimesi mimariden edebiyata, endüstriden çevreye, bilimden sanata varıncaya kadar birçok alanı etkisi altına alan bir planlama olarak ta tanımlanabilir.

Yazının icadı medeniyetin gelişimine önemli katkıda bulunmuştur. Hatta yazı medeniyetin başlangıcı olarak da kabul edilebilir. Çünkü yazı ile birlikte olayların kayıt altına alınması, bilgi ve tecrübenin sağlıklı bir şekilde aktarılmasına olanak sağlamıştır. Matbaanın icadı ise kayıt altına alınan bu bilgi ve tecrübelerin daha kolay ve hızlı bir şekilde sonraki nesillere aktarılmasını kolaylaştırmıştır.

Tasarım kelimesi hayatımızın hemen her noktasında büyüleyici bir kelime olarak karşımıza çıksa da herkes farklı bir anlam yükleyebilmektedir. Farklı alanlarda bu terimle çok sık karşılaşılmaktadır. Tasarım; kimi zaman bir model, kalıp ya da süsleme yapmak gibi algılsa da bir tasarım kendi içinde bir yapıya ve yapı arkasında bir planlamaya sahip olmalıdır. Bütün sanatların temelinde tasarım olgusu bulunmaktadır. Tasarlama eylemi, oluşturulacak yapının organizasyonu ile ilgili her türlü faaliyeti içine almaktadır (Becer, 2006, s. 32).

Tasarım, yazı ve görselleri kullanarak iletişimi daha kolay anlaşılır ve hızlı hale getirmiştir. Matbaa sayesinde tasarımlar, anlatılmak istenen konu ve iletilmek istenen mesajı daha geniş kitlelere ulaştırabilmektedir. Tasarımların sağlıklı bir şekilde basılı kopyalar haline dönüştürülmesi için taslak aşamasından itibaren baskı ile ilgili temel bilgilerin göz önünde bulundurulması gerekir. Bir grafik tasarımcısının renk, doku, desen, çizgi gibi konular yanında yaptığı çalışmaların basılı kopyalar haline dönüşümünün ekonomik ve hızlı bir şekilde gerçekleşebilmesi için matbaa bilgisine de sahip olması gerekmektedir.

Tasarımlar; görünümüne göre iki boyutlu, üç boyutlu tasarımlar olarak sınıflandırılabilir gibi ürün ve çevre tasarımları olarak da sınıflandırılabilirler. Kimi zaman benzer iki ürününden birinin tercih noktasında tasarım etkili olmaktadır. Kimi zaman da ürün ya da ambalaj tasarımı ürün tercihinde başlı başına bir etken

olabilmektedir. Grafik tasarımı; sabit ve hareketli grafik olarak başta televizyon, sinema, dizi, program jenerikleri, video aracılığıyla toplumsal kitlelere ulaşmıştır. İnternet teknolojisinin gelişimi ile daha geniş kitlelere yayılmaya ve internet sayfalarında da hareketli grafikler olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır (Sarıkahya, 2014, s. 106).

Grafik tasarımı; bir mesajı iletme, bir görseli geliştirmek veya bir düşünceyi görselleştirmek için metnin ve görsellerin algılanabilir ve görülebilir bir düzlemde, iki boyutlu veya üç boyutlu olarak organize edilmesini içeren yaratıcı bir süreçtir. Anlam ve simgeyi betimlemenin ve görsel iletişimin ürünüdür. Basılmak ve çoğaltılmak üzere hazırlanan; ister doğrudan doğruya sanatsal amaca yönelik olsun, ister reklam, ya da tanıtma işlevlerini için hazırlanmış olsun, "grafik" tanımı içine giren yapıtların özünde geniş kitle ile bağ kurma isteğinin önemli payı vardır (Kara, 2009, s. 6). Basılı ürünlerde, internet sayfalarında, animasyonlarda ve ambalajda başta olmak üzere birçok ortamda dijital ya da fiziki bir şekilde uygulanabilir. Grafik tasarımında ve grafik sanatlarında, görsel sanatların temel ilkeleri olan hizalama, denge, karşıtlık, vurgulama, hareket, görüntü, oran, yakınlık, tekrarlama, ritim ve birlik geçerlidir (Tuksal, 2008, s. 1)(Wikipedi, 2016).

Grafik Tasarımı Eğitimi Tarihi

Grafik ve tasarımın tarihi, MÖ 14000'lerde yapılmış mağara resimlerine ve İÖ 4.yy'da yazının başlamasına dayandırılabilir. Johann Gutenberg'in Avrupa'da 15. yüzyılda matbaayı icadı ile kitaplar yaygınlaşmaya başlamıştır (Köse ve Kansu, 2008, s. 1-2). O dönemlerde entelektüel düşünce, din etrafında olduğundan ilk basılıp dağıtmaya başlanan kitaplar dinsel kitaplardır. Basılı yayınlar için harf ve metin dizimi de erken dönem grafik tasarım pratikleridir (Wikipedi, 2016).

Grafik tasarımın tarihinin asıl başlangıç noktası ise insanların sanayileşme ve modern yaşama geçiş ile, özellikle de fotoğrafın keşfidir. Fotoğrafın keşfi ile resim sanatı tasarım alanına doğru yönelmeye başlamıştır. Baskı tekniklerinin ilerlemesi, fotoğrafın geliştirilmesi ve tipografinin önem kazanması ile özellikle afiş tasarımı ve dolayısıyla grafik sanatlar resimden ayrı, tasarımın birer dalı olarak ortaya çıkmıştır (Wikipedi, 2016).

Türkiye'de ilk Türk basımevi İbrahim Müteferrika tarafından 14 Aralık 1727'de kurulmakla birlikte Türk topraklarında ilk basımevi ise Gutenberg'ten 43 sene sonra 1493 yılında Türkiye'ye yerleşen Museviler tarafından İstanbul'da kurulmuştur. Türkiye'de grafik tasarım alanına 1920'li yıllarda yaptıkları çalışmalar ile Münih Fehim, İhap Hulusi ve Kenan Temizan öncülük etmiştir. Ülkemizde grafik tasarım alanında eğitime Güzel Sanatlar Akademisi'nde Mithat Özer'in öncülüğü ile 1933 yılında afiş atölyesi çalışmaları ile başlamıştır. 1957 yılında da amacı endüstriyel sanatlar ve tasarım alanlarında uzmanlar yetiştirmek olan İstanbul Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksekokulu açılmıştır. 1982 yılında YÖK'ün kurulması ile birlikte Güzel Sanatlar Akademisi Mimar Sinan Üniversitesi bünyesinde Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksekokulu da Marmara Üniversitesi bünyesinde Güzel Sanatlar Fakültesi olarak eğitim vermeye devam etmektedir (Becer, 2006, s. 112-113).

Grafik Tasarımcı İçin Matbaa Bilgisinin Önemi

Grafik tasarım aslında bir tür görsel iletişim biçimidir. Bu iletişim görsel öğeler, içerikler, mesajlar ya da iletiler aracılığıyla sağlanır. İletişimin gerçekleşmesi ise, farklı grafik ürünlere dönüştürülebilen söz konusu mesajın baskı ya da görüntüleme yöntemleriyle çoğaltılmasına bağlıdır. Mesajın hedef kitleye aktarılabilmesi için, grafik iletişim ve üretim görsel iletişim ve çoğaltım teknolojilerine temelden bağlıdır (Sarıkavak, 2012, s. 125).

Matbaacılık ve Grafik Tasarım birbirinden bağımsız düşünülebilecek alanlar değildir. Matbaa, yazı, fotoğraf ve çizimler aracılığı ile fikir ve düşüncelerin elle tutulur, gözle görülür hale gelmesini ve kısa sürede çok miktarda benzer kopyaların edinilmesini sağlar. Bilgi bu kopyalar sayesinde toplumun her kesimine yayılmış ve düşüncelerin özgürleşmesinin yolunu açmıştır. Matbaa, bilginin yayılması ve özgürleşmesine sağladığı katkının yanında bir tasarımcının hayallerinin somut bir ürüne dönüşmesini de sağlamaktadır. Bu sebeplerle her iki alandan birinde yaşanan gelişmeler ve yenilikler diğerini de etkilemektedir.

Matbaacılık sektöründe ofset, tipo, flekso, tiftdruk, dijital, serigraf, tampon baskı gibi birçok baskı yöntemi mevcuttur. Kullanılacak baskı altı malzemesine ya da baskısı yapılacak işin durumuna göre bu baskı tasarımcının hazırlanmış olduğu tasarımlar bu baskı tekniklerinden bir tanesi kullanılarak ürün haline dönüştürülmektedir. Bu baskı tekniklerinin her birinin de kendine göre baskı öncesi hazırlıkları, baskı kalıpları, baskı altı malzemeleri ve baskı yöntemleri vardır.

Günümüzde teknoloji ve bilimin hızla gelişmesi, hayatın hızlı akışı içinde ürünlerden bir takım özellikler beklenmektedir. Bu beklentilerin başında kalite ve ekonomiklik gelirken özellikle süreli yayınlarda ürünün üretim ve teslim süresi de büyük önem arz etmektedir. Bu beklentiler tasarım ve matbaa alanında da özellikle ön plana çıkmaktadır. Grafik tasarımcı baskı için hazırlanmış olduğu bir işi estetik, albeni ve ürünün tanıtıcı özelliklerini yansıtmaya bakımından düşünürken diğer yandan da baskı makinesinin basım tekniğini, baskının

gerçekleşeceği baskı altı malzemesinin özelliklerini, kullanılacak baskı makinesinin ve kalıplarının özelliklerini de düşünmesi gerekmektedir. Bunlardan bir ya da bir kaç göz ardı edildiği takdirde ürünün baskı kalitesine, ekonomikliğine olumsuz yansımaları olacağı gibi günümüzde en değerli unsur olan zaman açısından da büyük kayıplar yaşanabilir.

Grafik tasarımcının yaptığı tasarımlar ne kadar kuvvetli olursa insanlar üzerinde bıraktığı etki de o derecede kuvvetli olur (İncearık, 2011). Ancak yapılan tasarımların ürüne dönüşerek anlam kazanabilmesi için üretimin yapıldığı matbaacılık alanında da temel bilgilerin bilinmesi gerekmektedir. Bunların başında kullanılacak olan baskı altı malzemesinin özelliklerinin, kullanılacak baskı tekniğinin baskı öncesi hazırlık sürecinin bilinmesi gelmektedir.

Grafik tasarım eğitimi alan kişilerin baskı ve baskı süreçleri hakkında eğitim almaları, iş hayatına atıldıklarında tasarım temelli problemleri ortadan kaldıracak bilgi ve tecrübeye sahip olmalarını sağlamaktadır. Bu sahip oldukları bilgi ve tecrübeler, çalıştıkları kurumların maddi kayıplarını ve işgücü kayıplarını azaltacaktır. Grafik tasarımcının çalıştığı kurumun tüm süreçler ve kurum içinde kullanılan malzemeler hakkında da bilgi sahibi olması, yaptığı çalışmanın gerek amaca gerekse baskı şartlarına uygun olmasını sağlayacaktır. Bu nedenle de grafik tasarım eğitimi veren kurumların ders programlarında matbaacılık eğitimine yer verilmesi ve yukarıda açıklanan konulara özellikle değinilmesi gerekmektedir. Bu sayede hem verilen eğitim doğrudan sektöre hitap edecek ve eksiklikleri giderecek hem de zaman, işgücü gibi maddi kayıplar en aza indirgenerek, ülke ekonomisine katkıda bulunulacaktır (Sönmez, 2011, s. 11).

İKMEP KAPSAMINDA GELİŞTİRİLEN GRAFİK TASARIMI PROGRAMI

Amaç ve Kapsam

İnsan Kaynaklarının Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirilmesi Projesi (İKMEP) kapsamında, beşinci seviye meslek standartlarına dayalı olarak, işgücü piyasası ile meslek yüksekokulları ve mesleki teknik ortaöğretim kurumları arasında istihdama yönelik öğretim programlarının geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Tasarım sektörü, teknolojik gelişmeler, ekonomik ve sosyal değişimler, küresel düzeyde hızla değişen pazar ve rekabet koşulları nedeni ile sürekli ve dinamik bir gelişme içindedir. Bu değişim grafik meslek alanını da etkilemektedir. Bu sebeple sektörde istihdamda sürekli dolaşım görülmektedir.

Grafik tasarım meslek alanı reklam sektörünün yanı sıra tanıtım ve iletişim sektörüne de hizmet vermektedir. Dolayısıyla mesleğin istihdam alanları oldukça geniştir.

Ayrıca bu meslek alanları teknolojik gelişmelerden sürekli etkilendikleri için meslek eğitimi büyük önem taşımaktadır.

Bu program; İKMEP (İnsan Kaynaklarının Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirilmesi Projesi) kapsamında, ulusal ve uluslararası uzmanlar, YÖK temsilcileri ve akademisyenler, MEB temsilcileri ve öğretmenler, sosyal ortaklar, iş piyasası temsilcileri ve meslek elemanları ile iş birliği içinde, pilot kurumlarda görevli öğretim elemanları ve öğretmenler tarafından geliştirilmiştir.

Program geliştirme sürecinde; iş piyasasında meslek analizi yapılmış, meslek elemanlarının yeterlikleri tespit edilmiş, yeterlikler analiz edilerek program içerikleri oluşturulmuş, İSCED'97 eğitim alanlarının sınıflamasından yararlanılarak programın genel çerçevesi belirlenmiş ve program dokümanları hazırlanmıştır. Geliştirilen program dokümanları ve gerekli açıklamalar İKMEP kitapçığında yer almaktadır.

Öğretim Programı İle İlgili Genel Açıklamalar

İKMEP tarafından Meslek Yüksekokullarında açılacak olan programlarla ilgili olarak genel bir çerçeve ve uygulanması gereken ders programları oluşturulmuştur. Buna göre Grafik Tasarım Programının Meslek Yüksekokullarının Tasarım bölümlerinin altında 5. Seviye mesleki ve akademik yetkinleri kazandırmayı amaçlayan ön lisans programı olarak kurulmasına karar verilmiştir. İKMEP kapsamında her program için bir ders havuzu oluşturulmuş ve bu ders havuzundan programların ders planlarını oluşturmaları tavsiyesinde bulunulmuştur. Grafik Tasarımı programı için İKMEP tarafından belirlenen ders havuzu Tablo 1'de belirtildiği gibidir.

Tablo 1. İKMEP tarafından Grafik Tasarım Önlisans Programları için öngörülen ders havuzu

DERS KATEGORİLERİ	DERSLER	1. DÖNEM	2. DÖNEM	3. DÖNEM	4. DÖNEM
ZORUNLU DERSLER	YABANCI DİL				
	TÜRK DİLİ				
	ATATÜRK İLKELERİ VE İNK. TARİHİ				
	MATEMATİK				
	TEMEL TASARIM				
	TOPLAM DERS SAATİ				
MESLEK DERSLERİ	İLLÜSTRASYON				
	WEB TASARIM				
	AMBALAJ TASARIMI				
	BASKIYA HAZIRLIK				
	DESEN				
	SANAT TARİHİ				
	GÖRSEL TASARIM 1				
	GÖRSEL TASARIM 2				
	GRAFİK DESEN				
	GRAFİK SANATI TARİHİ				
	MESLEKİ GELİŞMELER				
	ÖZGÜN BASKI-1				
	ÖZGÜN BASKI-2				
	PERSPEKTİF				
	TÜRK SANATI TARİHİ				
	YAYIN GRAFİĞİ				
	TEMEL FOTOĞRAF				
	BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİSİ				
	İLETİŞİM				
	MESLEK ETİĞİ				
	KALİTE GÜVENCE SİSTEMİ				
	İŞLETME YÖNETİMİ I				
	İŞLETME YÖNETİMİ II				
ARAŞTIRMA YÖNTEM VE TEKNİKLERİ					
ÇEVRE KORUMA					
İLK YARDIM					
	TOPLAM DERS SAATİ				
SEÇMELİ DERSLER (Dört dönem sonunda toplam 20-25 AKTS/ECTS kredisine ulaşılmalıdır.)					
GENELTOPLAM		25	25	25	25

Kaynak: ikmep.yok.gov.tr/files/5f955773915d7a9e497074a27c25c0bc.doc

İSTANBUL'DAKİ MYO'LARDA BULUNAN GRAFİK TASARIMI BÖLÜMLERİNİN DERS PROGRAMLARININ İNCELENMESİ

Yükseköğretim Kurumuna bağlı olarak üniversitelerin bünyesinde önlisans programı olarak kurulan birçok Grafik Tasarım bölümü mevcuttur. Bu çalışmada ekonominin, sanatın ve kültürün başkenti olarak kabul edilen İstanbul ilindeki Meslek Yüksekokullarında bulunan Grafik Tasarımı bölümlerinin ders planları incelenmiştir.

İstanbul ilinde 2015 yılında ÖSYM tarafından önlisans programı olarak öğrenci alınan Grafik Tasarımı bölümlerinin yer aldığı meslek yüksekokulu sayı 18'dir. Bu meslek yüksekokullarının tamamı Vakıf Üniversiteleri bünyesinde ya da Vakıf Meslek Yüksekokulu bünyesinde yer almaktadır. İstanbul'da bulunan devlet üniversitelerine bağlı meslek yüksekokullarının hiç birinde Grafik Tasarımı bölümü önlisans programı olarak yer almamaktadır. Grafik Tasarımı bölümlerinin yer aldığı ve ders programlarına ulaşılabilen 17 adet Vakıf Üniversitesi ve Vakıf MYO'ların isimleri alfabetik olarak Tablo 2'de belirtildiği gibidir.

Tablo 2. İstanbul'da bulunan Grafik Tasarımı Önlisans Programlarının yer aldığı yükseköğretim kurumları

Beykent Üniversitesi
Doğuş Üniversitesi
Gedik Üniversitesi
Işık Üniversitesi
İstanbul Arel Üniversitesi
İstanbul Aydın Üniversitesi
İstanbul Bilgi Üniversitesi
İstanbul Esenyurt Üniversitesi
İstanbul Gelişim Üniversitesi
İstanbul Kavram Meslek Yüksekokulu
İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi
İstanbul Kültür Üniversitesi
İstanbul Şişli Meslek Yüksekokulu
Kadir Has Üniversitesi
Nişantaşı Üniversitesi
Okan Üniversitesi
Plato Meslek Yüksekokulu

Kaynak: <http://www.osym.gov.tr/belge/1-23560/2015-osys-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-ki-.html>

Tablo 2'de verilen yükseköğretim kurumlarının ders programları incelendiği zaman üniversitelerin tamamında İKMEP'te öngörülen zorunlu derslerin bulunduğu görülmektedir. YÖK zorunlu derslerinin dışında meslek dersleri incelendiğinde MYO programlarında yoğun ve temel alan dersleri olarak Fotoğraf, Tipografi, Temel Sanat Eğitimi, Temel Tasarım, İllustrasyon, Web Tasarımı, Ambalaj Tasarımı, Bilgi Teknolojileri Kullanımı, Bilgisayar Destekli Tasarım, Desen, Reklamcılık, Görsel İletişim Tasarımı, Grafik Tasarım, Sanat Tarihi, Grafik Animasyon, Bitirme Projesigibi derslerin olduğu tespit edilmiştir. Ders isimleri tespit edilirken benzer isimde olan dersler ve benzer içerikli dersler bir ders ismi altında toplanmıştır.

Bu derslerin dışında Amblem Tasarımı, Kampanya Yönetimi, Kalite Yönetim Sistemleri ve Standartlar, Masaüstü Yayıncılık, Çağdaş Sanat, Güzel Sanatlar, Elektronik Pazarlama, Dijital İmaj Tasarımı, Estetik, Araştırma Yöntem ve Teknikleri alan dersleri ile birlikte Bağlamsal Çalışmalar, Bağlamsal Fikirler, Çevre Koruma, Genel İktisat, Genel İletişim, Girişimcilik, İlk Yardım, İletişim Becerileri, Hukuk, İş güvenliği ve İşçi Sağlığı, İşaret dili, İşletme, Matematik, Sosyoloji, Semiyotik, Sinema Tarihi, Sosyal Sorumluluk Projesi gibi dersler yer almaktadır.

Grafik Tasarımı bölümlerinin ders planları incelendiğinde matbaacılık ile ilgili dersler ve hangi üniversitelerde verildiği Tablo 3'de belirtildiği gibidir. Tablo 3'den de anlaşılacağı üzere birbiri ile derin bağları olan ve birbirinin gelişimini sağlayan iki alan olmalarına karşın Grafik Tasarım bölümlerinde matbaacılık eğitimine gerekli ağırlık verilmemektedir. Matbaacılık ile ilgili doğrudan ilgili olan derslerden Baskı Teknikleri dersi sadece Gedik üniversitesinde iki dönem, Kadir Has, Arel, Nişantaşı, Bilgi, Doğuş ve Esenyurt Üniversitelerinde ise bir dönem okutulmaktadır. Baskıya Hazırlık dersi adı altında Doğuş, Gelişim ve Kültür Üniversitelerinde matbaacılık bilgisi verilmektedir. Aydın, Esenyurt ve Kemerburgaz Üniversitelerinde matbaacılık sektöründe kullanılan terimlerle ilgili Matbaa Terminolojisi dersi bulunmaktadır.

Tablo 3. Grafik Tasarımı bölümlerinde matbaacılık bilgisi içeren derslerin bulunduğu üniversiteler

Ders Adı	Üniversite
Baskı Teknikleri I - II	Gedik Üniversitesi
Baskı Teknikleri	Kadir Has Üniversitesi
	Arel Üniversitesi
	Nişantaşı Üniversitesi
	Bilgi Üniversitesi
	Doğuş Üniversitesi
	Esenyurt Üniversitesi
Baskıya Hazırlık	Doğuş Üniversitesi
	Gelişim Üniversitesi
	Kültür Üniversitesi
Matbaa Terminolojisi	Aydın Üniversitesi
	Esenyurt Üniversitesi
	Kemerburgaz Üniversitesi
Özgün Baskı	Esenyurt Üniversitesi
Özgün Baskı I -II	Bilgi Üniversitesi
	Doğuş Üniversitesi
	Kültür Üniversitesi
	Nişantaşı Üniversitesi
Özgün Baskı Resim Atölyesi	Kemerburgaz Üniversitesi
Özgün Baskı Sistemleri	Gedik Üniversitesi

Kaynak: İlgili üniversitelerin bölüm internet sayfaları Erişim Tarihi: 11.03.2016

Sonuç ve Öneriler

Tasarımların baskı yöntemleri ile çoğaltılması esnasında tasarımdan kaynaklı birçok hata bulunmaktadır. Bunların başında matbaacılık bilgisine sahip olmayan tasarımcıların basımevlerine göndermiş oldukları tasarımlarda birbirinden farklı olan CMYK ve RGB renk evrenlerinden baskı renkleri olan CMYK ile çalışmak yerine monitör renkleri olan RGB ile çalışmak gelmektedir. Bu tür çalışmaların baskı sonuçları kontrol edildiğinde ekranda çalışılan renk ile baskıdaki rengin birbirinden farklı olduğu tespit edilmektedir. Baskıya uygun çözünürlükte görsellerin kullanılmaması da istenilen baskı kalitesinin yakalanamamasına sebep olmaktadır.

Tasarım kaynaklı bir diğer problem ise tasarımı yapılan işin montaj planının hatalı hazırlanmasıdır. Montaj planlarında kesim, katlama, kros çizgilerinin yanlış belirtilmesi ya da belirtilmemesidir. Baskısı biten tabakaların işin tirajına göre önce katlama işlemi ve en sonunda da traşlama işlemi gerçekleştirilmektedir. Kırım ve kesim çizgilerinin hatalı yerleştirilmesi durumunda baskı altı malzemesinde iş olan bölgelerin ortasından katlama yada iş olan bölgelerden traş alınmasına neden olur. Bu da hem zaman hem de ekonomik açıdan büyük kayıplara neden olmaktadır.

Tasarımcıların özellikle kitap kapağı tasarlarken kullanılacak baskı altı malzemesini tanımamasından dolayı kitap sırt kalınlıkları yanlış hesaplanmaktadır. Kitap kalınlığını belirleyen kağıt gramajı dikkate alınmadan tasarlanan kitap kapağının kitap sırtına tam oturmaması sorunuyla karşı karşıya kalınmaktadır. Bu durumda kitap kapağının yeniden tasarlanarak basılması zaman ve ekonomik kayıplara, yeniden basılmaması durumunda estetik kaybına yol açmaktadır. Ayrıca kitap üretim sürecine hakim olmayan tasarımcıların kitap sırtına yakın yerlere görsel yerleştirmeleri de estetik açıdan istenmeyen sonuçlar doğurmaktadır.

Tasarım kaynaklı karşılaşılan en temel problemlerden biri de tasarımcının baskı altı malzemelerini ve özelliklerini tanıyamamasıdır. Her bir baskı tekniğinin kullandığı baskı altı malzemesinin özellikleri, baskı tekniğinin çalışma prensibine göre farklılık göstermektedir. Baskı tekniğine uygun baskı altı malzemesi kullanılmaması, baskı tekniğine uygun görsel ya da yazı büyüklüğünün kullanılmaması baskıda sorunlarla karşılaşılmasına neden olmaktadır. Örneğin; en yaygın kullanılan ofset baskı tekniğinde kullanılacak küçük yazı puntoları okunaklılığı olumsuz yönde etkilemektedir. Yine ofset baskıda görüntünün kesim çizgisine bitişik çalışılması baskı sonrası yapılan kesimlerde görüntüye zarar verilmesine yol açacaktır.

Baskı altı malzemelerinden en yaygın kullanılanı kağıttır. Kağıt hemen her baskı tekniğinde baskı altı malzemesi olarak kullanılabilir. Bir tasarımcının mutlaka kağıdın su yönü, gramajı, yoğunluğu, yüzey yapısı gibi fiziki özellikleri, kağıt türleri ve kağıt ölçüleri hakkında bilgiye sahip olması gerekmektedir. Tasarımcı kağıdın türüne uygun tram değerlerini ve tram açılarını, kağıdın gramajına göre kırım sayısını, standart kağıt

ölçülerinden üretilip üretilmeyeceğine göre de tasarımı yapılacak işin ebadını belirlemelidir. Renkler basıldıkları baskı altı malzemesine göre farklı algılanabildikleri için kağıdın fiziksel özellikleri hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir. Kağıt bilgisine hakim olmayan tasarımcıların hazırladığı işlerde, özellikle de kitap veya dergi gibi çok sayfalı ve yüksek tirajlı işlerde yapılacak hatalar basımevleri için baskı tirajıyla doğru orantılı olarak kayıplara neden olmaktadır.

Tasarımcının matbaacılık ile ilgili olarak bilmesi gereken önemli konulardan bir tanesi de baskı sonrasında uygulanacak yüzey koruma, kırım, kesim ve işin cilt şekli gibi konulardır. İşin cilt şeklini belirleyen unsurlardan birisi de sırt kalınlığıdır. Sırt kalınlığı tespit edildikten sonra uygun ciltleme yöntemi belirlenmeli ve daha sonra buna uygun tasarım çalışması yapılmalıdır.

Mevcut Grafik Tasarımı programlarının ders planları incelendiğinde yaşanan bu tasarım kaynaklı baskı problemlerini ortadan kaldıracak düzeyde olmadıkları görülmektedir. Yine İKMEP'te uzmanlar tarafından oluşturulan ders havuzuna bakıldığı zaman sadece bir adet Baskıya Hazırlık dersinin havuza alındığı görülmektedir. Tek bir dönemde ve sadece teorik olarak verilen bir dersin yaşanan bütün bu sorunları ortadan kaldırmayacağı açık olarak görülmektedir. Bu nedenle MYO'larda yer alan Grafik Tasarımı bölümlerine yukarıdaki konuların teorik ve uygulamalı bir şekilde müfredat içerisine girmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak baskıda yaşanan problemlerin en büyük nedeni çoğunlukla matbaacılık bilgisinden yoksun ya da matbaacılık bilgisi göz ardı edilerek yapılan tasarımlardan kaynaklanmaktadır. Grafik tasarımcıların eğitim esnasında matbaacılık bilgisi ile birlikte sektörü de tecrübe edip, üretim teknolojileri konusunda fikir sahibi olmaları gerekmektedir. Baskı esnasında makineden ve malzemeden kaynaklı sorunlar anında müdahale edilerek çözülebilmektedir. Ancak tasarım kaynaklı problemlerin çözümü ek bir maliyet gerektirmektedir.

Kaynakça

- 2015-ÖSYS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu . (2016, Mart 11). ÖSYM: <http://www.osym.gov.tr/belge/1-23560/2015-osys-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-ki-.html> adresinden alındı
- Becer, E. (2006). *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Grafik Tasarım. (2016, Mart 11). Cevizbil Web Sitesi: <http://www.cevizbil.com/blog/grafik+tasarim/grafik+tasarim+tarihi-27> adresinden alındı
- İKMEP Grafik Tasarımı Alanı. (2016, Mart 11). İKMEP: ikmep.yok.gov.tr/files/5f955773915d7a9e497074a27c25c0bc.doc adresinden alındı
- İncearıık, M. (2011). *Grafik - Tasarım Rehberi*. İstanbul: Kod Lab.
- Kara, İ. (2009). Türkiye Ve Uluslararası Bauhaus Sanat Ve Tasarım Fakültelerinde Grafik Eğitimi Program İçerikleri Ve İşleyişler. İstanbul: Marmara Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.
- Kaya, A., Hacıoğlu, E. (2007). Matbaacılık Eğitiminde Meslek Yüksekokullarının Rolü. II. Uluslararası Matbaa Teknolojileri Sempozyumu (s. 335). Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Köse, E., Kansu, N. (2008). Ofset Baskı Teknolojisi. Ankara: İlke Yayınevi.
- Matbaa'nın Faydaları ve Günümüz Teknolojisine Katkıları. (2016, Mart 11). Renkli Not Web Sitesi: <http://www.renklinot.com/kultursanat/faydali-bilgiler/matbaanin-faydalari-ve-gunumuz-teknolojisine-katkilari.html> adresinden alındı
- Sarıkahya, E. (2014, Aralık). Grafik Tasarımı Eğitiminde Hareketli Grafik Tasarımı Dönemi. *Gazi Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, s. 106.
- Sarıkavak, N. (2012, Kasım). Grafik Tasarım Eğitiminin Geleceğine Bir Bakış. *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları Dergisi*, s. 125.
- Sönmez, S. (2011). Tasarım Kaynaklı Baskı Problemlerinin Çözümünde Grafik Tasarım Eğitiminin Önemi. *Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 23(1), s. 11.
- Tuksal, M. (2008). *Grafikerin El Kitabı*. İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- Türkçe Güncel Sözlük. (2016, Mart 11). Türk Dil Kurumu: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.56eab3e713b3c4.67534247 adresinden alındı
- Ulus, L., Tuncer, N., ve Sözen, Ş. (2015). Mesleki Eğitim, Gelişim ve Yeterlilik Açısından Meslek Yüksekokullarının Önemi. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 169.
- Wikipedi. (2016, Mart 11). Grafik Tasarım. Wikipedi: https://tr.wikipedia.org/wiki/Grafik_tasar%C4%B1m adresinden alındı

MARKA SADAKATI YAKLAŞIMLARINA ETKİ EDEN ÖNCÜL FAKTÖRLERİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR AMPİRİK ÇALIŞMA*

Yasamin HAGHIGH KHIABANIAN¹, İbrahim Sarper KARAKADILAR²

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, marka sadakatiyle ilgili iki boyut olan tutumsal ve davranışsal yaklaşıma etki etmekte olan kritik öncül faktörlerden marka algısı ve markaya duyulan memnuniyet hissinin, marka sadakatinin söz konusu iki boyutuyla olan ilişkisinin tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın konusuyla ilgili bir saha çalışması uygulanmış ve nihai-müşterilerin kullandıkları kişisel bakım ürünü markası hakkındaki görüşleri anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Anket Türkiye ve İran'da yaşayan toplam 162 üniversite öğrencisine uygulanmıştır. Araştırmanın metodoloji bölümünde, öncelikle araştırma modelindeki değişkenleri temsil eden ilgili anket ölçüm sorularını ayırıştırarak belirlemek için keşifsel faktör analizi yapılmıştır. Ardından öncül faktörler olan marka algısı ve tüketicilerde markayla ilgili oluşan memnuniyet hissinin her iki marka sadakati yaklaşımıyla olan ilişkisi regresyon analizi aracılığıyla incelenmektedir. Analiz neticesinde marka algısının direkt ve pozitif yönlü olarak marka sadakatinin tutumsal yaklaşımıyla istatistiki olarak anlamlı bir ilişki içinde olduğu belirlenmiştir. Öte yandan memnuniyet hissi değişkeniyse davranışsal yaklaşım ile istatistiki olarak direkt ve pozitif yönlü bir etkileşim içinde olduğu araştırmanın bir diğer önemli bulgusu olarak dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Marka Sadakati, Marka Algısı, Memnuniyet, Kişisel Bakım Ürünleri.

AN EMPIRICAL STUDY TO INVESTIGATE THE ANTECEDENT FACTORS HAVING AN EFFECT ON BRAND LOYALTY APPROACHES

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the relationships between two sub-dimensions of brand loyalty and the antecedent factors (i.e. brand perception and satisfaction), which have an impact on these sub-dimensions (i.e. attitudinal approach and behavioral approach). In order to reach that aim a field survey was conducted based on the research subject and data was collected via formal-questionnaire according to the opinions of the end-customers who consumed the personal care product brand. Survey has been applied to 162 junior consumers who are university students from Turkey and Iran. In the methodology part of the study, initially to define the measurement items for each variable in the research model the questionnaire items are separated by using the exploratory factor analysis. Next, the interaction effect of antecedent factors (i.e. brand perception and satisfaction) on each brand loyalty approaches are tested by using regression analysis. The research result stated that, the brand perception has positive and significant relationship with the attitudinal approach which is statistically supported. Another important finding of this study reveals that the variable of satisfaction has positive and significant interaction with the behavioral approach based on the statistical test results.

Keywords: Brand Loyalty, Brand Perception, Satisfaction, Personal Care Products.

* Bahçeşehir Üniversitesi SBE, İşletme Yüksek Lisans Programında YASAMIN HAGHIGH KHIABANIAN'ın "TÜRKİYE VE İRAN PAZARINDA GENÇ TÜKETİCİLERİN KİŞİSEL BAKIM ÜRÜNLERİNE YÖNELİK MARKA ALGISI VE MEMNUNİYETİ İLE MARKA SADAKATI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ" başlıklı tez çalışmasından türetilmiştir.

¹ MBA, Bahçeşehir Üniversitesi, yasmin_haghighi@yahoo.com

² PhD, Nişantaşı Üniversitesi, ibrahimsarper.karakadilar@nisantasi.edu.tr

Giriş

Rekabet düzeyinin her geçen gün arttığı günümüz küresel piyasa düzeninde tüketicilerin marka tercihlerini oluşturan faktörlerin incelenmesi giderek daha çok ilgi çeken bir araştırma konusu haline gelmiştir. Aynı ürün veya hizmet tipinde farklı firmalar tarafından pazara arz edilen alternatiflerin çeşitliliğinin artmasıyla birlikte markaların müşterilerinin beklentilerini tam anlamıyla karşılayabilmeleri geçmiş yıllara göre artık daha da aşılması zor bir görev haline almıştır. Bunun bilincinde olan tüketicilerde pazarda kendilerine sunulan marka çeşitliliği fırsatını kullanarak kendi bireysel fayda maksimizasyonlarını artırma gayreti içerisinde hareket etmektedirler. Buna karşın firmalar da tüketici tutum ve davranışındaki bu değişimin farkında olarak, durumu kendi lehlerine dönüştürecek stratejiler geliştirme kaygısı gütmektedirler. Firmalar marka sadakati yaratarak pazar noktalarında tüketicilerin tercihini kendi lehlerine kalıcı olarak dönüştürebilme çabası içerisindeydirler. Hatta bu sadık müşterileri diğer alternatif markaların varlığına rağmen bile (örneğin cep telefonu piyasasında olduğu gibi) belirli limitler dahilinde müşterisi oldukları markaya daha fazla bedel ödemeye razı olmaları sıklıkla gözlemlenen bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

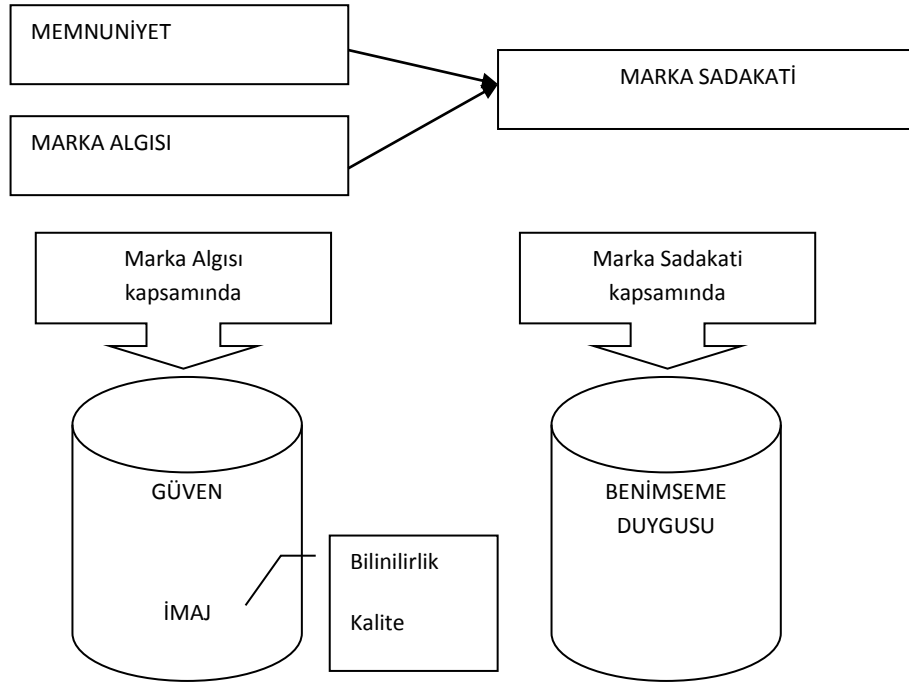
Bu doğrultuda güncel literatürde araştırmacıların bu konuya ilgi duyarak hali hazırda bu kapsamda çok fazla sayıda akademik çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Genellikle bu çalışmalarda incelenen temel faktörün marka sadakatini sağlanabilmesi olduğu dikkat çekmektedir (Gounaris ve Stathapoulos, 2004; Yıldız, 2006; Şahin, 2007; Devrani, 2009; Çiftiyıldız, 2010; Tursun, 2013). Marka sadakatini etkileyen öncül faktörler olarak ise tüketicilerin “güven, imaj, değer” gibi markayla ilgili algılarının ve tüketicilerin markayı tecrübe etmiş olduktan kaynaklanan memnuniyet düzeylerinin ele alınmakta olduğu görülmektedir (Keller, 1993; Akkaya, 1999; Sirdeshmukh vd., 2002; Aaker, 2009; Özgüven, 2010; Eren ve Erge, 2012; Yener, 2013). Bundan dolayı, marka sadakatiyle ilgili iki temel yaklaşım olan tüketicinin tutum ve davranışları üzerine bahsi geçen öncül faktörlerin etkisinin ne olduğunun ortaya konulması bu çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Yapılmakta olan araştırma kapsamında kişisel bakım ürünleri kullanan tüketicilerin, bu çalışmada adlandırıldığı şekliyle marka sadakatini “benimseme duygusu” ve “satın alma niyeti” boyutlarıyla, öncül faktörler olan “marka algısı ve memnuniyet hissi” arasındaki ilişkilerin nihai tüketiciler tarafından nasıl değerlendirilmekte olduğu sorusuna yanıt bulunmaya çalışılmaktadır. Sonuç olarak her ne kadar daha önce bu konu literatürde defalarca çalışılmış olsa da, bu çalışma kapsamında ele alınan üç kritik faktör olan “marka algısı, memnuniyet hissi ve marka sadakati boyutlarına” ilişkin özgün bir saha çalışması yapılarak incelenmesinin akademik birikime farklı bir bakış açısı sağlayacağı ve gelecekte yapılması muhtemel araştırmalar içinde yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Bu çalışma için araştırmacıların belirlediği özgün araştırma çerçevesi Şekil 1’de görüldüğü gibidir. Bu kapsamda marka sadakatini iki alt boyutu olan benimseme duygusu ve satın alma niyeti üzerinde etkili olduğu düşünülen tüketicilerin markaya duydukları “güven, imaj, marka değeri” gibi algısal faktörler ile ürünün kullanılması neticesinde ortaya çıkan memnuniyet hissi değişkenleri bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde öncelikle araştırma konusunun içeriğiyle ilgili olan temel kavramlar tanıtarak, bu değişkenler arasındaki teorik bağıntılar açıklanmaktadır.

Memnuniyet

Memnuniyet hissi tüketicilerin satın alma öncesi gereksinimlerinin karşılanma beklentisi ile satın alma sonrası bu gereksinimlerinin giderilebilme düzeyi arasındaki farka göre ortaya çıkan bir değer yargısıdır (Erciş vd., 2009). Müşteriler ürün veya hizmetleri hem fiziksel hem de psikolojik ihtiyaçlarını karşılayabilmek beklentisiyle satın alırlar. Aynı markayı uzun yıllar boyunca satın alarak kullanmaya devam etmeleri için, aynı marka ürünü her satın alışlarında bu ürünün kendileri için sürekli olarak tatmin hissi yaratarak fayda sağlayacağına inanmaları şarttır. Buna göre bir tüketicinin markayı sürekli olarak satın almayı tercih etmesi ancak ve ancak tüketicilerin önceki deneyimlerinde memnuniyet hissini tatmasıyla mümkün olabilmektedir (Kabadayı ve Aygün, 2007). Bundan ötürü firmaların, sadık müşterilerinin satın almış oldukları ürün/hizmetlerle ilgili memnuniyet hislerinin ne düzeyde olduğunun araştırılarak detaylı olarak incelenmesi önemli bir geribildirim olarak değerlendirilmelidir. Aksi takdirde rekabetçi piyasa koşullarında çok sayıda alternatifi olan tüketici ihtiyaçlarını tam olarak karşılayabilmek için başka bir markayı kolaylıkla tercih edebilme olasılığı yüksek düzeyde seyretmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın genel çerçevesi (Yazarlar tarafından derlenmiştir)

Marka Algısı

Günümüz piyasa koşullarında rekabetçi üstünlük yaratan bir faktör olarak sadece fiyat ön plana çıkmamaktadır, bunun yanında tüketicilerin satın alma alışkanlığını kazanmış bir markaya sahip olmakta işletmeler açısından önemli bir rekabet avantajı yaratan unsur olarak belirmektedir. Satın alma davranışı içerisinde olan bir tüketici değerlendirme ve tercih aşamasında fiyatın yanında “marka güveni, marka imajı ve marka değeri” gibi konuları da dikkate alarak karar vermektedir (Aysen vd., 2012).

Marka Güveni kavramı

Müşterilerinin gözünde markanın üzerine düşen sorumlulukları sürekli olarak yerine getirebilmesi, müşterilerde marka güveni duygusunu yaratmaktadır. Marka güveni, işletmenin faaliyetlerini iyi niyetle sürdürdüğünün bir göstergesi olarak ortaya çıkmaktadır (Eren ve Erge, 2012). İnsanların algısına göre güven ve sadakat duygusu arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Örneğin, Morgan ve Hunt (1994) yapmış oldukları çalışmada güvenin tüketicinin işletmeye veya onu temsil eden markaya olan bağlılığının önemli bir belirleyicisi olduğunu ifade etmektedirler. Güven, marka ile müşterilerinin uzun süreli ilişki kurmasında en önemli yapıtaşlarından biri konumundadır (Sirdeshmukh vd., 2002). Bununla birlikte, markaların tüketici gözünde yaratmış oldukları güven algısının, firmanın hedeflediği satış hacmi gibi pazar performansının gerçekleşmesinde önemli bir rol oynadığı da bilinen bir gerçektir (Çiftçiyıldız, 2010).

Marka İmajı kavramı

Marka imajı, tüketicilerin satın alma tercihlerinin şekillenmesinde rol oynayan bir diğer kritik unsurdur. Markanın tüketicilerinin gözünde değerli olmasına katkısı olan ve markanın anlam kazanmasını sağlayan etkenler marka imajını oluşturmaktadır (Demir, 2006). İnsanların marka hakkında sahip oldukları kişisel düşünceler ve algılar marka imajının tüketicilerin zihninde oluşmasına neden olmaktadır (Keller, 1993). Marka imajının oluşumunda tüketicinin algıları önem kazandığı için markanın sunduğu fırsatların ya da hizmetlerin tüketici tarafından pozitif şekilde algılanması yönünde çaba sarf edilmelidir.

Toplumda yaşayan insanların zihninde olumlu marka imajı oluşumunu etkileyen faktörler arasında markanın sahip olduğu isim-sembol, ambalaj, reklam ve tanıtım faaliyetleri başta olmak üzere birçok etkenin varlığından söz edilebilir (Akkaya, 1999). Marka imajının tüketiciler açısından farklı algılanmasının altında yatan nedenlerden biri de tüketicilerin marka ile aralarında bir bağ kurma isteğidir. Bu sayede markanın tüketiciye ulaştırmak istediği mesajların daha net bir şekilde algı yaratacağı düşünülmektedir (Bakar, 2011). Toplumda

yaşayan insanların marka imajının oluşumuyla ilgili sahip oldukları fikirler kendi yaşamış oldukları deneyimlerden kaynaklanabileceği gibi çevresindeki diğer insanların görüşlerinden de etkilenebilir. Bu nedenle işletmeler marka imajı konusunda kendi hedef müşterilerinin dışında kalan tüm kamuoyunu etkilemek yönünde çaba göstererek olumlu bir marka imajı yaratma gayreti içinde olmaları daha doğru bir uygulama olmaktadır.

Marka Değeri kavramı

Marka değeri ürünlerin müşterilerin beklentilerinin karşılanması ve tüketicilerin ürünlere karşı nasıl hisler beslediğinin belirlenmesi adına önemli bir kavramdır (Kotler ve Armstrong, 2004). Markaların tüketiciye ulaşması sürecinde işletme ve tüketici konumundaki bireylerle iyi ilişkilerin kurulması önemlidir. Bir markanın diğer markalardan ayrılabilmesi ve müşteriler tarafından tercih edilebilmesi adına bu ilişkilerin sağlıklı bir şekilde ilerlemesi gerekmektedir (Perry ve Wisnom, 2004). Tüketicilerin marka hakkında olumlu gözlemlerinin olması ile birlikte ortaya çıkan marka değeri “ürünlere ve markaya” ekstra bir anlam yüklemektedir (Cop ve Bekmezci, 2005).

Marka değerinin oluşumunda bir takım faktörlerin etkisinden söz etmek mümkündür. Marka değerinin ortaya çıkmasında önemli rolü olan kavramlar: “markanın toplum tarafından bilinirliği, müşterinin algılamış olduğu kalite, markanın tüketicide yaptığı çağrışım ve markaya bağlılık” şeklinde sayılabilir (Özgüven, 2010).

Markanın tüketicilerin algıları aracılığıyla diğer markalardan ayırt edilmesi marka bilinirliği olarak ifade edilmektedir. Bir markayı daha önceden tercih etmiş olan bir müşteri marka bilinirliği sayesinde bu markayı diğerlerinden kolaylıkla ayırt edebilmektedir. Marka bilinirliğinin bu özelliği nedeniyle marka imajının daha kolay bir şekilde oluşmasında önemli bir rolünün olduğu da söylenebilir (Yüksel ve Yüksel-Mermod, 2005).

Algılanan kalite kavramı ise markanın tüketiciye ulaşması süreci içerisindeki tüm faktörlerin bir araya gelerek tüketiciler üzerinde bıraktığı etkinin değerlendirilmesidir. Diğer bir ifade ile algılanan kalite müşterilerin markayı tecrübe etmesinin ardından ortaya çıkan hislerinin pozitif etkisidir (Aaker, 2009). Marka değerine sahip olmayı başarmış markaların müşteriler tarafından daha olumlu algılanması beklenebilir, buradan hareketle markanın sahip olduğu imajın da algılanan kaliteye etkisinin olduğundan bahsedilebilir (Şahin, 2007).

Tüketicilerin marka ile ilgili sahip olduğu fikirlerin bütünü marka çağrışımını meydana getirmektedir. Bu nedenle marka değerinin elde edilmesinde marka çağrışımı kilit bir rol oynamaktadır (Tek ve Özgül, 2005). Tüketicilerin düşüncelerinin marka çağrışımını meydana getirdiği düşünüldüğünde markanın müşteriye iletmek istediği mesajların nasıl algılandığı noktası marka çağrışımı açısından çok önemli bir hal almaktadır. Bu noktada markaların tüketicilerin zihninde verilecek olan mesajların daha net algılanabilmesi adına çaba gösterilmesi şarttır (Şahin, 2007).

Markaya duyulan bağlılık ise tüketicilerin tercih ettiği ürünle ilgili olarak “uygun fiyattan, uygun satış koşullarında, satış temsilcisiyle kişisel-dostane ilişki kurulması” gibi unsurların etkisiyle ortaya çıktığı söylenebilir (Şahin, 2007). Buradan hareketle marka bağlılığının ürünlere göre değişkenlik gösterebileceği aşikardır (Yüksel ve Yüksel-Mermod, 2005). Bu nedenle marka bağlılığı yaratmak isteyen bir firma ürün/hizmetlerinin müşteriye ulaşması sürecinde var olan tüm aşamalarda çok dikkatli ve kontrollü bir şekilde hareket etmesi gerekmektedir. Tüketicilerin marka bağlılığı, onların satın alma davranışının sıklıkla tekrarlanmasına neden olan bir durumdur. Ancak marka bağlılığının sadece yinelenen satın alma işlemleriyle açıklanması yeterli olmamaktadır. Bununla birlikte müşterinin değişen pazar-rekabet şartları karşısında dahi markayı tercih etmesi durumunda marka bağlılığından söz edilebilecektir. Ayrıca bir markaya karşı güçlü bağlılık hissi duyan müşterilerin bu markayı çevresindekilere tavsiye etmesi durumunun da söz konusu olması gerekir (Giddens, 2002).

Marka Sadakati

Marka sadakati kavramı, tüketicilerin markaya karşı olan bağlılık düzeyini yansıtan bir kavramdır. Marka sadakatini sağlayabilmek rekabetçi piyasalarda faaliyet gösteren firmaların temel amaçları arasında yer almaktadır. Çünkü markaya sadık olan müşteriler alternatif markaları araştırma-deneme yoluna gitmemekte ve müşterisi oldukları firmanın ürünlerini tercih etmeye uzun vadede devam etme eğiliminde olmaktadır. Bu nedenle marka sadakatini benimseyen müşteriler “satın alma davranışlarında tekrarlı bir şekilde düzenli olarak aynı markayı tercih etmelerinden” ve “kullandıkları markaya karşı olumlu duygu ve düşüncelerini çevresindeki diğer insanlarla paylaşarak onları etkilemeye çalışmalarından” dolayı diğer müşteri profillerinden ayrışmakta oldukları dikkat çekmektedir (Devrani, 2009).

Marka sadakati ile ilgili yapılan çalışmalarda “davranışsal ve tutumsal” yaklaşım olmak üzere iki temel yaklaşımın olduğu görülmektedir. Davranışsal marka sadakatinin belirli zaman aralıklarında gerçekleşen satın alma davranışlarını içerdiği söylenebilir. Bu yaklaşıma göre marka sadakati satın alma işleminin tekrarlanmasına göre ölçülmektedir. Diğer bir ifadeyle davranışsal yaklaşım marka sadakatini satın alma davranışlarının hangi

sıklıkla meydana geldiğine göre değerlendirilmektedir (Sheth vd., 1999). Marka sadakatinde tutumsal yaklaşım ise tüketicide markaya karşı olumlu bir duygunun varlığı ile belirlenmektedir. Bu olumlu duyguların oluşmasında “tatmin, bağlılık ve bütünleşme” gibi tüketicilerin markaya karşı değerlendirmeleri önemli rol oynamaktadır (Demir, 2011). Tüketicilerin bu eğilimlerinin satın alma davranışının gerçekleşmesinde onları motive ettiği söylenebilir. Yani başka bir ifadeyle tutumsal yaklaşım müşterilerin satın alma tercihini etkileyen gerçek nedenlerinin ötesinde (örneğin o ürün/hizmeti sunan alternatif markalara ulaşamaması gibi), müşterilerin tam olarak markayı nasıl görüp-değerlediğiyle ilgili olan tüketicinin saf-gerçek sadakat duygusuna odaklanan bir yaklaşımdır (Gounaris ve Stathapoulos, 2004).

Yöntem

Günümüz küresel ekonomik düzeninde rekabetin artmasıyla birlikte firmaların örgütsel hedeflerini gerçekleştirebilmek adına faaliyet gösterdikleri pazar noktalarında müşteri sadakatini sağlayabilmeleri önemli bir gereklilik olmaya başlamıştır. Bu durum gelişmekte olan ülke pazarlarında çok daha ilgi çekici bir hal almaktadır. Neticede tüketicilerin markaya duydukları güven algısının ve marka sadakati davranışının sağlanabilmesinin firma tarafından maddi kaynaklarla satın alınamayacak bir değer olmasından ötürü pazarlama literatüründe bu konuya gösterilen ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Sektörel bazda bakıldığında güçlü küresel markalar kadar yerel pazarlarda faaliyet gösteren yerli markaların da yer aldığı kişisel bakım ürünleri kategorisinde tüketicilerin marka sadakatiyle ilgili yaklaşımlarının ölçümünün yapılarak literatüre farklı bir bakış açısının sağlanması önemli bir gereklilik olarak belirmektedir. Özellikle 2000’li yıllarla birlikte hane halkı geliri harcamalarının önemli bir payını kişisel bakım ürünlerine yapılan harcamaların oluşturmakta olduğu dikkat çekmektedir (Dinçer, 2014). Bundan dolayı, ticaret hacmi yüksek ve sıklıkla tüketilen ürünlerden oluşan kişisel bakım ürünleri kategorisi kapsamında tüketicilerin marka sadakatiyle ilgili faktörleri nasıl değerlendirdiğinin araştırılması yoluyla bu çalışmanın sektör için önemli bir bilgi kaynağı olması hedeflenmektedir.

Araştırma Yöntemi ve Uygulanması

Bu araştırma, literatürde önceki çalışmalardaki ölçeklerden adapte edilerek oluşturulmuş olan ölçüm sorularıyla (Tursun, 2013; Yıldız, 2006), Türkiye ve İran gibi gelişmekte olan iki farklı ülkedeki örnek kütleden anket yoluyla veri toplanması yoluyla gerçekleştirilmektedir. Kişisel bakım ürünleri kategorisindeki markaları genelde gençlerin tüketme eğiliminde olması ve marka sadakatini oluşturan faktörleri genç bireylerin daha net analiz ederek değerlemeye yatkın olmaları (Şahin, 2007) sebebiyle bu çalışmanın örneklem çerçevesinin genç tüketicilerle kısıtlanmasına karar verilmiştir. Bu doğrultuda Türkiye’yi temsilen İstanbul’daki çeşitli üniversitelerde okuyan (n=83) ve İran’da Tebriz Azad Üniversitesinde eğitim gören (n=79) toplam 162 kişi araştırmanın örneklem kütlesini oluşturmaktadır. Bu amaçla çalışmada kullanılan anket formu hem Türkçe hem de Farsça dillerinde hazırlanarak aşağıda belirtilen araştırma hipotezlerine yanıt aranmaya çalışılmaktadır.

H1a: Marka algısının, “müşterinin marka sadakatinin benimseme boyutu” üzerinde etkisi vardır.

H1b: Memnuniyet hissini, “müşterinin marka sadakatinin benimseme boyutu” üzerinde etkisi vardır.

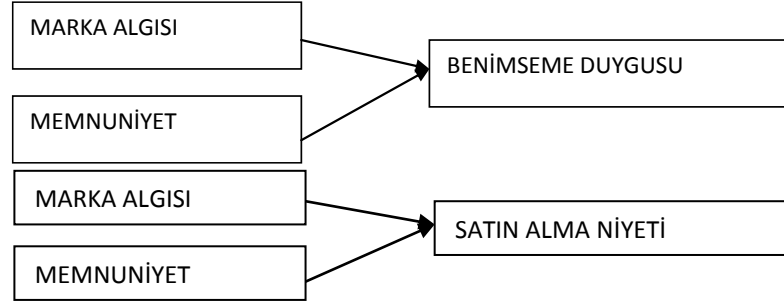
H2a: Marka algısının, “müşterinin marka sadakatinin satın alma niyeti boyutu” üzerinde etkisi vardır.

H2b: Memnuniyet hissini, “müşterinin marka sadakatinin satın alma niyeti boyutu” üzerinde etkisi vardır.

Anket Formunun Geliştirilmesi ve Araştırma Modeli

Araştırmada kullanılan anket formu Türkiye’de konuyla ilgili yapılmış olan önceki çalışmaların içerisinden (Tursun, 2013; Yıldız, 2006) araştırmanın kapsamıyla ilgili olduğu için seçilen 23 adet ölçüm sorusunun bu çalışmaya adapte edilmesiyle geliştirilmiştir. Anket katılımcıları söz konusu soruları 1’den (=Hiç Katılmıyorum) 5’e kadar (=Kesinlikle Katılıyorum) Likert ölçeğine göre yanıtlamışlardır.

Araştırma kapsamında incelenen model; tüketicilerin marka algısı ve memnuniyet hissini marka sadakatinin iki alt boyutu olan markayı benimseme tutumu ile markayı satın alma niyetini gerçekleştirme davranışı faktörleri arasındaki ilişkinin nasıl olduğunun tespit edilmesine yönelik Şekil 2’de görüldüğü gibi tasarlanmıştır.



Şekil 2. Araştırma modelinde incelenen değişkenler

Bulgular

Bu araştırmanın bulguları SPSS istatistik yazılım programından faydalanılarak analiz edilmektedir. Bu doğrultuda önce betimleyici istatistik analizleri yapılarak örnek kütleli oluşturulan yanıtlayıcıların demografik özellikleri ve alışveriş bütçelerinden en çok pay ayırdıkları kişisel bakım ürün tiplerinin neler olduğu tespit edilmektedir. Ardından uygulanan anket çalışmasına verilen yanıtlara dayanılarak araştırma modeliyle ilgili istatistik analiz testleri yapılmaktadır.

Betimleyici İstatistik Sonuçları

Araştırmaya katılan 162 üniversite öğrencisinin %51'ini yani 83 tanesini Türkiye vatandaşı ve geriye kalan 79 gözlemlen oluşun %49'luk kısmını ise İranlı gençler oluşturmaktadır. Tablo 1'de görüldüğü gibi araştırma katılımcılarının %65 civarında büyük bir çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır. Ayrıca genelde kişisel bakım ürünleri denilince ilk akla gelen ürünler olan makyaj malzemesi ve parfüm gibi kadınlara daha çok hitap eden ürünler de benzer şekilde %68 oranında araştırmada değerlendirilmiştir. Bununla birlikte araştırmanın hedef kitlesini üniversite öğrencisi gençler oluşturduğundan yaklaşık %70 oranında katılımcıların 20'li yaşlarında oldukları dikkat çekmektedir.

Tablo 1. Yanıtlayıcıların demografik özellikleri ve kişisel bakım ürün tipi tercihleri

		Türkiye (n=83)		İran (n=79)		TOPLAM (n=162)	
		Frekans (f)	Yüzdelerik (%)	Frekans (f)	Yüzdelerik (%)	Frekans (f)	Yüzdelerik (%)
Cinsiyet	Kadın	45	54,2	60	75,9	105	64,8
	Erkek	38	45,8	19	24,1	57	35,2
Yaş	20'den küçük	4	4,8	1	1,3	5	3,1
	20-29 arası	65	78,3	48	60,8	113	69,7
	30 ve üzeri	14	16,9	30	38,0	44	27,2
Kişisel Bakım Ürünü	Makyaj malzemesi	18	21,7	37	46,8	55	34,0
	Parfüm ve deodorant	27	32,5	28	35,4	55	34,0
	Şampuan	27	32,5	11	13,9	38	23,4
	Tıraş malzemesi	11	13,3	3	3,8	14	8,6

Ölçekle İlgili Analiz Sonuçları

Araştırmada kullanılan ölçüm soruları ve bu sorulara verilen yanıtlarla ilgili ortalama ve standart sapma değerleriyle birlikte normallik değerlendirme kriterleri olan çarpıklık ve basıklık dereceleri Tablo 2'de raporlanmaktadır. Tablo 2'de görüldüğü üzere her bir anket sorusuna verilen yanıtların ortalama değerlerinin 3'ün üzerinde olduğu gözlenmiştir. Bununla birlikte Standart Sapma değerleriyse genelde 1'e yakın sonuç vermiştir. Veri-setinde sorulara verilen yanıtların dağılımıyla ilgili yapılan değerlendirmede çarpıklık (Skewness) değerleri kabul edilebilir seviyeler olan ± 2 değerleri arasında, basıklık (Kurtosis) değerlerinin ise ± 5 gibi kabul edilebilir seviyelerde gerçekleştiği görülmektedir (Ghiselli vd., 1981). Bundan ötürü elde edilen veri setine dayanılarak yapılması planlanan istatistik analizlerin uygulanması için verinin normal dağılımı koşulu sağlanmış olmaktadır.

Tablo 2: Ölçekle ilgili istatistikî değerler

Ölçüm Soruları	Ortalama Değer	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
1.Belirttiğim marka iyi olmasıyla ünlüdür.	4.3148	.85953	,1,727	3,963
2.Belirttiğim marka kaliteli performans göstermesiyle bilinmektedir.	4.3086	.89362	-1,814	4,092
3.Belirttiğim markaya güveniyorum.	4.3827	.80477	-1,458	2,320
4.Belirttiğim markanın müşterilerini aldatmayacağına inanıyorum.	4.0247	.97771	-,777	,138
5.Belirttiğim marka hiçbir zaman beni hayal kırıklığına uğratmaz.	3.9938	1.03658	-,801	-,100
6.Belirttiğim markanın ürettiği ürünler beklentilerimi karşılamaktadır.	4.2901	.77765	-,959	,537
7.Belirttiğim markayı diğer alternatif markalar olmasına rağmen bilinçli olarak tercih etmekteyim.	4.4074	.81565	-1,436	1,965
8.Belirttiğim marka her zaman için benim favori markamdır.	4.0926	1.04439	-1,048	,445
9.Belirttiğim markayı satın almış olmaktan ötürü memnunum.	4.3333	.81141	-1,389	2,545
10.Belirttiğim marka beni gerçekten memnun etmektedir.	4.2469	.89208	-1,358	2,094
11.Belirttiğim markayı almakla doğru bir şey yaptığıma eminim.	4.2593	.87445	-1,435	2,785
12. Belirttiğim markayı her zaman diğer insanlara da öneririm*.	3.0432	1.01142	-1,108	,952
13. Belirttiğim marka diğer insanlara beni yansıttığı için memnunum.	3.9506	1.06790	-,830	,064
14.Belirttiğim markayı gelecekte de satın almaya devam edeceğim.	4.1852	.94061	-1,000	,459
15. Bu marka diğer insanlara beni yansıtıyor*.	3.6173	1.09848	-,360	-,561
16.Belirttiğim marka hakkındaki olumsuz yorumlara inanmam.	3.3333	1.09204	-,087	-,573
17. Belirttiğim markayı diğer markalardan daha fazla ödeme yaparak satın alabilirim*.	3.7778	1.16896	-,668	-,489
18.Başka birileri marka hakkında olumsuz yorum yaparsa savunurum.	3.5000	1.15962	-,387	-,682
19.Yakın çevremizin tavsiyesi belirttiğim markayı tercih etmemde önemli bir etkidir.	3.2469	1.30008	-,246	-1,019
20.Markayla ilgili reklamlar bu markayı tercih etmemde etkili olmaktadır.	3.2778	1.20171	-,160	-,851
21.Belirttiğim markanın rakipleri fiyat indirimi yapsa bile ben yine bu markayı satın almaya devam ederim.	3.9321	1.10968	-,859	-,102
22.Belirttiğim markanın fiyatının pahalı olması benim satın alma kararımı etkilemez.	3.7654	1.11758	-,714	-,203
23.Belirttiğim marka alışveriş yaptığım mağazada yoksa ürünü bulmak için ekstra zaman ve para harcamaya razı olurum.	3.9198	1.12553	-,714	-,497

NOTLAR: n=162. Çarpıklık ve Basıklık için hesaplanan Standart Hata değerleri sırasıyla (,191) ve (,379) çıkmıştır.
*Koyu renkle belirtilen anket soruları ise Keşifsel Faktör Analizi neticesinde veri-setinden çıkarılarak daha sonra yapılan analizlerde kullanılmamıştır.

Ölçekle ilgili temel betimleyici istatistik testleri incelendikten sonra ölçekte ele alınan soruların ilgili değişkenlere nasıl dağıldığını tespit etmek amacıyla SPSS programı vasıtasıyla Keşifsel Faktör Analizi uygulanmaktadır. Tablo 3’de görüldüğü üzere faktör analizinde örneklemin yeterliliğini ispatlamak için yapılan KMO değeri 0,89 olarak bulunmuştur. Bu değer 0,60’tan yüksek olması veri-setine faktör analizi tekniğinin uygulanmasının mümkün olduğunun göstergesi olmaktadır (Büyüköztürk, 2014:126).

Ölçekte yer alan 23 ölçüm sorusuyla yapılan Keşifsel Faktör Analizinde Varimax döndürmesi uygulanarak araştırma modelinde beklendiği gibi öz değeri 1’in üzerinde 4 faktör grubu ortaya çıkmıştır. Ölçüm sorularının faktör yük değerlerine bakıldığında 12. sorunun faktör yüklerinin birden fazla değişken grubuna 0,50’nin üzerinde yüksek değerle yüklenmiş olması nedeniyle analiz dışı bırakılması gerekmektedir. Ardından 15. ve 17. sorularda ise yüklenmelerinin beklendiği ilgili oldukları değişken grubuna faktör yükleri 0,50’nin altında düşük değerle yüklenmiş olması nedeniyle analiz dışı bırakılmasına karar verilmiştir (Büyüköztürk, 2014:126). Bu 3 sorunun çıkarılmasının ardından Tablo 3’de sunulduğu gibi araştırma modelinde incelenen değişkenleri temsil eden 20 soru şu şekilde dağılım göstererek: “Marka Algısı (6 soruyla)”, “Memnuniyet Hissi (7 soruyla)”, “Benimseme Duygusu (4 soruyla)” ve “Satın Alma Sadakati (3 soruyla)” gruplanmıştır.

Daha sonra ilgili değişkenleri temsil eden soru gruplarının içsel tutarlılığını ölçmek için Cronbach Alpha testleri uygulanmıştır. Her bir faktör grubu için Cronbach Alpha katsayısının 0,70’ten büyük olması ölçekte yer alan ölçüm sorularının güvenilirliklerinin yüksek olduğu, ölçülen değişkenler açısından yanıtlayıcıların soruları ayırt ettikleri ve ölçekte yer alan maddelerin ölçek içinde aynı davranışı ölçmeye yönelik maddeler oldukları şeklinde yorumlanabilir (Büyüköztürk, 2014:171). Bu araştırma kapsamında temin edilen veri-setine araştırma modelinin her bir değişkeni için uygulanan Cronbach Alpha katsayıları ve ölçüm sorularının Tablo 3’de raporlandığı gibi yüksek değerler vermesi nedeniyle araştırma modelinin istatistikî olarak geçerlilik kriteri sağlanmış olmaktadır.

Tablo 3: Araştırma modelinin keşifsel faktör analizi ve Cronbach Alpha güvenilirlik analizi sonuçları

Faktör Grupları	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha
MARKA ALGISI			
Belirttiğim marka iyi olmasıyla ünlüdür.	0,77		
Belirttiğim marka kaliteli performans göstermesiyle bilinmektedir.	0,73		
Belirttiğim markaya güveniyorum.	0,80	%19,55	0,87
Belirttiğim markanın müşterilerini aldatmayacağına inanıyorum.	0,70		
Belirttiğim marka hiçbir zaman beni hayal kırıklığına uğratmaz.	0,66		
Belirttiğim markanın ürettiği ürünler beklentilerimi karşılamaktadır.	0,58		
MEMNUNİYET			
Belirttiğim markayı diğer alternatif markalar olmasına rağmen bilinçli olarak tercih etmekteyim.	0,80		
Belirttiğim marka her zaman için benim favori markamdır.	0,66		
Belirttiğim markayı satın almış olmaktan ötürü memnunum.	0,74	%20,32	0,89
Belirttiğim marka beni gerçekten memnun etmektedir.	0,70		
Belirttiğim markayı almakla doğru bir şey yaptığıma eminim.	0,61		
Belirttiğim marka diğer insanlara beni yansıttığı için memnunum.	0,60		
Belirttiğim markayı gelecekte de satın almaya devam edeceğim.	0,65		
BENİMSEME			
Belirttiğim marka hakkındaki olumsuz yorumlara inanmam.	0,61		
Başka birileri marka hakkında olumsuz yorum yaparsa savunurum.	0,61	%12,61	0,72
Yakın çevremın tavsiyesi belirttiğim markayı tercih etmemde önemli bir etkidir.	0,78		
Markayla ilgili reklamlar bu markayı tercih etmemde etkili olmaktadır.	0,74		
SATIN ALMA NİYETİ			
Belirttiğim markanın rakipleri fiyat indirimi yapsa bile ben yine bu markayı satın almaya devam ederim.	0,70		
Belirttiğim markanın fiyatının pahalı olması benim satın alma kararımı etkilemez.	0,83	%12,08	0,80
Belirttiğim marka alışveriş yaptığım mağazada yoksa ürünü bulmak için ekstra zaman ve para harcamaya razı olurum.	0,80		
NOTLAR: KMO and Bartlett's Test = 0,89 ve Açıklanan Toplam Varyans %64,6			

Hipotez Testi Sonuçları

Bu aşamada öncelikle faktör analizi neticesinde gruplanan ölçüm sorularının ortalama değeri alınarak tek bir ölçüm maddesi şeklinde ifade edilen bileşik değişkenler elde edilmiştir. Böylelikle sonraki aşamalarda yapılacak olan istatistik testler olan “korelasyon ve regresyon” analizlerinde kullanılacak olan her bir değişkeni temsil eden tek bir ölçüm maddesi elde edilmiş olmaktadır.

Bu doğrultuda öncelikle, araştırma modelini oluşturan değişkenlerin arasındaki istatistik ilişkiyi belirleyebilmek için korelasyon analizi sonuçlarına bakılmaktadır. Tablo 4’de görüldüğü üzere bu araştırma modelinde incelenen değişkenler arasındaki korelasyon ilişkileri 0,36 ile 0,74 aralığında ($0,36 < |r| < 0,74$), pozitif yönlü ($r > 0$) ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p < 0,01$) bulgusu elde edilmiştir.

Tablo 4: Araştırma modelindeki değişkenler arası korelasyon analizi sonuçları

	Marka Algısı	Memnuniyet Hissi	Benimseme Duygusu	Satın Alma Niyeti
Marka Algısı	1			
Memnuniyet Hissi	0,74**	1		
Benimseme Duygusu	0,49**	0,43**	1	
Satın Alma Niyeti	0,44**	0,49**	0,36**	1

** 0.01 Seviyesinde Anlamlı Korelasyon (çift taraflı).

Her bir değişkenin kendi arasında istatistik olarak anlamlı bir ilişki içinde olduğu tespit edildikten sonra bu çalışmanın ortaya koyduğu hipotezleri test etmek için doğrusal regresyon analizi sonuçlarına bakılmıştır. Araştırma kapsamında ortaya konulan Hipotez 1’de ilk olarak “marka algısı ile memnuniyet hissinin” markayı benimseme duygusu değişkeni üzerindeki etkinin nasıl olduğuna bakılmaktadır. Buna göre “marka algısı ve memnuniyet hissi” değişkenlerinin ikisinin birden markayı benimseme duygusu değişkeninin toplam varyansının

yaklaşık %24,5'ini açıklamakta ($R^2=0,245$) olduğu dikkat çekmektedir. Tablo 5'de sunulduğu üzere bu araştırmada temin edilen veri setine göre bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde ise standardize edilmiş Beta (β) regresyon katsayısına göre, bağımsız değişkenler olan "Marka Algısının $\beta=0,357$ ve Memnuniyet Hissinin $\beta=0,169$ " seviyesinde bağımlı değişken olan Benimseme Duygusu üzerinde etki ettiği görülmektedir. Söz konusu bağımsız değişkenlerin Hipotez 1'in bağımlı değişkeni olan markayı benimseme duygusu üzerine etki eden regresyon katsayı seviyelerinin istatistiki olarak anlamlılığını ölçmek üzere "t-değeri" sonuçları incelenmiştir. Bu sonuçlara göre "marka algısı" faktörünün marka sadakatinin benimseme duygusu üzerinde ($t=3,517$; $p<0,01$) pozitif yönlü ve doğrusal bir etkisi olduğu tespit edilerek, incelenen veri setine göre **H1a** istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Buna karşın "memnuniyet hissini" ise markayı benimseme duygusu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($t=1,663$; $p>0,05$) sonucuna ulaşılarak **H1b** bu çalışma neticesinde istatistiki olarak desteklenmemiştir.

Araştırma modelinin önerdiği Hipotez 2'deyse yine benzer şekilde ($R^2=0,25$) hesaplanarak bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan marka sadakatinin satın alma niyeti davranışının toplam varyansının yaklaşık %25'ini açıklamakta olduğu görülmektedir. Tablo 5'de sunulan standardize edilmiş Beta (β) regresyon katsayıları incelendiğindeyse "Memnuniyet Hissinin $\beta=0,350$ ve Marka Algısının $\beta=0,183$ " seviyesinde tüketicilerin markayı satın alma niyeti üzerinde etki ettiği tespit edilmektedir. Hipotez 2 kapsamında tespit edilen regresyon katsayılarının anlamlılık değerlerini ölçmek için "t-değeri" sonuçları incelendiğindeyse "memnuniyet hissini" tüketicilerin markayı satın alma niyeti üzerinde ($t=3,454$; $p<0,05$) direkt ve pozitif yönlü bir etki gösterdiği, bu nedenle de **H2b** istatistiksel olarak anlamlı bulunarak bu çalışmada desteklendiği ortaya konulmuştur. Buna karşın "marka algısının" ise istatistiki olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($t=1,811$; $p>0,05$) belirlenerek bu çalışma dahilinde **H2a** desteklenememiştir.

Tablo 5: Araştırma modeli hipotezlerinin regresyon analizi sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	β	t-değeri	Anlamlılık (p)
(Hipotez 1) Benimseme Duygusu $R^2=0,245$	(H1a) Marka Algısı	0,357	3,517	0,001**
	(H1b) Memnuniyet Hissi	0,169	1,663	0,098 ^{A.D.}
(Hipotez 2) Satın Alma Niyeti $R^2=0,250$	(H2a) Marka Algısı	0,183	1,811	0,072 ^{A.D.}
	(H2b) Memnuniyet Hissi	0,350	3,454	0,001**

** 0.01 Seviyesinde Anlamlı.
A.D. İstatistiki Olarak Anlamlı Değil.

Sonuçlar

Bu çalışma marka sadakatinin iki temel yapısını oluşturan markayı benimseme duygusu ve satın alma niyetiyle ilgili olarak hangi öncül faktörlerle ne düzeyde ilişkili olduğunu tespit etmek amacıyla yürütülmüştür. Bu doğrultuda temin edilen anket sonuçlarına göre kişisel bakım (özellikle %68 oranında makyaj malzemesi ve parfüm) ürünleri kategorisinde, genç tüketicilerin (%70 oranında 20-29 yaş arası) temsil edildiği örneklem kütlesine dayanılarak araştırmanın sonuçlarına ulaşılmıştır. Buna göre tüketicilerin "markayı algılama" düzeyi marka sadakatinin oluşması adına o markayı benimseme duygusuyla istatistiki olarak anlamlı bir ilişki içerisinde olmaktadır. Yani tüketicilerin markayla ilgili algılarındaki 1 birimlik artış pozitif yönlü olarak marka sadakatinin benimseme duygusunu 0,357 birim düzeyinde doğrusal olarak anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Öte yandan marka sadakatinin satın alma niyeti davranışı üzerindeyse tüketicilerde oluşan memnuniyet duygusunun istatistiki olarak anlamlı bir etki yaptığı görülmektedir. Bu kapsamda memnuniyet duygusundaki 1 birimlik artışın pozitif yönlü olarak satın alma niyetini 0,35 birim düzeyinde anlamlı bir şekilde etkilemesi söz konusu olmaktadır.

Yukarıda bahsedildiği gibi bu araştırmanın ortaya koyduğu sonuçlar Türkiye'de daha önce yapılmış olan Şahin (2007) ve Onur (2011) yapmış oldukları çalışmalarla birlikte değerlendirildiğinde mantıksal olarak desteklenmekte olduğu görülmektedir. Örneğin, Şahin (2007) yapmış olduğu çalışmada; tüketicilerin satın alma kararı verme süreci içerisinde ilk önce kişisel faydayı, sonrasında marka algısının ön plana çıkmakta olduğunu ortaya koymuştur. Bu da marka sadakati oluşumunda tüketicinin markaya yönelik algılarının yanında, elde etmekte olduğu faydadan ötürü memnuniyet hissi yaşamayı gerektiğinin de önemli bir etken olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, müşterinin markayı benimsemesi davranışı içerisinde olmasının marka sadakatinin oluşması adına ön koşul olduğu ifade edilmektedir. Onur (2011) ise araştırmasında bireylerin markaları kendilerini ifade etmek adına tercih etme eğilimi içerisinde olduklarına ve bunun sonucunda da marka sadakati kavramının ortaya çıktığını belirtmiştir. O halde bütün bu çalışmaların ortaya koymuş olduğu

bulgulara dayanılarak marka sadakatinin tüketicinin kendisini ifade etmesi için bir araç olduğu şeklinde bir çıkarım yapılması mümkün olmaktadır.

Öneriler

Gençlerin marka algısı ve marka sadakatinin markaya yönelik tercihleri üzerindeki etkilerinin araştırıldığı bu çalışmada elde edilen sonuçlar marka sadakatinin çok sayıda faktörün etrafında şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu faktörler arasında marka algısını oluşturan boyutlar olan "güven, imaj, değer" ile birlikte müşteri memnuniyeti değişkeninin marka sadakatinin iki boyutu olan tutumsal ve davranışsal yaklaşımlarının üzerine etkileri incelenmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre bireylerin marka tercihi yaparken markayı benimseme düzeyinin önemli bir rolü olduğu belirlenmiş olup bu doğrultuda marka benimseme düzeyinin marka sadakatinin kritik bir boyutu olduğu anlaşılmıştır. Öyle ki tüketicinin markayı benimsemesi, markaya karşı duyulan güvenin bir sonucudur ve markaya karşı güven hisseden tüketiciler o markayı satın alma davranışını tekrarlama eğilimi göstermektedirler.

Satın alma davranışının tekrarlanma sıklığına göre de marka sadakatinden bahsedilmesi mümkün olmaktadır. Başka bir ifadeyle marka sadakatinin markaya duyulan güvene yönelik olarak tekrarlanan satın alma davranışıyla bir etkileşimi söz konusu olmaktadır. Ancak bu ifadeden marka sadakatinin tüketicinin tekrar eden satın alma davranışı ile aynı anlama geldiği sonucu çıkarılmamalıdır. Neticede marka sadakati kavramı, müşteri kitlesinin markayı benimseyerek satın alma davranışının da ötesinde markaya gönülden bağlı olma duygusu içinde olmasını da kapsamaktadır. Öte yandan firmalar açısından müşteri sadakati performansının değerlendirilmesinde satın alma davranışının tekrarlanma sıklığının önemli bir kriter olarak ele alınması nedeniyle, müşterilerde memnuniyet hissini yaratılmasının da mutlaka sağlanmasının gerekli olduğu bu çalışmanın dikkat çekici sonuçlarından birisidir. Sonuçta marka sadakatini oluşturan faktörlerin daha çok markanın sunduklarına yönelik olarak müşterilerin düşüncelerinin ve algılarının etrafında şekillenmekte olduğu görülmektedir.

Ancak yapılan çalışmanın ortaya koymuş olduğu bu çarpıcı tespitlerin yanında, bu çalışma için geliştirilen araştırma modelinin sadece iki bağımsız değişkenden oluşması, bu çalışmanın bulguları yorumlanırken dikkate alınması gereken bir unsur olarak göze çarpmaktadır. Öyle ki araştırma modeli kapsamında marka sadakati üzerinde etkisi olması muhtemel bazı faktörlerin; örneğin tüketicilerin (yeniliklere açık olması- alışkanlıklarına bağlı kalması gibi) kişilik özelliklerinin veya markaların pazarlama faaliyetlerinin başarısının etkileri araştırma kapsamında ele alınmamıştır. İleride yapılacak olan çalışmalarda bu tip faktörlerinde modele eklenerek incelenmesinde fayda olacaktır. Bununla birlikte bu çalışma da veri temin edilen örneklemin üniversite öğrencisi genç kitleyi temsil ettiği demografik olarak ülkelerin genelini temsil edemediğini ve araştırmanın görece az sayıdaki (n=162) bir örneklem kitlesine uygulanmış olduğu araştırmanın bulguları yorumlanırken dikkate alınması gereken bir diğer kısıt olarak dikkat çekmektedir. İleride yapılacak olan çalışmalarda daha geniş bir demografik kitleye ve daha büyük bir örnekleme anket uygulanması daha sağlıklı sonuçların ortaya konulmasına olanak tanıyacaktır.

Son olarak, ileride yapılacak bir başka çalışma kapsamında iki farklı tüketim kültürü ve alışkanlıkları olan Türkiye ve İran pazarındaki tüketicilerin demografik özelliklerinin marka sadakatiyle ilgili faktörlerde nasıl ayrıştıklarının (T-testi analizleriyle) detaylı bir şekilde incelenmesi ilgi çekici bulguların ortaya konulmasına vesile olabilir. Bunun yanında, bu çalışma kapsamında incelenen regresyon modellerinin her iki ülkeden temin edilen örnekleme ayrı ayrı uygulanmasıyla sonuçlar arasında bir farklılık bulunup bulunmadığının tespit edilmesi de ileride yapılacak olan bir diğer çalışma için ilginç bir araştırma sorusu olacaktır.

Kaynakça

- Aaker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Akkaya, E. (1999). Marka imajı bileşenleri: Otomobil sektöründe bir uygulama. *4.Ulusal Pazarlama Kongresinde sunulmuş bildiri*.
- Aysen, E., Yaylı, A. ve Helvacı, E., 2012. Üniversitelerin marka kişiliği algısının belirlenmesi üzerine bir araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4 (4), 182-204.
- Bakar, S. (2011). Marka kavramı üzerine bilgilendirme çalışması. *TC Güney Ege Kalkınma Ajansı İzleme ve Değerlendirme Birimi*.
- Büyükoztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. 19.Baskı. Ankara: Pegem Akademi.
- Cop, R. ve Bekmezci, M. (2005). Marka ve bilinirliği yüksek markalı çamaşır deterjanı üzerine bir uygulama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 66-83.
- Çiftçiyıldız, S. S. (2010). Tüketici ilgisinin marka bağlılığı ve öncelleri arasındaki ilişkiye etkisi: İstanbul ili örneği. *Tüketim ve Tüketici Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 49-69.

- Demir, E. (2006). *Kurumsal marka imajının oluşumunda reklam stratejilerinin etkisi: World Of Wonders Otel işletmelerinde bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Ankara Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Demir, M. Ö. (2011). Risk algısının marka sadakatine etkisi: Cep telefonları kategorisinde bir uygulama. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 11 (2), 267-276.
- Devrani K. T. (2009). Marka sadakati öncüleri: Çalışan kadınların kozmetik ürün tüketimi üzerine bir çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (3), 407-421.
- Dinçer, Ş. (2014). *Unilever kişisel bakım pazarında kampanyalarla fark yaratma peşinde*. Dünya Elektronik Gazete. <http://www.dunya.com/ozel-dosyalar/isim-iletisim/unilever-kisisel-bakim-pazarinda-kampanyalarla-fark-yara-230952h.htm> adresinden 12 Mayıs 2015 tarihinde alınmıştır.
- Erciş, A., Yapraklı, Ş. ve Can, P. (2009). Güçlü ve güçsüz markalarda marka bilgisi, marka ilişkileri ve satın alma davranışları arasındaki farklılıkların incelenmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (1), 157-190.
- Eren, S. S. ve Erge, A. (2012). Marka güveni, marka memnuniyeti ve müşteri değerinin tüketicilerin marka sadakati üzerine etkisi. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 26 (7), 4455-4482.
- Ghiselli, E. E., Campbell, J. P. ve Zedeck, S. (1981). *Measurement Theory for the Behavioral Sciences: Origin & Evolution*. New York: WH Freeman & Company.
- Giddens, N. (2002). Brand loyalty. Ag decision maker. *Iowa State University Extensions*, 5 (54), 1-2.
- Gounaris, S. ve Stathakopoulos, V. (2004). Antecedents and consequences of brand loyalty: An emprical study. *Journal of Brand Management*, 11 (4), 283-306.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57 (1), 1-18.
- Kabadayı, E. T. ve Aygün, İ. (2007). Determinants of brand loyalty and the link between brand loyalty and price tolerance. *Boğaziçi Journal of Economics and Administrative Sciences*, 21 (1-2), 21- 35.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing (10th.Edition)*. New Jersey: Pearson-Prentice Hall.
- Morgan, R. M. ve Hunt, S. D. (1994). The commitment- trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58 (3), 20-38.
- Onur, M. B. (2011). *Marka kişiliği ve marka sadakatini etkileyen faktörlerin ilişkisi ve hazır giyim sektöründe bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özgüven, N. (2010). Marka değeri: Global markaların değerlendirilmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 141-148.
- Perry, A. ve Wisnom, D. (2004). *Markanın DNA'sı*. Çeviren: Z. Yılmaz, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Sheth, J. N., Mittal, B. ve Newman, B. I. (1999). *Customer behavior: Consumer behavior and beyond*. New York: The Dryden Press.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J. ve Sabol, B. (2002). Consumer trust, value and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, 66 (1), 15-37.
- Şahin, Ö. (2007). *Marka sadakatini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve tüketiciler üzerinde bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi: Adana Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tek, Ö. B. ve ÖZGÜL, E. (2005). *Modern Pazarlama İlkeleri*. İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- Tursun, D. (2013). *Farklı kültürde üniversite öğrencilerin global markalı ürünlerdeki marka bağlılığının karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Ankara Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yener, D. (2013). Marka çağrışım unsurlarının marka kişiliği üzerine etkisi. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 3 (1), 89-103.
- Yıldız, O. (2006). *Gençliğin markaya duyduğu güven ve marka sadakatiyle ilişkisinin belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Adana Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yüksel, Ü. ve Yüksel-Mermod, A. (2005). *Marka Yönetimi ve Marka Değerinin Ölçülmesi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

CUMHURİYET DÖNEMİNDE EDİRNE'DE İPEK BÖCEKÇİLİĞİ

Mehtap AĞIRGAN¹

ÖZET

İpek; zenginlik, güzellik, estetik, zarafet, parlaklık, yumuşaklık ve rahatlığın yanında asaleti de çağrıştıran bir kavram olarak her zaman insanların ilgisini çekmiştir. İlk ipek üretiminin M.Ö 2600 yıllarında Çin de yapıldığı ve buradan dünyaya satıldığı bilinmektedir. Çin İmparatoru Hoang-Di ve eşi Hsi-Ling-Shi tarafından bulunan İpek Böcekçiliği'nin M.S. 419 yıllarında Türkistan'ın Hotan Eyaleti'nden İran'a yayılmaya başladığı, oradan da İran ve Bizans ilişkileri nedeniyle M.S. 550 yıllarında İstanbul'a ulaşmış ve Akdeniz üzerinden İspanya, İtalya ve Yunanistan'a yayılmıştır. Türklerde İpek kelimesine XI. Yüzyılda rastlanmaktadır. Türkmenlerde ipek olarak geçen sözcüğün Kıpçak Türklerinde "Yipek" , Orta Asya Türklerinde ise "cipek" olarak adlandırılmaktaydı. Türkiye'de İpek üretimi yaklaşık 1500 yıl önce başlamış olup halen sürdürülmektedir. Edirne de ipek böcekçiliğinin 20.yy başlarında açılan sanat okulları ile başladığı ve ilk üretimin 1913 yılında 1.500.000 kg yaş koza olduğu bilinmektedir.

Anahtar Kelimeler: İpek böceği yetiştiriciliği, Edirne, Osmanlı, Türkiye

SILK WORM BREEDING in EDİRNE

ABSTRACT

Silk has been a concept of attraction which reminds wealth, beauty, grace, glory, softness and comfort besides nobility. The first silk production is known to have been made in China in 2600s B.C. and sold to all over the world from China. The Chinese Emperor Hoang-Di and his wife Hsi-Ling-Shi found out Sericulture. Later, it began spreading to Iran from Hotan, Turkistan in 419 A.D., and then to İstanbul via the relations between Iran and Byzantine in 550s A.D. From there, it reached Spain, Italy and Greece through Mediterranean Sea. The Turks first met the word "ipek" in the XIth century. It was named "cipek" by Middle Asian Turks, "Yipek" by the Kypchak Turks while the Turkmens called it "ipek". Silk worm breeding has continued since the time it started 1500 years ago. It is known that Sericulture started in Edirne in the early 20th century in the art schools and the first production was made in 1913 which was 1.500.000 kg wet cocoon.

Keywords: Silk worm breeding, Edirne, Ottoman, Turkey

¹ Öğr.Gör., Kırklareli Üniversitesi, Lüleburgaz MYO, mehtapagirgan@klu.edu.tr

Giriş

İpek, Doğu Asya ve Akdeniz ülkelerinde yetişen bombyx mori türü ipek böceğinden elde edilen, uzunluğu 3000 m.ye kadar ulaşabilen doğal bir filamenttir. İpek, ipek böceğinin (tırtılın) salgı bezlerinden çıkan zamkla kaplı iki filametten oluşan kozanın işlenip (serisin zamkının sabun çözeltisi, asidik banyo veya enzimlerle uzaklaştırma işlemi), Fibroin maddesinin elde edilmesi ve hidrojen peroksit ile ağartılması, kalay-klorür/sodyum fosfat tuzlarıyla ağırlaştırılması ile elde edilmektedir (Başer, 2002).



Şekil.1. İpek böceği

İpek, tarihte ilk olarak M.Ö 2698 yılında “sarı İmparator” lakaplı Çin İmparatoru Hoang-Di döneminde ipek böceğinin ürettiği kozalardan dokumaya elverişli ilk ipek lifleri keşfedilmiştir (www.kozabirlik.com.tr). İpek, Doğu Çin’den batı yönünde dünyanın en uzun ticaret yolunu (ipek yolu) aşarak kara yoluyla Hindistan’a, oradan Orta Asya ve İran’a, M.Ö 139’da ise Akdeniz bölgesine ulaşmış; doğu yönünde ise M.Ö 200’lerde Kore’ye, buradan da M.S 4.yy da deniz yoluyla Japonya ya dek yayılmıştır (Tez, 2009).

OSMANLI’DA İPEKLİ DOKUMACILIK

Abbasi sarayında ipek üretimi 751 yılında, Çinlilerle yapılan Talas savaşı esirleri olan Çinli zanaatkarlar tarafından yapılmıştır. Selçuklu döneminde ipekliler kiloyla satıldığından, tüccarların onları ağırlaştırmak için kolaladıkları belirtilmektedir. 15. yy ortalarında Bursa ipekçilik merkezi haline gelmiştir. Başlangıçta Bursa’da ipeğin üretilmediği dönemde İran’ın Mazenderan, Şirvan ve Gilan gibi kuzey eyaletlerinde üretilen değerli ham İran ipeği, kervanlar aracılığıyla Tebriz-Tokat üzerinden Bursa’ya getirilmiş ve buradan da Avrupalı tüccarlara satılmıştır. Bursa- Braşov yolu üzerinden Macaristan’a sevk edilen Bursa malları, Doğu ve orta Avrupa’ya pazarlanmaktaydı (Tez, 2009).

Bursa tarihinde ipek ticaretinin merkezi olan ve adını hammaddesinden alan ünlü Koza Han, 1491 yılında Sultan II. Bayezid tarafından yaptırılmış olup burada ve diğer koza hanelerde ipek sağımı yapılmıştır. Osmanlı tekstili o zamanlarda tüm dünyada ün kazanmıştı. Osmanlılarda başlangıçta ipekli kumaşlar Çin ve İran’dan satın alınmaktaydı. Yavuz Sultan Selim dönemine kadar Doğu ülkeleri ile olan ticaret genellikle İranlılar tarafından gerçekleştiriliyordu. Yavuz Sultan Selim İranlı misyonerlerin tüccar kılığına girerek Anadolu da şii propagandası yapmaları üzerine ülkeye girişlerini yasaklamış, kimilerini cezalandırmış, Çaldıran seferine çıkarken (1514) Bursa’ya gelerek burada Doğudan gelip ipek ticareti yapan ne kadar tüccar varsa İstanbul ve Rumeli’ye sürmüştür. Bu durumda ham madde bulamayan yerli ipekli dokumacılar çok zor durumda kalmış ancak on yıl sonra Kanuni Sultan Süleyman’ın doğudan gelen ipeğe konan yasağı kaldırmasıyla sorun çözülmüştür (Tez, 2009).

Bursa ipek dokumacılığı, koza üreteceği 1587 tarihine kadar bütün hammaddesini İran’dan sağlıyordu. Osmanlı tarihçisi Halil İnalcık’a göre 1577-78 de İstanbul’daki ipekli dokuma tezgahlarının üçte biri saray atölyeleri (Karhane-i Amire) olarak saraya aitti. 17. yüzyılda Bursa bölgesinde ham ipek üretilmeye başlandı. 18. Yüzyılda Anadolu ipeklileri İran malından daha üstün tutulmuştur. 19. Yüzyılın ikinci yarısında Bursa kentinde ve çevresinde hem azınlıklar hem de Müslüman nüfus için yeni okullar açıldı. Osmanlıların en önemli tekstil üretim merkezi Bursa ve İstanbul idi diğer önemli yerlerse; Amasya, Bilecik, Edirne, Üsküdar, Denizli, Hamid (Isparta – Burdur yöresi), Aydoz ile Bağdat, Şam, Halep, Sakız adası, Kırım ‘da ki Kefe kentleri sayılabilir. Anadolu ‘da yetiştirilen kozalara Avrupalı dokumacılar fazlaca rağbet edince, 19. yüzyıldan sonra Türkiye, ipek dokuyan bir

ülke olmaktan çıkıp ipek üreten bir ülke durumuna geçmiştir. 1857 – 1862 yılları arasında Bursa 'da ipek böceklerine musallat olan salgın hastalıklar ipek üretiminde büyük düşmelere neden olmuştur. (Tez, 2009)

Edirne'nin fethi ile birlikte bölgenin ağırlığı artarak Osmanlı Başkenti, 1365 yılında Bursa'dan Edirne'ye taşınmıştı. Nüfus yoğunluğunun bölgeye kaydırılması ile birlikte Edirne'deki ekonomik gelişmelerde hızlandı. İstanbul'un fethi sonunda (1365-1453) Başkent'in taşınması bile Edirne'deki ekonomik büyüklüğü etkileyemedi. Bu dönemde Edirne en parlak yıllarını yaşadı. Ancak, 19. yüzyıla geldiğimizde Avrupa'da toprak kaybeden Osmanlı Devleti çöküntüye uğradı. Edirne, 3 defa istila edilirken göçmen akını ile Avrupa-Asya düzleminde çok büyük baskılara ve zorluklara göğüs germek durumunda kaldı (Özey, 2002).

Her şeye rağmen Edirne'de 1881 yılında Hamidiye Ziraat Mektebi ve Numune Çiftliği kuruldu. Okullarda genel olarak ziraat konusu esas alınırken İpekçilik, Arıcılık ve Bağcılık kollarında da eğitim ve öğretim verildi. İpekçilik okullarının kuruluşu Duyûn-ı Umumiye-i Osmaniye idaresince desteklendi. Osmanlı Devleti'nin dış borçlarını kontrol altına alan bu teşkilat, İpek ve Koza Vergisi alırken konu ile ilgili eğitim kurumlarını da destekledi. İlk İpekçilik Okulu'nu Bursa'da açtı. Harir Darüttalimi adını alan bu okul, 1888 tarihinde açılarak 12 öğrenci ile eğitime başladı. Daha sonraları Antalya, Amasya, Beyrut ve Elazığ'da bu okullar hizmete girdi (Kadioğlu, 2005).

20. yy başlarında ve sonlarına doğru Edirne, sanat kollarında ve ticarete çok önemli bir merkezdi. Edirne'de mücellitlik, müzehhiplik, yazıcılık, musikî, müherkenlik ve nakkaşlık sanatları yanında; ipekçilik, saraçlık, hattatlık, lülecilik, kolancılık, havluculuk, sepetçilik, debbağlık, kesecilik, mutfaklık, iğnecilik, üsküfcülük, oymacılık, marangozluk, kutuculuk, oyuncakçılık, çilingirlik, demircilik, kuyumculuk, bakırcılık, kovacılık, sabunculuk, şekercilik, mumculuk, camcılık ve aynacılık dallarında çok yoğun çalışmalar yapıyordu (Peremeci,1940).

CUMHURİYET DÖNEMİ EDİRNE DE İPEK BÖCEĞİ ÜRETİMİ

Edirne, 1877-78 Osmanlı-Rus Savaşı ile başlayan göç dalgasıyla baş etmeye çabalarken 1912-13 yıllarındaki Balkan Harbi ve 25.7.1920 Yunan işgalleri ile de büyük bir karışıklık ve perişanlık dönemine girdi. Her konuda olduğu gibi ekonomi ve el sanatlarında da birçok olumsuzluklar yaşadı. Mudanya (11.10.1922) ve Lozan Antlaşmaları (24.7.1923) ile Türkiye Cumhuriyeti Devleti kontrolüne girdikten sonra ekonomik özgürlüğüne kavuştu. Savaşlar ve işgallerle pek çok değerini kaybeden Edirne, yeni bir hamle ile kalkınmasını başlattı.

Lozan Antlaşması gereğince başlatılan mübadele hizmeti, Edirne'yi yeniden gündemin ilk sıralarına taşıdı. Trakya ve bağlı illerimiz Edirne, Kırklareli, Tekirdağ ve Çanakkale yeni baştan düzenlendi. Cumhuriyet Hükümeti, Trakya illerini idari ve ekonomik açıdan yeniden ele aldı. Türk ve Yunan muhacirleri bölgeye yerleştirilirken insanların bildikleri sanat kolları göz önünde bulundurulup organize edildi. Muhacirlere araç-gereç ve malzeme yardımları yapılarak, onların bir an önce üretici hale dönüşmeleri sağlandı. Örneğin; Tekirdağ-Şarköy Öyüklüce köyünde bulunan İpek böcekçiliği fenni üretim tesisi resmîleştirilip yeniden düzenlenerek bir de uzman tayini yapıldı (Paşaeli Gazetesi, 1923).

Mübadele ile Edirne Bosna köye yerleştirilen muhacirler, kendi aralarında şirket kurarak Edirne Valiliği'ne müracaat ederek İpek Böcekçiliği tohumu aldılar (Paşaeli Gazetesi, 1924 s:101) . Yine Edirne ve kazalarına yerleştirilen muhacirlere 2000 kutu İpek böceği tohumu gönderilmiştir. Edirne Bölgesi genelinde bulunan dut ağacı bahçeleri ile diğer araziler gelen muhacirlere dağıtıldı. Geri kalan dut bahçeleri ile arazilerde halka kiraya verildi.

Tekirdağ'a gemilerle gelen muhacirler Kozacı oldukları için Edirne-Karaağaç'ta bulunan Emvali Metrukelere (Terk edilen evlere) yerleştirilme kararı verildi. Bu bölgede bulunan 67 kita dut ağacı gelen muhacirlere tahsis edildi. Ayrıca, 1000 nüfuslu biberici ve Kozacı muhacir grubu da Kavaklıya (Meriç) yerleştirildi. Kavaklı (Meriç) muhacirlerine 100 kutu İpek böceği tohumu gönderilmiştir. Yunanistan'dan yeni gelen 800 nüfus kozacı ve çiftçi muhacirlere de Kavaklıda (Meriç) oturma izni verildi. Edirne Ziraat Mektebi bünyesinde hizmet verecek İpek böcekçiliği laboratuvarı kurulmasına karar verildi. Uzunköprü İlçesi'nde 1924 yılında üretimi yapılan İpek böceği kozası'nın 120.000 kilo olduğu bildirilmiştir.

İpek Böcekçiliği yapan ve yeteri kadar Dut ağacı bulmakta zorluklar çekenler Vakıflar Müdürlüğü'nce ihaleye çıkarılan Üç Şerefeli Cami Medresesi, Hacı Sefa Mescidi Bahçesi, Fındık Fakih Mescidi Bahçesi ve Sultan Bayezit İmareti Bahçesi'nde bulunan dut ağaçları yapraklarını da kiralamak durumunda kalıyorlardı(Resmî Edirne Gazetesi,1929) . Ahrır Köy muhacirlerinden Şaban Arif Ağa 1929 yılının ilk koza mahsulünü Borsa'ya

getirdi. Bu senenin Koza mahsulündeki verimliliği göz önünde bulunduran Vilayet yetkilileri konuyla ilgili olarak Borsa Komiserliği'ni uyardı.

Uzunköprü Bölgesi'nin Kavaklı (Meriç) Mıntıkası, dut bahçelerinin bolluğu nedeniyle geçmişten bugünlere yoğun olarak İpek Böcekçiliği yaparlardı. Bölge ekonomisi gelirinin büyük bir bölümü İpek Kozası'ndan elde edilmekte olup harplerden önce 300.000 kilo Koza üretildiği bilinen bu yörede son 5-6 yıldır üretimde düşmeler gözlenmiştir. Yıllar itibarıyla; 1926 yılında 65.812, 1927 yılında 62.666, 1928 de 66.363 ve 1929 yılında ise 67.010 kilo koza üretimi yapılabildi. Aslında yetkililer, bölgedeki dut bahçelerinin her sene 6.000 kutu İpek böceğini besleyebileceğini söylüyorlardı. Meriç Nehri boyunca 1930 yılları itibarıyla 15-20 köyde İpek böcekçiliğin de eski üretime ulaşmanın mümkün olduğu bildiriliyordu.

Bu konuda yapılan araştırmaya göre 1930 ve önceki yıllarda halkın İpek böceği tohumu bulmakta çok büyük zorluklar çektiği tespit edilmiştir. O yıllarda tüccardan peşin para ile alınan bir kutu tohum 4-5 lira iken vadeli olarak bu rakamın 8 lirayı bulduğu anlaşılmaktadır. Yetkililerin önlem alması ile üretimin 2-3 katına çıkabileceği söylenmiştir.

Cumhuriyetle bölgeye yeni yerleştirilen mübadil muhacirlerin üretimdeki bilgi eksikliklerinin giderilmesi ve fenni şartlarda bakımın sağlanmasıyla üretimim yükselebileceği belirtilmiştir. Ayrıca, Dut Bahçeleri'ndeki budama usullerinin ele alınması yanında özellikle ağaç kıyımının da önlenmesinin gerektiği vurgulanmaktadır. Yukarıda belirtilen hususlarda gerekli önlemlerin bir an önce alınmasıyla birlikte halkın eline çok büyük miktarda paraların geçebileceği açıklanmıştır (Edirne Postası, 1930).

Uzunköprü Kavaklı mıntıkasındaki üretimin az olması, yeterli ve fenni şartlardan uzak olarak elde edilen tohumlardan olabileceği belirtilmişti. Özellikle Bulgaristan ve Yunanistan'dan ucuza mal edilen rutubetli tohumların verimsiz olduğu açıklanmıştı. Aslında Şarköy'de bulunan merkezden üretilen tohumlardan çok daha randımanlı İpek böceği kozasının elde edilebileceği, hatta Şarköy Koza Üretim Merkezi yetkilisi tarafından yapılan açıklamaya göre Kavaklıya (Meriç) uygun şartlarda 1500-2000 kutu tohumun gönderilebileceği belirtilmişti.

Osmanlı Devleti döneminde Mustafa paşa adıyla anılan bugünkü Bulgaristan'ın Svilengrat kentini 1930 yılında ziyaret eden Edirne Postası muhabiri Latif Lutfi'nin gönderdiği habere göre, bu kentte yaşayan kozacılar İpek böcekçiliği ile ilgili bir kooperatif kurmuşlardır. Geçmişte 80.000-100.000 kilo üretebilen bu kent, 1930 yılında 170.000 kilo üreterek ihracata başlamıştır. Kooperatif Belediye'nin desteğinde bir kurutma fabrikası kurarak üyelerine büyük verimlilik sağlamışlardır. Ayrıca, kooperatif bir de Dut Numune Fidanlığı kurmuştur. Kentte, diğer zirai kollarında da kooperatifler kurmuşlardır.



Şekil 2. İpek böceği rafları

EDİRNE İPEKÇİLİK OKULU

Edirne Ziraat Mektebi'nde Peynir ve İpekçilik kursu açılmasına karar verilmişti. Kursu katılabilmek için 18 yaşını geçmiş okur-yazar olmak şarttı. Sağlıklı olacak kursiyerlerin okula devamı 60 gündü. Okulu bitirenlere Ziraat Nazırlığından verilecek diplomalar Türkiye genelinde geçerli oluyordu. İpekçilik kursunu bitiren talebeler tohumcu olarak görev yapabileceklerdi. Bu iki kursu bitiren talebeler Trakya ve Anadolu genelinde iş bulmakta hiç bir zorluk çekmeyecekleri gibi ekonomiyi de canlandıracaklardı.

İpek Böceği yetiştiriciliği yapan ve 5 yaşına gelmiş 400 dut ağacı olan üreticiler tespit ediliyorlardı. Ziraat Müdürlüğü tarafından belirlenen üreticiler İktisat Nazırlığına bildirilerek ödüllendirileceklerdi (Edirne Resmi Gazete, 1930) . Edirne Borsa Komiserliği'nden yapılan duyuruya göre Koza alımı 1930 yılı Haziran ayının

19. günü İki Kaplı Han'da gerçekleşecekti. 1930 yılı Koza üretimi Borsa tarafından alınmış olup bir hafta sonra alımlar tamamlanacaktı.



Şekil 3. Müftülük binası

İpekçilik Okulu 4.5.1931 günü Selimiye Cami arkasında bulunan Salih Bey Konağı'nda (Bugünkü Müftülük binası) hizmete girdi. Okul Müdürlüğü'ne Halkalı Ziraat Okulu mezunlarından Faik Bey atandı. Her gün bir saat sürecek olan dersler 3 ay devam edecekti (Edirne Postası, 1931). İpekçilik Okul kayıtları 4 Mayıs günü sona eriyordu ve Meslek ve ihtisas sahibi olmak isteyenler basın yolu ile uyarılıyordu.

1931 yılında üretilen kozaların alımları Borsa Komiserliği'nce 21.6.1931 günü İki Kapılı Han'da başladı. Yılın ilk Koza mahsulü Bursa'ya 150 kilo olarak getirildi. Bir önceki yıl 65.000 kilo olarak gerçekleşen Koza üretiminin bu sene düşeceği söyleniyordu. Rekolteadaki düşüklüğün nedeni, geçen sene alınan koza fiyatlarının çok düşük tutulması gösteriliyordu. Bu sene Bursa İpek Fabrikası'nın Edirne'den Koza alabileceği belirtiliyordu. Edirne İpekçilik Okulu eğitim ve öğretim döneminin ilk devresi sona erdi. İkinci devre eğitimin Eylül ayında başlayacağı bildiriliyordu. Yeni mahsul Koza satışları devam ediyordu ve fiyatlar 70-115 kuruş arasında değişiyordu. Tahmin edildiği üzere üretimin geçen yılın yarısından daha az olduğu söyleniyordu. Bursa'dan gelen haberlere göre Milano piyasasındaki fiyatlar halen düşük olarak devam ediyordu, Ancak Edirne'de fiyatlar yükselmeye başlamıştı. Bu seneki Koza üretimi 16.600 kilo olarak gerçekleşti. Bursa'da Koza alışlarında tüccarlarda fiyatları artırarak yeni taleplerde bulundular. Fiyatlar 80-115 kuruş aralığında seyretti. Alınan mahsul Bursa fabrikalarına gönderildi. Piyasada İtalyan Kozaları düşük fiyatlarda alıcı bulurken, yerli Koza'daki fiyat artışları halkımızın arasında memnuniyet yarattı (Edirne Milli Gazete, 1931) . İki Kapılı Han'da sürdürülen 1931 yılı Koza Borsası satışları tamamlandığında piyasa kapandı.

Edirne merkezde hizmet veren İpekçilik Okulu 1932 yılında çalışmalarına başladı. İpek Böceği yetiştirme usulleri hakkında hazırlanan konferanslar Koza Okulu binasında her hafta Pazartesi ve Perşembe günleri saat 15.00 de M. Asım Bey tarafından verilmeye başlandı.

1932 yılı Koza mahsulünden artışlar bekleniyordu. Havaaların yağışlı olması nedeniyle Koza mahsulünde bir gecikme bekleniyordu. Ziraat Müdürlüğü ve Bursa İpek Kooperatifi tarafından uygun şartlarda elde edilen tohumlar üreticilere dağıtıldı. Önceki yıllarda Böcekçilik okuluna az talep olmuşsa da 1932 yılı eğitim ve öğretim döneminde kayıt yaptıran öğrenci sayısı 30 u geçti. Dersler başladı. Koza mahsulü bir hafta içinde yeni Borsa Salonu olan Rüstem Paşa Han'ında başlıyordu. Çok tehlikeli hale gelen İki Kapılı Han Edirne Belediye Başkanlığı tarafından yıkılmaktaydı. Yeni yıl Koza mahsulü 20.6.1932 günü Rüstem Paşa Hanı'na getirildi.



Şekil 4. Rüstem Paşa Hanı

Yeni sezon Koza mahsulünün alımları sona erdiğinde fiyatlar 58 kuruşu geçemedi ve geçen yıl (1931) 17.000 kiloya ulaşabilen Koza ürünü 1932 yılında 60.000 kiloya yaklaştı. Edirne'ye yakın kazalardan, hatta Çatalca'dan Koza geldi. Uzunköprü piyasası o sene 30-40 kuruşa alıcı bulabildi. Edirne İpekçilik Okulu ikinci devre çalışmalarına 1.10.1932 tarihinde başladı.

Koza piyasasının istikrarsız oluşu ve her sene yeni bir zorlukla karşılaşan üreticiler kendi aralarında toplanarak kooperatifleşme çalışmalarına başladılar.(Edirne Postası,1932)

İpek Böceği besleyen üreticilere dağıtılmak ve bedeli 1933 yılı mahsulünde alınmak üzere Borsa aracılığı ile Bursa İpek Fabrikası'ndan tohumlar getirildi(Edirne Postası, 1933). Anlaşmaya göre Bursa'da kutusu 130 kuruşa satılan tohumlar Edirne'de 160 kuruştan alıcı buluyordu. Mayıs ayının yarısına gelmesine rağmen havaların serin ve yağışlı olması nedeniyle İpek Böceği üretimine geçilemedi. Trakya'da en çok üretim yapılan Uzunköprü ve Kavaklıda (Meriç) benzer durumun olabileceği belirtilmekteydi. Yeni mahsul Koza Bursa'ya geldi. Alımlar Rüstem Paşa Hanı'nda yapıldı. Borsa İdaresi halkı korumak gayesiyle Avrupa ve Bursa piyasasında araştırmalarını sürdürdü.

İpek Böcekçiliği Okulu ilk dönem eğitim ve öğretimine başladı. Yeni dönem Koza üretimine geç de olsa başlanmıştı. 1932 yılındaki fiyat düşüklüğü bu seneki mahsulün azalmasına sebep olmuştu. Üretimin azlığı ve talebin fazlalığı nedeniyle fiyatlar yükselmeye başladı. Ayrıca, Bursa İpek fabrikası da Edirne piyasasından alım yapacağını açıkladı. Koza Borsası açıldı. Geçen yılın üretiminin 65.000 kilo olduğundan, bu seneki üretimin ise 35.000 kiloyu geçemeyeceği belirtilmekteydi. Bursa Koza fiyatları her gün Edirne'ye bildiriliyordu. Bursa'da Koza fiyatları 70-112 kuruş aralığında değişiyordu. Her gün sabah 09.30 ile öğleden sonra 14.00 de Rüstem Paşa Hanı'nda açılan Koza satışlarına devam ediliyordu. Edirne'de fiyatlar 75-130 kuruş arasındaki yelpazede sürdürülüyordu. Bursa'ya gelen Koza mahsulü azalmaya başladı. Bazı günler Uzunköprü ve Kavaklı Kozaları da geliyordu. Fiyatlar Bursa piyasasından oluşuyordu, aslında alıcılar Bursa fabrikaları adına hareket ediyorlardı.

Koza Hanı olarak yıllarca hizmet veren İki Kapılı Hanı 1932 yılında yıktıran Edirne Belediye Başkanlığı hakkında mahkeme kararı alındığı ve tarihi eser olarak hizmet veren bina ile ilgili olarak Başbakanlık tarafından işlem başlatıldığı söyleniyordu.(Edirne Milli Gazete,1933)



Şekil 5. İki Kapılı Han

Edirne Belediye Başkanlığı Kirişhane, Karaağaç Yolu ve Edirne Sarayı çevresinde bulunan Dut ağacı tarlalarını ihale ile kiraya veriyordu. Bu yılın Koza mahsulünün bir hafta sonra tamamlanabileceği söyleniyordu. Piyasa Bursa'dan takip ediliyordu. Koza alımları 17.6.1934 pazar günü başladı. Rüstem Paşa Hanı'nda başlayan satışlar Bursa fiyatları göz önüne alınarak değerlendiriliyordu. Geçen yıl 100-110 kuruşa kadar çıkan fiyatlar bu sene çok düşük seyrediyordu. Bu düşüklüğe Milano piyasasındaki alımların neden olduğu belirtiliyordu (Edirne Postası, 1934). Koza mahsulünün bol olması fiyatları düşürdü. Bursa İpek iş firmasının doğrudan alımlara başlamasıyla birlikte fiyatların yükselebileceği söyleniyordu. Umutlarını bu mahsule bağlayarak dut ağacı kiralayıp büyük masraflara girenler piyasadan memnun değillerdi. Bu yılın mahsulünün 50.000 veya 60.000 kilo

olabileceğini söyleyen yetkililer, 35-44 kuruş aralığındaki fiyatla üreticilerin çok zor durumda kalabileceklerini açıkladılar.

Borsa'ya gelen Koza miktarında büyük artışlar oldu. Ancak fiyatlar değişmedi. Yine 30-50 kuruş arasında değişen fiyatların yükselme belirtileri yoktu. Uzunköprü piyasasının daha düşük olması nedeniyle üretici malını Edirne'de değerlendirmeye başladı. Geçen sene 52.000 kilo olan üretim de 1934 yılında 45.000 kiloya geriledi. Üretici bunun nedenini tohum kutularındaki gram noksanlığına ve beslenme sırasında çıkan hastalıklara bağlıyordu. Koza fiyatlarındaki 40-48 ve 53 kuruşluk oynamaların Uzunköprü, Kavaklı, Kırklareli ve hatta İnce den gelen Kozalarla ilgili olduğu söyleniyordu. Koza ürünü konusunda gazetelerde yayınlanan makaleler toplumu yönlendirmede etkili oluyordu. Edirne Mustafa paşa (Bugünkü Bulgaristan-Svilengrat) arasında geçmişte Dut ağaçları bütün araziye kapsıyordu. Doğal olarak bu bölgeden büyük oranlarda İpek Böceği ürünü alınıyordu. Harpler ve işgaller ile bilinçsiz tarımın sonunda dutlukların yok olması koza ürünündeki ekonomik değeri de yok etmişti. Bu konuda halkın birlikte hareket ederek özellikle kooperatifleşmesi gerektiği vurgulanıyordu

Edirne İpekçilik ve Böcekçilik Mektebi, gazete ilanı ile açıklamalarda bulunarak öğrenci aramayı sürdürmekteydi. İlanda, okulun 1935 yılının Nisan ayında açılacağı, öğretimin Sonbahar ve İlkbahar dönemlerinde 2 şer aydan 4 ayda tamamlanacağı, derslerin sabah 07:00 ile 20:15 saatleri arasında yapılacağı, öğrencilik için memur, esnaf, erkek, kadın ve yetişkin çocuklardan oluşacağı, derslerin nazari ve ameli yapılarak aynı günde tatbiki konulacağı vurgulanarak sonunda diploma verileceği açıklanıyordu. Ayrıca, İpek Böcekçiliği konusunda Dut ağacı yetiştirme usullerinden, tohum kutularının açılmalarına, İpek Böceği hastalıklarından yemlemeye varıncaya kadar her konuda detayların işlendiği belirtiliyordu. Kayıtlar için ilkokul mezunu veya okuma-yazma bilenlerin yeterli olacağı, dilekçe ekinde aşı ve sağlık belgesi yanında sabıka kaydı ve 3 fotoğraf bulunmasının yeterli olacağı, müracaatların doğrudan okula veya Kaymakamlık ile Nahiye Müdürlükleri'ne de yapılabileceği belirtiliyordu.(Edirne Postası,1935)

1935 yılı Koza ürünü alımlarına yakında başlanacağı, Piyasanın henüz belli olmadığı, geçen yıldan mal bulunmaması nedeniyle fiyatların yükselebileceği söyleniyordu. Bu seneki üretimin yine düşük olacağı ve geçen yılın yarısı olan 25.000 veya 30.000 kiloya kadar gerileyebileceği açıklandı. Edirne bölgesinin iyi bir mevsim geçirmediği buna karşılık Uzunköprü ve Kavaklı ürünlerinin verimli olduğu belirtiliyordu. Koza satışları 23.6.1935 günü itibariyle başladı. Ürünün az olması nedeniyle fiyatlar yüksek seyrediyordu. Geçen sene 55 kuruşu geçmeyen fiyatlar bu sene 65-75 arasında değişiyordu. Sona doğru fiyatların daha da yükselebileceği söylenirken üretimin yarıya kadar inebileceği söylenmekteydi.

Koza alımlarının hızlanmasıyla birlikte fiyatlarda düştü. Bursa'da 45-72-80 kuruş aralığında seyrederken Edirne'de fiyatlar 52 kuruş olarak sabitlendi. Yapılan inceleme sonunda Borsa dışındaki alıcıların fiyat kırmaları üreticiyi son derecede sıkıntıya soktu. Bu konuda üretici yeniden kooperatifleşmenin şart olduğunu dillendirmeye başladı. Bir süre sonra Koza satışlarında az da olsa bir yükselme olduğu anlaşıyordu. Son hafta fiyatları 45-50-72 kuruş arasında dalgalandı. Bu fiyatlar Bursa piyasası ayarında olup üreticiyi sevindirdi. Uzunköprü ve Kavaklıdan gelen kozalar sayesinde alımlar 40.000 kiloyu aştı. Satışların bir hafta daha devam edeceği söyleniyordu. Bursa İpekçilik Enstitüsü Müdürü Tahir Bey'le İktisat Nazırlığı müşavirlerinden Hüseyin Şükrü Bey Edirne'deki incelemelerini tamamlayarak Uzunköprü, Keşan ve Kavaklı ilçelerine gittiler. (Edirne Postası: 5.7.1935)

TRAKYA UMUM MÜFETTİŞLİĞİ DÖNEMİ

Trakya Umum Müfettişliği (24.4.1934-10.1.1948) döneminde bölgede uygulanmak üzere "Trakya'nın 5 Yıllık Köy Kalkınma Programı" projesi hazırlanmıştı. Bu proje köy veya köyler birliğinde İpek Böceği Koza Boğma Fırını (Mihnak) kurulmasını da öngörüyordu (Trakya'nın 5 yıllık kalkınma programı, 1936).

Uzunköprü de İpek böcekçiliği'nin çok yoğun olması nedeniyle 1936 yılında Trakya Umum Müfettişliği'nce halka kurs açıldı. İlçede açılan kurs 2 aylık bir sürede uygulandı (Trakya'nın 5 yıllık kalkınma programı, 1936). Aynı yıl Edirne'de hizmet veren İpek Böcekçiliği Okulu'ndaki kurs da 1936 Mayıs ayı itibariyle başladı. Kursu bitirenler kendi bölgelerinde ustabaşı olacaklardı (Trakya Dergisi, 1936).

İpek Böcekçiliği'nin harpler sonrasında yaşanan zorluklar nedeniyle olumsuz etkilenmesinin önüne geçebilmek üzere Trakya Umum Müfettişliği yeni önlemler aldı. Eski yıllarda 200 kuruş peşin para veya faizlerle birlikte alınan İpek Böceği tohumunun bir kutusu 500 kuruşu buluyordu. Trakya Umum Müfettişliği Ziraat Bankası vasıtasıyla Bursa'dan Koza tohumu kutularını 85 kuruşa mal ederek, parasını mahsulde ödemek üzere bu işle uğraşan üreticilere dağıtıyordu. Kurum ayrıca, 1936 yılında İpek Kozası Kurutma Fırınları'nı Meriç Nehri boyunca inşa etmeye başladı. Gelecek yıllarda bu fırınların çoğaltacağını da açıklıyorlardı. Yetkililer ziraat

çalışmaları yanında İpek üretiminin de ek bir kazanç sağladığını belirterek halka, uzmanların görüşlerini içeren yazılı ve sözlü çağrılarda bulunuyorlardı.

Trakya Bölgesi genelinde 1935 yılında yaş Koza mahsulünde; Edirne 127. 9, Çanakkale 23. 9, Tekirdağ 22. 7 ve Kırklareli 3. 7 toplam 178. 2 ton elde edildi. Koza ve İpekçilik konusunda Trakya Umum Müfettişliği ile Ziraat Bankası işbirliğinde krediler verilerek hem tohumda hem de makine parkı çalışmalarında halka çok büyük destekler sağlanıyordu (Buç Gazetesi,1936).

Bursa Kozacılık Enstitüsü Müdürü'nün sunduğu rapor gereğince, Koza Fırınları'nın yanında Dut Fidanlıkları da kuruluyordu. Bu yatırımlara destek ve kredileri Ziraat Bankası sağlayacaktı. Ziraat Bankası kredileri ile alınacak Koza tohumları Soğuk Hava Depoları'nda saklanarak tam zamanında köylüye verilecekti. Bu kararların alındığı dönemde Uzunköprü'de 1936 Nisan ayında 50 çocukla başlayan Koza kursu çalışmalarına devam ediliyordu. Kursiyerler 1936 Eylül ayında da tohumculuk kursuna başlayacaklardı. Kurslar için Edirne İpek Böcekçiliği Okulu Uzunköprü'ye taşınacaktı.

Bursa'dan getirilen Koza tohumlarına talip olan köylüler, Trakya Umum Müfettişliği Ziraat Müşavirliği'ne müracaat ederek tohumlarını Ticaret Odası'ndan alacaklardı. Tarım Bakanlığı Orta Anadolu Yaylaları'nda İpek Böcekçiliği'ni teşvik edebilmek için ücretsiz Koza Tohumu dağıtacağını basın yoluyla halka duyuruyordu. Tekirdağ-Şarköy-Eriklice Köyü de kurulu "İpek Böceği Tohum Üretim Evi"nde yetiştirilen tohumlar ücretsiz olarak halka dağıtılıyordu. Burada üretilen 1200 kutu tohumun; 340 tanesi Ankara'ya, 300 Trakya'ya, 150 Bursa'ya, 50 Kütahya, 50 Denizli ve 40 kutu da Osmaniye Vilayeti'ne ve kazalarına tahsis edilerek gönderildi (Ulus Gazetesi, 1936).

Kozacılık Kursu Uzunköprü'de 10.4.1936 Cumartesi günü saat 08.30 da açıldı. Kursu komşu ilçelerden 20 kişi ile içinde kadınlarında bulunduğu Uzunköprü'den de 30 öğrenci katılıyordu. Öğrenciler arasında Biga ve İstanbul'dan gelenler vardı. Koza Tohumu için listeye adını yazdıranlar Trakya Umum Müfettişliği Ziraat Müşavirliği'ne başvurarak tohumlarını alabilecekleri açıklandı.

Trakya Umum Müfettişliği Köy Bürosu, Edirne Böcekçilik ve İpekçilik Mektebi Müdürü Asım Aykurtun "Yeni İpek Böcekçiliği Klavuzu" isimli eseri 1937 yılı Mayıs ayında yayınlandı. Köy Bürosu'nun 45. eseri olarak yayınlanan kitap halkın hizmetine sunuldu (Trakya Dergisi, 1937).

Türkiye Büyük Millet Meclisi Ziraat Komisyonu; İpek Böcekçiliği, İpek Böceği Tohumu yetiştirilmesi, kontrolü ve satılması konusunda bir kanun hazırlamak üzere görüşmelere başladı. Bu kanun gereğince bir İpek Böcekçiliği Enstitüsü kurulacak. Enstitüye bağlı olmak üzere İpek Böcekçiliği istasyonları açılacaktı. Türkiye genelinde hizmet veren İpek Böcekçiliği okulları aynı zamanda İpek Böcekçiliği istasyonlarına dönüşecekti. Enstitü Ziraat Nazırlığına bağlanacak ve ayrıca yeni kurulacak bir dönümlük Dut Bahçeleri'nden 10 yıl vergi alınmayacaktı (Edirne Postası, 1937).

Koza mahsulünün 1937 yılı piyasası 60-70 kuruş arasında alıcı buluyordu. Bu seneki üretimin geçen seneden az olduğu ve 25.000 ile 30.000 kiloyu bulabileceği söyleniyordu. Hafta sonuna kadar Uzunköprü ve çevresinden Borsa'ya 8.000 ile 10.000 kilo kadar kozanın gelmesi bekleniyordu.

İpek Böceği Koza Tohumu, 1938 yılı itibarıyla Edirne Ziraat Müdürlüğü kanalıyla halka dağıtılmak üzere 390 kutu Koza Tohumu temin edildi. Bunlardan 90 kutusu Edirne'ye, 105 kutusu Uzunköprü'ye, 160 kutusu Meriç'e, 25 kutusu Keşan'a ve 10 kutusu da İpsala'ya gönderildi (Edirne Postası,1938). Yeni yıl kozasının Uzunköprü'de satışına başlandı. Edirne merkezde Koza Borsası'nın açılması bekleniyordu. Koza üretimi 24.6.1938 Perşembe günü saat 10.00 da Rüstem Paşa Hanı'nda satışa sunuldu. Bursa piyasasının 55-96 kuruş arasında olması nedeniyle Edirne Borsası da bu fiyata uygun bir politika ile alımlara başladı. Trakya boyutunda satışları devam eden İpek Kozası alımları 40.000-45.000 kiloyu buldu. Geçen yıl 20.000 kiloya ulaşabilen Koza üretiminin bu yıl 50.000-60.000 kiloyu bulabileceği tahmin ediliyordu. Sene sonu Koza satışları 60-70 kuruş arasında dengelendi.

Edirne İpek Böcekçiliği Okulu yeni eğitim ve öğretim dönemine devam ediyordu. Edirne merkezde 4.5.1931 günü hizmete giren okuldan önce Bilecik'te iki ve Şarköy-Eriklice köyünde de yüzlerce öğrenci yetiştiren okullar Trakya halkını bilinçlendirdi. Bu sezon okuldan 10 öğrenci mezun oldu. Okulda Ortaokul ve Lise öğrencileri de kurs görüyordu. Bu senenin okul birincisi Kevser Arı isimli bir kız öğrenci oldu. Bu yılın Koza alımları tamamlandı. Koza üretiminin bu yılki üretim 51.000 kilo oldu. Bursa piyasasına göre alımlarını yapan Edirne Borsa'sında fiyatlar 70-74 kuruş arasında değişiyordu. Meriç İlçesi, Koza üretimi ve pazarlamasında Uzunköprü'ye bağımlı olarak devam ediyordu. Aslında Meriç İlçesi iyi ve kaliteli üretimi ile Trakya Umum Müfettişliği'nin ve Edirne Borsası'nın ilgisini çekmeye başladı. İlgi Koza merkezine Mihnak adı verilen Koza

Kurutma Fırını'nı kurdular. Bu fırın sayesinde Koza Üretimi'nde randımanlı bir artış sağlandı. Ekonomik faydasına inanan halkın bir bölümü, gelecek yıllarda İpek Böcekçiliği üretimine gireceklerini söylüyorlar.

Trakya Bölgesi'nden elde edilen kaliteli ve sağlıklı Koza Tohumu üretimi vilayet tarafından destekleniyor. Her sene yüz binlerce Dut Fidanı halka ücretsiz olarak dağıtılıyor. Bu sene Meriç İlçesi'nde kurulan Mihnak Kurutma Fırınının üretimde büyük desteği olduğu belirtiliyor.

Edirne İpek Böcekçiliği Okulu'nda halkın bilgilendirilmesine ve eğitimine katkı yapmak üzere 26.2.1939 tarihinden bugüne sohbet toplantılarına devam edildi. Sohbetler özellikle tohumlar ve Dutluklar üzerinde yoğunlaşıyordu.(Edirne Postası,1939) Edirne ve Uzunköprü'de bu senede İpek Böcekçiliği kurslarına devam edilebilmesi için ödenekler gönderildi. Bursa ve Beypazarı'ndan getirilen Dut Tohumları halka dağıtıldı. Ziraat Nazırlığı bu senede dağıtılmak üzere 20 kilo elit Dut Tohumu'nu bölgeye gönderdi. (Edirne Postası, 1939)

Devlet Trakya'da İpek Böcekçiliği'ni desteklemek üzere Bursa ve Şarköy-Eriklice köyünden 1100 kutu Koza Tohumu gönderdi. Dutçuluk çalışmaları Çanakkale ilimizde büyük bir gelişme gösterdi. Çanakkale merkezde 300.000 Dut Fıskını üretildi. Bunlardan 20.000 Dut Fıskını Uzunköprü, Meriç ve Karıştıranca gönderildi. İpek Böcekçiliği Okulu 20 kursiyer ile 19. 4. 1939 günü derslere başladı. Edirne İpek Böcekçiliği İstasyonu kendi bölgesinden elde ettiği 180 kutu Koza Tohumu'nu fakir üreticilere ücretsiz olarak dağıtmak için 1.5.1939 tarihine kadar başvuruları bekledi. Bu yılın yeni üretimine hazırlık olması için Edirne merkezde Böcekhaneler çalışmaya başladı. Okul yönetiminin başlatılan çalışmalar üreticilere büyük destekler sağladı. Trakya Bölgesi'nde; Edirne, Meriç, Mürefte ve Uzunköprü mıntıkları Koza üretiminde önde giden ilçelerdir. Bu sene üretilen kozaların alımına 26.6.1939 Pazartesi günü Rüstem Paşa Hanı'ndaki Borsa'da başlandı. Koza piyasasının sonuna doğru üreticiden geçen yılda olduğu gibi 40.000 veya 50.000 kilo kadar Koza alınabildiği belirtildi. Rekoltenin düşük olması havaların yağışlı geçmesine bağlıydı. Bu senede halkın eğitimi ile ilgili olarak basında İpek Böcekçiliği konusunda makaleler ve seri yazılar yayınlanmıştı.

Havaların yağışlı olması nedeniyle 1940 yılı İpek Böcekçiliği üretimine başlanamadı (Edirne Postası, 1940). Kurslardaki öğrenci sayısı 32 kişiyi buldu. Edirne merkezde en çok üretim yapılan Yıldırım, Hacı Sarraf ve Akkızıl semtlerinde fenni İpek Böceği Tohumu Fıskırtma evi açıldı. Bu istasyonlarda açılan tohumlar halka dağıtıldı. İstasyonlardan elde edilen 100 kutu Böcek Tohumu fakirlere ulaştırıldı. Gelecek sene için 1000 kutu İpek Böceği Tohumu üretimi ile ilgili olarak hazırlıklar tamamlandı. Trakya Umum Müfettişi Kazım Dirik istasyonu ziyaret ederek işbaşında bulunan yetkili İlyas Acarkan'dan bilgiler aldı. Trakya Bölgesi içinde son yıllarda 234.894 kilo İpek Böceği Kozası'nın elde edildiği belirtildi.

Havaların yağışlı geçmesi nedeniyle Koza Üretimi'nde kayıplar oldu. Edirne genelinde 35.000 kilo Koza üretildi. Meriç de diğer bölgelere göre daha iyi üretim yapılabilirdi. İpek Böceği yetiştirilmesinde kullanılmak üzere Ziraat Müdürlüğü Edirne'ye 50.000 TL gönderdi.

Her sene olduğu gibi 1941 yılında da Ziraat Müdürlüğü üreticiye Koza Tohumu dağıtımını tamamladı. Geçen yılın koza üretimi Edirne'de 18.000 kilo olarak gerçekleşti. Bu seneki üretimin daha az olacağı söyleniyordu (Edirne postası, 1941). Bursa Koza piyasası 250 kuruş üzerinden işlem gördü. Edirne alımları da yakında başlayacak. Yetkililerden alınan bilgiye göre üretimin düşük gerçekleşmesi belirtilirken, buna karşılık kalitenin yüksek olacağı söyleniyordu. Geçmiş yıllara göre üretimin düşük olmasına rağmen fiyatların 3 e katlanması halkı sevindirdi. Ancak, piyasada alıcı durumda bulunan 4 tüccarın baltalaması ile 150 kuruştan başlayan fiyatlar zamanla düşerek 110 kuruş ve daha sonrada 80 kuruşa kadar geriledi. Kooperatifin satışa müdahalesi üzerine fiyatlar yeniden 167 kuruşa yükseldi. Kooperatifleşmenin doğrudan etkili olduğu anlaşıyordu. Trakya'da 6.000-7.000 kutu tohum açılmakta ve 18.000 kilosu Edirne'de olmak üzere toplam 250.000-300.000 kilo Koza üretiminin yapıldığı bildirilmektedir. Edirne'den sonra Uzunköprü ve Meriç kazalarından önemli miktarda üretim elde edilmiştir. Bu oranlara Bursa'da eklenince Türkiye genelinin % 10 u ve Trakya Bölgesi'nin ise % 70 olduğu görülmektedir. Geçmişte Dut Bahçelerinin Mustafa paşa, Dimetoka ve Sofulu'ya kadar uzandığını göz önüne alırsak üretimin büyüklüğü kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Günümüzde Halkın ziyaretine açılan Yunanistan Sofulu kasabası İpek Böcekçiliği Müzesi de bu söylemin en büyük kanıtı sayılmaktadır. Bursa'da 240-250 kuruş arasında alıcı bulan Koza üretimi halkı memnun ettiği gibi gelecek sene için de teşvik edeceğe benziyordu. Bu sene istikrarlı bir satış çizgisi sergileyen Koza alımları halkın memnuniyetiyle sona erdi.

EDİRNE İPEKBÖCEKÇİLİĞİ İSTASYONU

Trakya'da ortalama 150.000 kiloyu bulan Koza üretiminin yükseltilebilmesi için, Cumhuriyet Hükümeti tarafından yeni bir proje üzerinde çalışılmaktaydı. Edirne İpekböcekçiliği İstasyonu tarafından hazırlanan bir raporun bölgemizde değerlendirilmesi ile ilgili olarak Ziraat Vekili Muhlis Erkmn incelemelerde bulundu. Her

sene Edirne Koza üreticisine ücretsiz olarak dağıtılan 1.000 kutu Koza Tohumu dışında yeni Dut Bahçeleri'nin kurulması da kararlaştırıldı. Saraçhane Bölgesi'nden 120 dönümlük bir arazinin kamulaştırılması yapıldı. Bu arazide yaklaşık 300.000 Dut Fidanı yetiştirip ücretsiz olarak halkın hizmetine sunulacağı açıklandı. Ayrıca, Edirne İpekböcekçiliği İstasyonunun da kiracılıktan kurtarılıp yeni bir bina satın alınması öngörüldü.

Edirne İpekböcekçiliği İstasyonu tarafından, 20.4.1942 günü "Edirne İpekböcekçiliği ve Tohumculuğu" adıyla yeni bir kursun açılmasına karar verildi. Kısa bir zaman diliminde kursa yazılanların sayısı da 1.000 geçti. Kurs 3 ay sürdü. Ayrıca, Edirne Halkevi ile istasyon yetkililerinin işbirliğinde Havsa mıntıkasında 9.4.1942 günü yapılan Ağaç Bayramı töreninde ağaçların hepsi özellikle Dut Ağaçları'ndan dikildi. Böylece bu ağaçların yakın zamanda Havsa halkına İpek Böcekçiliği konusunda teşvik vererek destek sağlayacağı söyleniyordu.(Edirne postası,1942) Yaş İpek Kozası 1942 yılı piyasası yetkililerin açıklamalarına göre, Bursa'da ve Filatör (Dikiş) Fabrikaları'nda 175 kuruş üzerinden işlem görürken kilo başına 25 kuruşta teşvik primi verileceği söylendi. Ayrıca, yaş Koza Kooperatifleri Birlikleri'nce veya Filatör Fabrikaları'nca alınabileceği, başkalarına alım izni veya saklama yetkisi verilmeyeceği özellikle açıklandı. İpek Böceği Yetiştiricilerini uyarabilmek için o günlerin basın kurumları da birinci sayfadan açıklamalar yapıyorlardı. Örneğin; Edirne Postası Gazetesi'nin 14.5.1942 sayılı nüshasının birinci sayfasında "Böcekçi" başlığı ile iyi mahsul alabilmek için nelerin yapılması gerektiği maddeler halinde açıklanıyordu. Açıklamada; İpek Böceği beslenecek odanın çok iyi süpürülmesinden ve silinmesinden sonra, mutlaka kükürt veya nemli samanın yakılarak dumanı ile mikroplardan arındırılması öneriliyordu. Daha sonra tütsü yapılan alanın iyice havalandırılmasının yapılması gerektiği özellikle belirtiliyordu. Besleme usulleri ve temizlik konuları yanında böceklerin uykuları konusunda da uyarılar yapılıyordu. Böcekhaneyi fareden ve karıncadan koruyup ayrıca içerde sigara içilmemesi gerektiği konusu vurgulanıyordu. Böcek ölüsünün görülmesi halinde hemen harekete geçilerek onların temizlenip yakılması ve ölü böceklerin yerlerinin temizlenip yeniden tütsü yapılmasının da şart olduğu belirtiliyordu. Böcek askılarının önceden havlu ile silinerek gölgede kurutulması gerekiyor. Yaş askı kesinlikle kullanılamazdı. Askı sonrası kozaları elden geçirip hastalıklı, çürük, kaba, lekeli ve erkek kozaları ayırıp ondan sonra kozaları hemen satışa sunmak gerekiyordu, yoksa kozaların kilo kaybedecekleri açıklanıyordu.

Sezonun iyi ve verimli geçmesi nedeniyle kaliteli Koza mahsulü Borsa'ya geldi. Yaş Koza 1942 yılı fiyatları 146-196 kuruş aralığında idi. Keşan, Uzunköprü ve Meriç piyasası da açıldı. Halk kalite ve fiyatlardan memnundu. Bu yılın Koza üretimi ve satışları sona eriyordu. Genelde halk verimin ve fiyatların iyi olduğunu belirtirken, yetkililerde bu seneki ürünün 25.000 kiloyu bulabileceğini açıkladılar.

1943 yılı Yaş Koza piyasası hazırlıkları tamamlanıyordu. Bursa ve Mürefte'den koza tohumları geldi. Geçen yılki üretimin kaliteli ve iyi sonuçlanması halkımızı teşvik edeceğe benziyordu (Edirne postası, 1943). İpek Böcekçiliği kursu 20.4.1943 tarihinde başladı. Kursu katılmak isteyenler İpek Böcekçiliği İstasyonu'na müracaat etmeleri gerektiği belirtiliyordu. Yeni yıl ürünü Borsa'ya geldi. İlk Yaş Koza'yı getiren üretici ödüllendirildi. Bursa'da 150-160 kuruş arasında değişen fiyatların sona doğru ipekçilik şirketinin piyasaya girmesiyle birlikte 291-412 kuruş arasında yükseldiği belirtiliyordu.

Yeni yıl İpek Böcekçiliği sezonu hazırlıkları başladı. 1944 yılı Koza Tohumu temini için Bursa ve Mürefte ile temasa geçildi. Ayrıca, Ziraat Müdürlüğü de bir miktar Koza Tohumu temin ederek bedelinin yeni ürün döneminde alınmak üzere halka dağıtacağını açıkladı. Geçen yılın sonunda yükselen fiyatlar nedeniyle halkın İpek Böceği besleme konusunda çok istekli ve hevesli olduğu söyleniyordu (Edirne postası, 1944). Bu yıl havaların serin gitmesine rağmen son günlerde başlayan lodos, Dut Ağaçları'nda çatlamalara neden oldu. Bu durumda İpek Böceği mevsimine yakında girileceğinin işareti veriliyordu. İpek Böceği koza tohumu dağıtımına başlandı. Fakir halka 700 kutu tohum bedelsiz olarak dağıtıldı. Bu seneki ağaç dikim mevsiminde İpek Böceği İstasyonu tarafından, arazi sahiplerine 5516 aşılı ve 8726 aşısız ki toplam 14.242 Dut Fidanı'nı bedelsiz olarak halka teslim edildi. Bu yılın ilk Koza ürünü 26.6.1944 pazartesi günü borsaya geldi. Fiyatlar Bursa'ya dönük olarak 400-450 kuruş arasında değişiyordu. Uzunköprü borsası da alımlara başladı. İlk Koza ürünü getiren Enez-Küçük evren köyü üreticisine ödül alımlarla birlikte verildi.

Bursa'da alımlar Bursa Koza Kooperatifi ile bir tüccarın gayreti ile sürdürülüyordu. Geçen yıl ki üretimin de 32.000 kilo olduğu açıklandı. Edirne'de 250-325 kuruş arasında değişen fiyatlar, Uzunköprü'de 30 kuruş daha fazlasıyla devam ediyordu. Bugünlere gelinceye kadar yaklaşık 15.000 kilo yaş koza alımı yapıldı. Son günlerde Borsa'ya gelen Koza miktara azalmaya başladı. Alınan Koza miktarı 25.000 kiloyu buldu. Borsa'ya yeni bir kaç tüccar daha gelerek alımlara başlayınca rekabetin etkisiyle fiyatlar yükselerek 250-478 kuruş aralığında kalarak üreticiyi sevindirdi. Koza satışları sona erdi. Alınan yaş koza üretimi 27.000 kiloyu buldu. Uzunköprü piyasası alımlarına devam etti. Özellikle yaş Koza ürünü Meriç mıntıkasından geliyordu. Uzunköprü'de fiyatlar 400-450 kuruş arasında değişiyordu. Edirne İpekböcekçiliği Okulu'nda yapılacak onarım işleriyle ilgili olarak

Nafia Müdürlüğü'nce bir ilan verildi. Edirne İpekböcekçiliği İstasyonu gelecek sene için 2.500 kutu Koza Tohumu için çalışmalarını başlattı. Tohumlar üzerindeki mikroskobik incelemeler yapıldı. Edirne'de hazırlanan tohumlar Türkiye genelinde üreticilere dağıtılıyordu.

Edirne İpek Böcekçiliği piyasasının gelişmesini engelleyen sebeplerden birisi de, Koza alımlarında az tüccarın bulunması gösteriliyordu. Her gün Bursa piyasasındaki fiyatları takip eden halk, Edirne'deki tüccarların yarı fiyatına alım yapmaları kendilerini tedirgin ediyordu. İpek Böceği İstasyonu yeni önlemlere başvurarak, kendi binasının bahçesinde Koza Kurutma Fırını kurabilmek için hazırlıklara başladı. Böylece üretici yaş kozasını kurutarak tekrar kendi evinde depolayıp piyasadaki istediği fiyatı bulunca satarak malını değerlendirebilecekti. Edirne İpekböcekçiliği İstasyonu yeni damızlık kozaların mikroskobik muayenelerini tamamlattı ve bu konuda İnce'den Mehmet Dinçsoy ile Çamlıca'dan Ali Kırkkavak'ın damızlık çalışmaları ödüllendirildi. Böylece İnce ile Kırkkavak üreticilerinin rekabeti, en iyi damızlık tohumunun üretilmesinde çok büyük katkılar sağlamış oluyordu. Koza istasyonu isteyenlere ücretsiz Dut Fidanı dağıtımına yakında başlayacağını açıkladı.

Sonuç

Cumhuriyetin ilanından sonra ipek böceği üretimi hızlı bir gelişme göstermiştir. Özellikle Trakya'da ortalama yıllık 150.000 kiloyu bulan Koza üretiminin daha iyi seviyelerde olabilmesi için çeşitli üretici teşvikleri sağlanmıştır. Bu makale Osmanlı döneminden 1945 yılına kadar Edirne'de ve Trakya bölgesinde ipek böceği üreticiliği ile ilgili yapılan çeşitli faaliyetler hakkında bilgi vermiştir.

Kaynakça

- Başer İ., "Elyaf Bilgisi" 2002, İstanbul
Buç Gazetesi: 27.11.1935
Buç Gazetesi: 4.1.1936
Buç Gazetesi: 2.2.1936
Edirne Postası: 13.1.1930
Edirne Postası: 18.4.1930
Edirne Postası: 11.7.1930
Edirne Postası: 16.4.1931
Edirne Postası: 23.4.1931
Edirne Postası: 6.7.1931
Edirne Postası: 31.3.1932
Edirne Postası: 19.5.1932
Edirne Postası: 9.6.1932
Edirne Postası: 22.6.1932
Edirne Postası: 13.3.1933
Edirne Postası: 15.4.1933
Edirne Postası: 16.5.1933
Edirne Postası: 24.6.1933
Edirne Postası: 20.7.1933
Edirne Postası: 19.4.1934
Edirne Postası: 7.6.1934
Edirne Postası: 25.6.1935
Edirne Postası: 5.7.1935
Edirne Postası: 5.5.1937
Edirne Postası: 30.6.1937
Edirne Postası: 26.3.1938
Edirne Postası: 22.6.1938
Edirne Postası: 28.2.1939
Edirne Postası: 25.5.1940
Edirne Postası: 28.5.1941
Edirne Postası: 16.4.1942
Edirne Postası: 14.5.1942
Edirne Postası: 24.3.1943
Edirne Postası: 14.3.1944
Edirne Resmi Gazete: 27.4.1930
Edirne Milli Gazete: 10.7.1931

Edirne Milli Gazete: 17.7.1933

Kadioğlu, S., Osmanlı Döneminde Türkiye'de Ziraat Okulları Üzerine Notlar, *Kutad Gubilig*, 2005/10. Sayı: 8

Özey, R., 19. Asırda Edirne Vilayet Coğrafyası, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 2002/7.Sayı: 6

Paşaeli Gazetesi: 3.6.1923. Sayı: 27

Paşaeli Gazetesi: 27.2.1924. Sayı: 101

Peremeci, O. N., Edirne Tarihi, İstanbul 1940, *Resimli Ay Matbaası*, S: 316

Tez, Z., *Tekstil ve Giyim Kuşamın Kültürel Tarihi*, İstanbul, 05.06.2009, Doruk Yayınları

Trakya Dergisi: 1936/8. S: 1. Sayfa: 32

Trakya Dergisi: 1936/8. S: 1. Sayfa: 8

Trakya Dergisi: 1936/11. S: 4. Sayfa: 33

Trakya Dergisi: 1937/5. S: 10. Sayfa: 34

Trakya'nın 5 Yıllık Köy Kalkınma Programı, İstanbul 1936, Devlet Basımevi, S: 30

Ulus Gazetesi: 9.4.1936

www.kozabirlik.com.tr(17.03.2013)

KALECİK MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN BAŞARI DÜZEYLERİNİN BAZI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Fatma AŞILIOĞLU¹, Rukiye Duygu ÇAY², Pınar ŞANLIBABA³

ÖZET

Bu çalışmada meslek yüksekokulu (MYO) öğrencilerinin çeşitli değişkenler ile başarı düzeyi bileşenleri arasındaki ilişki ve başarı düzeyini etkileyen etmenler analiz edilmiştir. Değişkenler program, yaş, cinsiyet, yerleştirilme şekli, giriş yılı, mezuniyet yılı, yıllara göre önlisans/lisans programı sayısıdır. Başarı düzeyi bileşenleri ise akademik başarı not ortalaması, öğrenim süresi ve ders tekrarıdır. 2002-2014 yılları arasında Ankara Üniversitesi Kalecik MYO'daki Bahçe Tarımı, Peyzaj ve Süs Bitkileri, Gıda Teknolojisi ve Şarap Üretim Teknolojisi programlarından mezun olmuş 1034 öğrenciye ait veriler, SPSS programında çapraz tablolar, ki-kare analizi, T testi ve F testi teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Farklı programlarda okuyan öğrenciler arasında not ortalaması bakımından anlamlı farklılıklar bulunmazken, öğrenim süreleri ve ders tekrarı bakımından farklılıklar tespit edilmiştir. Erkek öğrencilere göre kız öğrencilerin not ortalamaları yüksek, öğrenim süreleri kısadır. MYO'ya sınavla gelen öğrencilerin sınavsız geçiş yapanlardan daha başarılı olduğu görülmektedir. Giriş yıllarına göre not ortalamasına bakıldığında 2005 yılından itibaren bir düşüş söz konusudur. En kısa öğrenim süresi 2002, en uzun öğrenim süresi ise 2011 yılı mezunlarına aittir. Başarıyı artırmak için istekli ve başarılı öğrencilerin MYO'ları tercih etmelerinin sağlanması, sınavsız geçişin kaldırılması veya yeniden düzenlenmesi, okulların yeterli altyapıya kavuşturulması, okul-sektör işbirliğinin oluşturulması, öğretim elemanları ve teknik personelin nitelik ve nicelik bakımından yeterli hale getirilmesi gibi önlemlerin alınması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Meslek Yüksekokulu, Öğrenci, Başarı Düzeyi, SPSS

INVESTIGATION OF ACHIEVEMENT LEVELS OF KALECİK VOCATIONAL SCHOOL'S STUDENTS IN TERMS OF SOME VARIATIONS

ABSTRACT

In this study, the relationship between the various variables and achievement levels of the components of the vocational school students and effects of the factors on the level of success were analyzed. Variables were listed as program, age, gender, placement type, entrance year, graduation year, and the total number of undergraduate/graduate program numbers according to year. The success level of academic achievement, learning time and lesson repeat were achievements level components. Data belongs to 1034 students that graduated between 2002-2014 from Ankara University Kalecik Vocational School Horticulture, Landscape and Ornamental Plants, Food Technology and Wine Production Technology programs was assessed using cross tables, chi-square analysis, T test and F test analysis techniques with SPSS. Although it was not observed significant differences in terms of grade point average between students in different programs, it was determined some differences in point of learning time and lesson repeat. Female students compared to male students had high grade point average and short learning time. It was observed that students passed the exam compared to students without university exam were more successful. Academic grade average was decrease from 2005 according to the entry. While it was the shortest period of study in 2002, the longest period of study was 2011. It was required to take measures such as willing and successful students ensuring the preferred vocational school to improve achievement, removing the direct pass or rearrangement, attaining adequate infrastructure of schools, creation of school-industry cooperation, making sufficient in terms of quality and quantity for technical staff and lecturer.

Keywords: Vocational school, Student, Level of success, SPSS

¹Dr. Öğr. Gör., Ankara Üniversitesi Kalecik Meslek Yüksekokulu, fatma.asilioglu@ankara.edu.tr

²Yrd. Doç. Dr., Trakya Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, rduygu@trakya.edu.tr

³Doç. Dr., Ankara Üniversitesi Mühendislik Fakültesi, pınar.sanlibaba@ankara.edu.tr

Giriş

Mesleki eğitim kavramı, gerek tanımı gerekse amacı açısından akla ilk olarak meslek yüksekokullarını (MYO) getirir. MYO'lar Türkiye'de yükseköğrenimin içerisinde ön lisans programları olarak adlandırılan, asgari iki yıllık eğitim ve öğretim sürecini kapsayan, temel amacı sanayi, ticaret ve hizmet ana sektörlerine nitelikli ara elemanı yetiştirmek olan yükseköğretim kurumlarıdır. Bu nedenle de mesleki eğitim ve MYO'lar günümüzde tüm sektörler için yaşamsal bir öneme sahiptir (Kuşat, 2014). MYO 2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanunu'nun Tanımlar başlıklı 3. maddesinin (i) bendinde; "Belirli mesleklere yönelik ara insan gücü yetiştirmeyi amaçlayan dört yarıyılık eğitim-öğretim sürdüren bir yükseköğretim kurumudur" şeklinde tanımlanmaktadır (Keskin vd., 2010). Mesleki eğitimin amacı; bireylere bir meslek için gerekli olan teorik bilgilerin yanında uygulamalı olarak eğitim vermek ve böylece bireyin gerekli mesleki beceri, tutum ve alışkanlıkları kazanmasını sağlamaktır (Vural, 2013). Günümüzde tüm dünyada yaşanmakta olan küresel rekabette ülkemiz açısından sıklıkla dile getirilen sorunlardan birisi de mesleki alanda iyi eğitilmiş, kalifiye işgücü ihtiyacıdır (Kılıç vd., 2014).

Tüm yükseköğretim birimlerinde olduğu gibi MYO'larda da eğitim kalitesi ve öğrenci başarısı düzeyi çeşitli değişkenlere bağlı olarak değişmektedir. Çolakoğlu'na (2002) göre fiziki alt yapı ve insan gücü eksikliklerinin devam etmesi eğitimin bütün kademelerinde kaliteyi olumsuz etkilemektedir. Bunun yanı sıra 4702 sayılı sınavsız geçiş yasası uyarınca, mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarından MYO'lara 2002-2003 eğitim-öğretim yılından itibaren sınavsız geçiş sistemi ile öğrenci alımına başlanmıştır (Henden, 2006). Sınavsız geçiş uygulamasının amaçlarına bakıldığında orta öğretim ve yükseköğretimin mevcut fiziki olanaklarının ve öğretmen, öğretim elemanı kaynaklarının ortak kullanılmasıyla ek kapasiteler yaratmak, mesleki ve teknik eğitimin devamlılığını sağlamak, çağın gerektirdiği nitelikte ve sayıda ara veya teknik eleman yetiştirmek ve lisans eğitimi üzerindeki talebi azaltmak öne çıkmaktadır (Başaran vd. 2010). Sınavsız geçiş uygulaması, MYO'ların kuruluş yerleri ve şartlarının olumsuzluğu başta olmak üzere teknolojik araç gereç ve donanım eksikliği, laboratuvar eksikliği, kütüphane ve okuma salonları yetersizliği, sosyal aktivite (yemek, kantin, spor, sağlık, rehberlik, barınma vb.) yoksunluğu bu okulların eğitim kalitesini etkileyen diğer faktörlerdir. Uyum, barınma, arkadaş çevresi, ekonomik şartlar, ilk ve ortaöğretim yıllarında kazanılan alışkanlıklar, aile desteği, okudukları MYO'larda görev yapan akademik personelin tutumları gibi birçok çevresel faktör de öğrenci başarısını etkilemektedir (Şeker vd., 2004). Bununla birlikte ülke genelinde lisans programı sayılarındaki önemli artış, önlisans programlarına gelen öğrenci profilini olumsuz yönde etkilemiştir. Öğrencilerde mezun olduktan sonra iş bulamama ve eğitimi aldığı mesleği yapamama kaygısı başarı düzeyini düşürmektedir.

Çalışmanın yürütüldüğü Ankara Üniversitesi Kalecik MYO'da Bahçe Tarımı, Peyzaj ve Süs Bitkileri, Gıda Teknolojisi ve Şarap Üretim Teknolojisi olmak üzere dört program yer almaktadır. Bu dört programdan 2002-2014 yılları arasında toplam 1034 öğrenci mezun olmuştur. Program, yaş, cinsiyet, yerleştirilme şekli, giriş ve mezuniyet yılı gibi okul kayıtlarından elde edilen veri ile yıllara göre ülke genelindeki yükseköğretim birimi sayısı somut değişkenler olarak ele alınmıştır. Başarı düzeyi ise akademik başarı not ortalaması, öğrenim süresi ve ders tekrarı olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır. Değişkenler ile başarı düzeyi bileşenleri arasındaki ilişki SPSS programında yapılan çeşitli analizler sonucu ortaya konulmuş ve istatistikî bulgular elde edilmiştir. Lise eğitimi ve alışkanlıkları, sınavsız geçiş, önlisans ve lisans program sayılarındaki artış, istihdam konusundaki umutsuzluk, önlisans eğitimi önemsiz bulma ve okullardaki altyapı yetersizliği gibi etmenlerin başarı düzeyine etkileri ise deneyim, gözlem ve daha önce yapılmış olan çalışmalara bağlı olarak elde edilen ampirik bulgulardır.

Materyal ve Yöntem

Çalışmanın ana materyalini Kalecik MYO'da 2002-2014 yılları arasındaki öğrenci kayıtları, öğretim elemanlarının deneyim ve gözlemleri ve daha önce yapılan benzer araştırmalar oluşturmaktadır. Toplam 1034 öğrenciye ait program, yaş, cinsiyet, yerleştirilme şekli, giriş ve mezuniyet yılı bilgileri ile öğrencilerin okula giriş yıllarına göre ülke genelindeki yükseköğretim birimi sayısından (Tablo 1) oluşan değişkenler SPSS programına girilmiştir.

Tablo 1. Yıllara göre yükseköğretim birimi sayıları (YÖK, 2016)

YIL	ÜNİVERSİTE	FAKÜLTE	YÜKSEKOKUL	MYO	ÖNLİSANS LİSANS
2000	75	511	115	387	3.051
2001	78	537	121	401	3.138
2002	78	552	125	416	3.151
2003	81	573	128	426	3.224
2004	81	579	135	432	3.233
2005	82	591	145	444	3.274
2006	98	653	167	501	3.412
2007	120	740	199	553	3.735
2008	137	824	218	581	4.549
2009	149	918	249	652	8.122
2010	168	1.099	307	701	8.551
2011	176	1.198	335	733	8.969
2012	180	1.326	383	791	9.447
2013	185	1.379	413	834	11.258
2014	189	1.440	427	872	13.941
2015	192	1.531	449	911	16.251

Programa girilen başarı düzeyi bileşenleri ise akademik başarı not ortalaması, öğrenim süresi ve ders tekrarıdır. Ders tekrarı bileşeninin daha etkin yorumlanabilmesi için yüksekokulda verilen dersler mesleki dersler, temel dersler ve 5(ı) dersleri olarak sınıflandırılmıştır (Tablo 2). 5(ı) dersleri 2547 sayılı kanununun 5(ı) maddesi kapsamında okutulan, Türk Dili, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi, Yabancı Dil dersleri ile beden eğitimi ve güzel sanat dallarındaki dersleri kapsamaktadır (Anon., 2016).

Tablo 2. Kalecik MYO’da okutulan derslere ilişkin sınıflandırma

Prog.	Mesleki Dersler	Temel dersler	Ortak temel dersler	5(ı) dersleri
Bahçe Tarımı	Uygulamalı Üretim Teknikleri Bağcılık Serin İklim Sebzeleri Süs Bitkileri Yetiştiriciliği Örtüaltı Yetiştiriciliği Bahçe Bitkilerinin Muhafazası ve Pazara Hazırlanması Budama Tekniği Kültür Mantarı Yetiştiriciliği Bahçe Bitkilerinin Çoğaltılması Organik Tarım Özel Meyvecilik Sıcak İklim Sebzeleri Bahçe Bitkileri Hastalık ve Zararlıları	Genel Meyvecilik Sunum Hazırlama Teknikleri Fidan Üretim Tekniği Bahçe Mekanizasyonu	Matematik Bilgi ve İletişim Teknolojileri Botanik Toprak Bilgisi Ölçme Bilgisi Tarımsal Pazarlama Bitki Besleme ve Gübreleme Sulama Tekniği Bitki Ekolojisi Çevre Bilgisi	Türk Dili Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Yabancı Dil Beden Eğitimi

Peyzaj ve Süs Bitkileri	Peyzaj Uygulamaları Kesme Çiçekler Bitki Tanıma Süs Bitkileri Yetiştiriciliği Arazi Düzenleme Proje Tekniği Süs Bitkileri Hastalık ve Zararlıları Bilgisayar Destekli Çizim Bitkisel Uygulama Tekniği Yapısal Uygulama Tekniği Çim Alanlar	Çizim Tekniği Peyzaj Ekolojisi Fidancılık Tekniği		
Gıda Teknolojisi	Mesleki uygulama Süt Teknolojisi Tahıl Teknolojisi Et ve Ürünleri Teknolojisi Alkollü ve Alkolsüz İçkiler Teknolojisi Meyve ve Sebze Teknolojisi Fonksiyonel Gıdalar Yağ Teknolojisi Özel Gıdalar Gıda Aromaları Fermente Gıdalar	Gıda Kimyası Gıdalarda Temel İşlemler Gıda Mikrobiyolojisi Gıda Analizleri Gıdalarda Temel İşlemler Gıda Endüstri Makineleri Türk Mutfağı Kültürü Proses İlkeleri Gıda Ambalajlama Gıda Katkı Maddeleri Dünya Mutfak Kültürü Proje Hazırlama Teknikleri Hijyen ve Sanitasyon Gıda Biyoteknolojisi	Matematik Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kimya Genel Mikrobiyoloji Laboratuar Tekniği Beslenme Gıda Kalite Kontrolü	
Şarap Üretim Teknolojisi	Üretim Teknikleri Genel Bağcılık Şarap Teknolojisi Şarap Teknolojisi Ekipmanları Üretim Teknikleri Şaraplık Üzüm Çeşitleri ve Yetiştiriciliği Şarap Analizleri Özel Şaraplar Bağ Hastalık ve Zararlıları Şarap Hata ve Hastalıkları Bağ Tesis Tekniği ve Bakımı	Dünya Şarapçılığı Endüstriyel Mikrobiyoloji Şarap Teknolojisi Standartları Tarımsal Pazarlama Duyusal Analiz Alkollü İçkiler Teknolojisi İşletme Hijyeni ve Sanitasyon		

SPSS programına girilen bazı değişkenler ile başarı düzeyi bileşenleri arasındaki ilişkileri ifade eden istatistiki bulgulara çapraz tablolar, ki-kare analizi, T testi ve F testi teknikleri kullanılarak ulaşılmıştır. Diğer etmenlerin başarı düzeyine etkileri ise deneyim, gözlem ve daha önce yapılmış olan çalışmalara bağlı olarak elde edilen ampirik bulgulardır. Çalışmanın sonucunda istatistiki ve ampirik bulgular yorumlanmıştır.

Bulgular

İstatistiki Bulgular

Değişkenler (program, cinsiyet, yerleştirilme şekli, giriş yılı, mezuniyet yılı, yıllara göre önlisans/lisans programı sayısı) ve başarı düzeyi bileşenleri (not ortalaması, öğrenim süresi, ders tekrarı) arasındaki ilişkinin SPSS programında analiz edilmesi sonucu aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Farklı programlarda okuyan öğrenciler arasında not ortalaması bakımından anlamlı farklılıklar bulunmamaktadır ($p>0,05$) (Tablo 3).

Tablo 3. Program – not ortalaması ilişkisi

Ölçek	Program	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	F	p
Not Ortalaması	Bahçe Tarımı	279	2,88	0,411	1031	2,304	0,075
	Peyzaj ve Süs Bitkileri	337	2,87	0,392			
	Gıda Teknolojisi	351	2,85	0,425			
	Şarap Üretim Teknolojisi	65	2,74	0,304			

Tablo 4'te görüldüğü gibi farklı programlarda okuyan öğrenciler arasında öğrenim süresi bakımından anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı öğrencileri en kısa sürede mezun olurken ($M=2,29$), en uzun öğrenim süresi Gıda Teknolojisi Programı öğrencilerindedir ($M=2,59$).

Tablo 4. Program – öğrenim süresi ilişkisi

Ölçek	Program	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	F	p
Öğrenim Süresi (Yıl)	Bahçe Tarımı	279	2,40	0,761	1033	8,271	0,000*
	Peyzaj ve Süs Bitkileri	337	2,29	0,658			
	Gıda Teknolojisi	351	2,59	0,905			
	Şarap Üretim Teknolojisi	65	2,48	0,752			

Öğrencilerin mesleki dersleri tekrar etme durumlarını gösteren Tablo 5 incelendiğinde mesleki dersleri ikinci kez almak bakımından programlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$). Buna göre en fazla Peyzaj ve Süs Bitkileri Programı öğrencileri mesleki dersleri ikinci kez almıştır ($M=1,08$). Mesleki dersleri üçüncü kez almak bakımından programlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Tablo 5. Program – mesleki ders tekrarı ilişkisi

Ölçek	Program	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	F	p
Mesleki ders tekrarı (1 kez)	Bahçe Tarımı	279	0,73	1,347	1033	4,938	0,002*
	Peyzaj ve Süs Bitkileri	338	1,08	1,773			
	Gıda Teknolojisi	352	0,73	1,173			
	Şarap Üretim Teknolojisi	65	0,60	0,981			
Mesleki ders tekrarı (2 kez)	Bahçe Tarımı	279	0,17	0,560	1033	0,668	0,572
	Peyzaj ve Süs Bitkileri	338	0,17	0,703			
	Gıda Teknolojisi	352	0,14	0,570			
	Şarap Üretim Teknolojisi	65	0,06	0,300			

Temel dersleri ikinci ve üçüncü kez tekrarlamak bakımından programlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p<0,05$) (Tablo 6). Buna göre temel dersleri en fazla Gıda Teknolojisi Programı öğrencileri bir kez ($M=2,61$) ve iki kez ($M=0,44$) tekrar almışlardır.

Tablo 6. Program – temel ders tekrarı ilişkisi

Ölçek	Program	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	F	p
Temel ders tekrarı (1 kez)	Bahçe Tarımı	279	1,04	1,517	1033	37,914	0,000*
	Peyzaj ve Süs Bitkileri	338	1,19	1,765			
	Gıda Teknolojisi	352	2,61	2,601			
	Şarap Üretim Teknolojisi	65	1,75	2,716			
Temel ders tekrarı (2 kez)	Bahçe Tarımı	279	0,23	0,604	1033	10,291	0,000*
	Peyzaj ve Süs Bitkileri	338	0,12	0,479			
	Gıda Teknolojisi	352	0,44	1,058			
	Şarap Üretim Teknolojisi	65	0,32	0,886			

5(i) derslerini ikinci ve üçüncü kez almak bakımından programlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($p<0,05$) (Tablo 7). Buna göre 5 (i) derslerini en fazla Şarap Üretim Teknolojisi Programı öğrencileri ikinci kez alırken ($M=1,03$), en fazla Gıda Teknolojisi Programı öğrencileri üçüncü kez ($M=0,23$) tekrarlamıştır.

Tablo 7. Program – 5(i) dersleri tekrarı ilişkisi

Ölçek	Program	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	F	p
5(i) ders tekrarı (1 kez)	Bahçe Tarımı	279	0,88	1,333	1033	4,743	0,003*
	Peyzaj ve Süs Bitkileri	338	0,66	1,098			
	Gıda Teknolojisi	352	0,99	1,281			
	Şarap Üretim Teknolojisi	65	1,03	1,224			
5(i) ders tekrarı (2 kez)	Bahçe Tarımı	279	0,18	0,572	1033	5,660	0,001*
	Peyzaj ve Süs Bitkileri	338	0,07	0,301			
	Gıda Teknolojisi	352	0,23	0,649			
	Şarap Üretim Teknolojisi	65	0,20	0,617			

Not ortalaması ve öğrenim süresi bakımından kızlar ve erkekler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($p < 0,05$). Buna göre kızların ortalaması 2,89 iken erkeklerin ortalaması 2,76'dır. Kızların öğrenim süresi ortalama 2,36 yıl iken erkeklerin 2,64 yıldır (Tablo 8).

Tablo 8. Cinsiyet – not ortalaması ve öğrenim süresi ilişkisi

Ölçek	Cinsiyet	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	T	p
Not Ortalaması	Kız	767	2,89	0,414	1033	-5,122	0,000*
	Erkek	267	2,76	0,361			
Öğrenim Süresi (yıl)	Kız	767	2,36	0,721	1033	4,457	0,000*
	Erkek	267	2,64	0,932			

Öğrencilerin MYO'lara yerleştirilme şekli ile not ortalaması ve öğrenim süresi arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($p < 0,05$) (Tablo 8). Okula sınavla gelen öğrencilerin not ortalamaları 2,90 iken sınavsız geçişle gelen öğrencilerin not ortalamaları 2,81'dir. Sınavla gelen öğrencilerde ortalama öğrenim süresi 2,29 yıl iken sınavsız geçişle gelen öğrencilerde 2,57 yıldır.

Tablo 9. Yerleştirilme şekli – not ortalaması ve öğrenim süresi ilişkisi

Ölçek	Yerleştirilme Şekli	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	T	p
Not Ortalaması	Sınavla	500	2,90	0,385	1033	3,611	0,000*
	Sınavsız	534	2,81	0,418			
Öğrenim Süresi (yıl)	Sınavla	500	2,29	0,611	1033	-5,889	0,000*
	Sınavsız	534	2,57	0,907			

Tablo 10'da derslerin ikinci kez alınması bakımından sınavla ve sınavsız gelen öğrenciler arasında anlamlı farklılıklar bulunmazken ($p > 0,05$), üçüncü kez alınması bakımından anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Buna göre sınavla gelen öğrenciler arasında dersleri üçüncü kez alanlar daha azdır.

Tablo 10. Yerleştirilme şekli – mesleki, temel ve 5(i) dersleri tekrarı ilişkisi

Ölçek	Yerleştirilme Şekli	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	T	p
Mesleki ders tekrarı (1 kez)	Sınavla	500	0,89	1,524	1032	1,201	0,230
	Sınavsız	534	0,79	1,353			
Mesleki ders tekrarı (2 kez)	Sınavla	500	0,10	0,453	1032	-2,428	0,015*
	Sınavsız	534	0,19	0,711			
Temel ders tekrarı (1 kez)	Sınavla	500	1,56	2,138	1032	-1,470	0,142
	Sınavsız	534	1,77	2,269			
Temel ders tekrarı (2 kez)	Sınavla	500	0,20	0,713	1032	-2,887	0,004*
	Sınavsız	534	0,34	0,846			
5 (i) ders tekrarı (1 kez)	Sınavla	500	0,82	1,165	1032	-0,927	0,354
	Sınavsız	534	0,89	1,310			
5 (i) ders tekrarı (2 kez)	Sınavla	500	0,12	0,427	1032	-2,295	0,020*
	Sınavsız	534	0,20	0,622			

Giriş yılları bakımından öğrencilerin not ortalamaları arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır ($p<0,05$) (Tablo 11). Buna göre en yüksek not ortalamasına sahip öğrenciler 2001 girişli öğrencilerdir ($M=3,11$). Bunu sırasıyla 2000 girişliler ($M=3,08$), 2003 girişliler ($M=3,05$) ve 2005 girişliler ($M=3,00$) takip etmektedir. Genel olarak 2005 yılından itibaren not ortalamasında düşüş olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Giriş yılı – not ortalaması ilişkisi

Ölçek	Giriş Yılı	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	F	p
Not Ortalaması	2000	88	3,08	0,328	1031	20,510	0,000*
	2001	84	3,11	0,330			
	2002	66	2,94	0,363			
	2003	81	3,05	0,416			
	2004	81	2,86	0,351			
	2005	85	3,00	0,455			
	2006	90	2,86	0,396			
	2007	77	2,79	0,429			
	2008	89	2,68	0,308			
	2009	89	2,59	0,334			
	2010	69	2,59	0,330			
	2011	75	2,64	0,369			
	2012	58	2,89	0,280			

Öğrencilerin mezuniyet yılları ile öğrenim süreleri karşılaştırıldığında aralarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0,05$). En kısa öğrenim süresi 2002 mezunlarına ($M=1,98$) en uzun öğrenim süresi ise 2011 mezunlarına ($M=2,64$) aittir (Tablo 12). Buna göre öğrencilerin okuldan mezun olma sürelerinin giderek arttığını söylemek mümkündür.

Tablo 12. Mezuniyet yılı – öğrenim süresi ilişkisi

Ölçek	Mezuniyet Yılı	Sayı	Ortalama	Std. Sapma	sd	F	p
Öğrenim Süresi (yıl)	2002	66	1,98	0,123	1033	4,464	0,000*
	2003	80	2,23	0,420			
	2004	65	2,40	0,632			
	2005	68	2,29	0,548			
	2006	64	2,45	0,733			
	2007	102	2,46	0,655			
	2008	94	2,56	1,001			
	2009	88	2,57	1,070			
	2010	65	2,20	0,474			
	2011	101	2,64	1,045			
	2012	67	2,49	0,726			
	2013	80	2,50	0,842			
	2014	94	2,59	0,860			

Tablo 13 incelendiğinde sınavsız geçişle en çok öğrenci alan programın %88,9'luk bir oranla Bahçe Tarımı olduğu görülmektedir. Bunu %74,1 ile Gıda Teknolojisi, %6,8 ile Peyzaj ve Süs Bitkileri ve % 3,1 ile Şarap Üretim Teknolojisi izlemektedir.

Tablo 13. Programlara göre yerleştirilme şekli dağılımı

Program	Sayı	Sınavla	Sınavsız
Bahçe Tarımı	Sayı	31	248
	Yüzde	11,1	88,9
Peyzaj ve Süs Bitkileri	Sayı	315	23
	Yüzde	93,2	6,8
Gıda Teknolojisi	Sayı	91	261
	Yüzde	25,9	74,1
Şarap Üretim Teknolojisi	Sayı	63	2
	Yüzde	96,9	3,1

Yıllara göre not ortalamasının düşmesinin ve öğrenim süresinin artmasınınülke genelindeki önlisans/lisans programı sayısındaki artışa bağlı olduğu düşünülmektedir. Yükseköğretimde çok fazla seçeneğin olması ortaöğretimdeki başarı seviyesi düşük öğrencilerin MYO'lara yönelmesi sonucunu doğurmaktadır. Sınavsız geçişin başladığı 2002 yılından itibaren yıllara göre sınavla ve sınavsız gelen öğrencileri dağılımı Tablo 14'te görülmektedir. İlk yıl uygulamanın yeni olmasından kaynaklı olarak sınavsız gelen öğrenci oranı (35,8) düşüktür. En fazla sınavsız geçiş 2006 yılında (%72,5) yapılmıştır. Bu oran son yıllarda birbirine çok yakın seyretmektedir.

Tablo 14. Giriş yıllarına göre yerleştirilme şekli dağılımı

Yıl	Sınavla (%)	Sınavsız (%)
2002	64,2	35,8
2003	33,3	66,7
2004	45,7	54,3
2005	37,6	62,4
2006	27,5	72,5
2007	37,7	62,3
2008	44,9	55,1
2009	43,8	56,2
2010	40,6	59,4
2011	41,3	58,7
2012	37,9	62,1

Ampirik bulgular

MYO'larda öğrenci başarısının bağlı olduğu değişkenler ile başarı düzeyini etkileyen etmenlerin incelendiği diğer çalışmalara bakıldığında sınavsız geçiş konusunda yapılan çalışmalar öne çıkmaktadır. Çağlar ve Türeli (2005) sınavsız ve sınavla gelen öğrencilerin başarı düzeylerini karşılaştırdıkları çalışmalarında yükseköğretime yerleştirilme şekli ile akademik başarı not ortalaması arasında bir ilişki olduğunu, sınavsız geçişle gelen öğrencilerin daha az başarılı olduklarını belirtmektedir. Meslek lisesi öğrencilerinin sınavsız geçiş tercih etme nedenleri yükseköğretime geçiş sınavında seçeneklerinin sınırlı olması, aileler tarafından en kolay yol olarak görülmesi, lise arkadaşları ile aynı okula devam etmek istemeleri, askerlik görevini erteleme, ailenin veya üniversitenin sosyal güvence ve olanaklarından yararlanma fikri olarak özetlenebilir. Tüm bunlar bir meslek sahibi olma amacının önüne geçmektedir. Öğrencilerin MYO'ları lisenin devamı gibi görmeleri, ortaöğretimdeki temel bilgiler bakımından yetersiz olmaları, öğretim elemanı yetersizliği nedeniyle meslek lisesi öğretmenlerinin derse girmesi ve lisede öğretmenlerin verdiği tavizlerin öğretim elemanlarından beklenmesi başarıyı düşüren önemli etmenlerdir. Henden'e (2006) göre sınavsız geçiş ile sağlanan olanak neticesinde, eğitim-öğretim, kültür ve sosyal yönden yeterli olmayan öğrencilerin MYO'lara aktarılması ile MYO'ların mevcut yapıları olumsuz yönde etkilenmiştir. Yöredeki meslek liselerinden gruplar halinde gelen öğrenciler, homojen bir yapı sergilemekte; aynı kültürü, konuşma tarzını ve aynı davranış biçimlerini yansıtmakta, aynı ortak geçmişi paylaşmaktadırlar. Bu durum üniversite gibi farklı kültürlerin bir araya geldiği, tartışıldığı, kaynaştığı bilgi ve kültürün etkileştiği, paylaşıldığı ortamı ortadan kaldırmaktadır. Hatta bazı MYO'ları üniversitenin bir parçası olmaktan çıkarıp, yöresel ortaöğretimin bir parçası haline dönüştürmektedir. Nartgün ve Yüksel'in (2009), öğretim elemanlarının görüşlerine yer verdikleri çalışmalarında katılımcıların tamamı sınavsız geçişin kaldırılmasından yana görüş bildirmişlerdir. Sınavsız geçişin kaldırılması ile birlikte gerçekten meslek sahibi olmak isteyen öğrencilerin bilinçli bir şekilde tercih yapabilmelerinin önü açılacaktır. Sınavla kontenjanı dolmayan MYO'lara belirli oranlarda sınavsız geçişle öğrenci alınabilir. Katılımcıların hepsi eğer sınavsız geçiş kaldırılmayacaksa kriterlerin ağırlığının eşitlenmesi, ve en yüksek katkının başarı puanı olması gibi iyileştirmeler yapılması gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir.

Tektaş ve Tektaş (2010) MYO öğrencilerinin zaman yönetimi ile akademik başarıları arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, bilgisayar kullanımı, internet, ulaşım ve trafik, tv-radyo, uyku düzensizliği, rutin işler ve arkadaşlarla gereksiz sohbetler gibi zaman kaybettiricilerin başarı düzeyini düşürdüğü sonucuna varmışlardır. Yıldız vd.'ne (2015) göre MYO öğrencilerinin başarı düzeyini düşüren bir diğer etmen devamsızlıktır. Öğrenciler kendilerinden, okuldan, aileden, öğretim elemanlarından ve arkadaş çevrelerinden kaynaklanan nedenlerle devamsızlık yapmaktadırlar. Araştırmacılar devamsızlık ile başarı düzeyi arasında ters bir orantı olduğunu belirlemişlerdir. Seyfioğlu ve Başak (2015) tarafından öğrencinin aldığı eğitimden memnun olma durumu ve programı isteyerek seçmesinin başarısını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Toklu vd.'ne (2015) göre başarıyı olumsuz etkileyen etmenler öğrenci ve öğretim elemanı açısından sınıflandırılabilir.

Öğrencilere göre lise eğitimi farklılıkları, ezbere dayalı öğrenme, tekrar yapmamak, dersi dinlememek, doğru not tutmamak, öğretim elemanlarının yoğunluğu, derslerin güncellenmemesi, okuduğu programı sevmemek ve ders çalışma ortamının yetersizliği başarıyı düşürmektedir. Öğretim elemanlarına göre ise bu etmenler öğrencilerin temel bilgi eksikliği, yeterli gayreti göstermeden sınavsız geçişle yükseköğretime başlamış olmaları, öğretim elemanlarının öğrenci odaklı yöntemleri ve ölçme-değerlendirme tekniklerini kullanamaması, MYO'ların üniversiteler bünyesinde ikincil muamele görmesi ve sektör-okul işbirliğinin eksikliğidir. MYO'lardaki altyapı yetersizliği ile öğrenci ve öğretim elemanı arasındaki iletişim problemleri ise başarıyı düşüren ortak etmenlerdir.

MYO'larda öğrenci başarısını etkileyen etmenler genel olarak öğrenci, sistem, okul ve öğretim elemanları ile ilgilidir. Öğrencilerle ilgili etmenler temel bilgi seviyesi, seçtikleri meslekten ve aldıkları eğitimden duydukları memnuniyet, zaman yönetimi, devamsızlık durumu, yükseköğretime sağladıkları uyum, ortaöğretim alışkanlıkları, ekonomik durumları ve barındıkları yerler olarak özetlenebilir. Sınavsız geçiş, ülke genelindeki lisans/önlisans programı sayısı, MYO öğrencilerine yükseköğretim tercihlerinde getirilen kısıtlar sistemle ilgili ve fiziki alt yapı, donanım, sosyal alanlar, okul-sektör ilişkisi ise okulla ilgili etmenler arasında sayılabilir. Öğretim elemanları ile öğrenci arasındaki iletişim, ölçme-değerlendirmenin uygulanışı, öğretim elemanlarının nicelik ve nitelik olarak yeterliliği ve deneyimli öğretim elemanı sayısı da başarıyı doğrudan etkilemektedir.

Sonuç

Ülkemizde 2015 yılı sonu itibariyle 192 üniversite ve 911 MYO bulunmaktadır. Bu MYO'lar bünyesinde teknik ve mesleki eğitim yapan programlarda öğrenim gören öğrencilerin başarı düzeyleri araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Başarı düzeyi çeşitli değişkenlere bağlı olarak değişmektedir. Kalecik MYO'da ayrı programlarda okuyan öğrenciler arasında öğrenim süresi ve ders tekrarı bakımından farklılıklar bulunmaktadır. Kız öğrencilerin not ortalaması erkek öğrencilere göre daha yüksektir ve mezuniyet süreleri daha kısadır. Sınavla gelen öğrenciler daha yüksek not ortalaması ile daha kısa sürede okulu bitirmektedir. Yıllara göre not ortalamasına bakıldığında 2005 yılından itibaren düşüş görülmektedir. Öğrenim süresi ise yıllara göre giderek artmaktadır.

Başarı düzeyini olumsuz etkileyen etmenleri en aza indirmek için alınacak önlemler aşağıda da belirtildiği üzere öğrenci, sistem, okul ve öğretim elemanı başlıkları altında toplanabilir.

1. Öğrenci ile ilgili önlemler;
 - 1.1. Mesleğini bilinçli olarak ve isteyerek seçen öğrencilerin MYO'lara yerleştirilmesini sağlayan kriterlerin geliştirilmesi,
 - 1.2. Öğrencilere eğitimini alacakları meslek ve bu mesleğin kendilerine uygunluğu konusunda etkin bir rehberlik hizmeti verilmesi,
 - 1.3. Öğrencilerin yükseköğretime başlarken lise alışkanlıklarını bırakmaları ve önlisans eğitiminin gerektirdiği disiplin ve sorumluluk bilincine ulaşmalarının sağlanması,
 - 1.4. Ülke genelinde daha fazla önlisans programı açmamak suretiyle başarılı öğrencilerin tamamının lisans programlarına yerleşmesinin önüne geçilmemesi olarak sıralanabilir.
2. Sistemle ilgili önlemler ise;
 - 2.1. Sınavsız geçişin kaldırılması veya meslek lisesi öğrencilerine kontenjanı tamamen ayırmak yerine ek bir puan verilmesi ya da belli bir başarı düzeyini yakalamış öğrencilerin bu haktan yararlanmasını sağlayacak düzenlemeler yapılması,
 - 2.2. Meslek lisesi mezunlarının yükseköğretim tercihlerindeki kısıtlamaların kaldırılması,
 - 2.3. Yeni düzenlemelerle MYO'lar üzerindeki "en az çabayla girilecek okullar" algısının ortadan kaldırılmasıdır.
3. Okulla ilgili önlemler;
 - 3.1. Mesleki ve teknik eğitim veren birimler olan MYO'ların vazgeçilmezi olan uygulama olanakları, laboratuvar ve üretim tesisleri gibi altyapı yetersizliklerinin ortadan kaldırılması ve üniversiteler bünyesinde geri plana atılmaması,
 - 3.2. MYO'ların ilgili sektörlerle etkin ilişkiler kurması ve bu sayede istihdam konusundaki umutsuzluğa bağlı motivasyon eksikliğini gidermesi olarak özetlenebilir.

Öğrenci başarısını doğrudan etkileyen bir diğer etmen ise öğretim elemanlarıdır. Bu konuda alınacak bazı önlemler ise;

- MYO'larda görev yapan öğretim elemanlarının nicelik ve nitelik olarak yeterli hale getirilmesi,
- Deneyimli teknik personel ve öğretim elemanı istihdamı,

- Nitelikli öğretim elemanlarının akademik yükselme kaygısıyla MYO'ları terketmesinin önüne geçmek üzere yükseltme kriterlerinin yeniden düzenlenmesidir.

Kaynakça

- Anon., 2016. <https://istatistik.yok.gov.tr> (erişim tarihi: 12 Şubat 2016)
- Çağlar, N., Türel, N. (2005). Meslek Yüksekokullarına Sınavsız Geçişle ve ÖSS Puanı ile Gelen Öğrencilerin Genel Başarı Oranlarının Karşılaştırılması, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 369-377.
- Çolakoğlu, J. (2002). Yaşam Boyu Öğrenmede Motivasyonun Önemi. *Milli Eğitim Dergisi*, Sayı:2, s: 155- 156.
- Henden, R. (2006). Üçüncü Yılda Sınavsız Geçiş Uygulamaları: Alaplı Meslek Yüksekokulu Örneği, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 157-168.
- Kazancı Başaran, Z., Daştan, S., Yılmaz, E., Kolenoglu, Ş., Kadioğlu, T. (2010). Rize Üniversitesi Rize Meslek Yüksekokulu Teknik Programlar Bölümü Öğrencilerinin Sınavsız Geçiş İle İlgili Görüşleri, *MYO-ÖS 2010 – Uusal Meslek Yüksekokulları Öğrenci Sempozyumu*, 21-22 Ekim 2010, Düzce.
- Keskin, N., Koraltan, A., Öztürk, Ö. (2010). Pamukkale Üniversitesi Buldan MYO Öğrenci Profili, *MYO-ÖS 2010- Ulusal Meslek Yüksekokulları Öğrenci Sempozyumu*, 21-22 Ekim 2010, DÜZCE
- Kılıç, S., Tektaş, N., Pala, T. (2014). Devlet Ve Vakıf Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Umutsuzluk Düzeylerinin Karşılaştırılması Ve Umutsuzluk Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, *TSA/YIL: 18*, 169-186.
- Kuşat, N. (2014). Meslek Yüksekokullarında Öğrenci Başarısı Üzerine Bir Çalışma: Eğirdir Meslek Yüksekokulu Muhasebe Programı Örneği, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ocak 2014, s. 65-80.
- Nartgün, Ş., Yüksel, E. (2009). Meslek Yüksekokullarına Sınavsız Geçişte İzlenen Kriterlerin Değerlendirilmesi, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 189-205.
- Seyfioğlu, E., Demir Başak, Ö. (2015). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Yatağan Meslek Yüksekokulu Bölümlerindeki Öğrencilerin Genel Profilinin Ders Başarısına Etkisi, *4. Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu*, 21-23 Mayıs 2015, Yalova.
- Şeker, R., Çınar, D., Özkaya, A. (2004). Çevresel Faktörlerin Üniversite Öğrencilerinin Başarı Düzeyine Etkileri, *XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*, 6-9 Temmuz 2004 İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Malatya.
- Tektaş, M., Tektaş, N. (2010). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Zaman Yönetimi ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişki, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23/2010, 221-229.
- Tuygun Toklu, A., Elmas Baydar, H., Kasımoğlu, B. S., Doğramacı, B. (2015). Meslek Yüksekokullarında Öğrencilerin Akademik Başarısını Engelleyen Nedenler Üzerine Bir Araştırma, *4. Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu*, 21-23 Mayıs 2015, Yalova.
- Vural, M. (2013). Öğrencilerin Gelir Düzeyleri İle Akademik Başarıları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 35, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, ISSN:1694-528X.
- Yıldız, A., Sönmez, T. C., Ciloşoğlu, M. (2015). Meslek Yüksekokullarında Devamsızlık Nedenleri ve Öğrenci Başarısına Etkisi: Amasya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Örneği, *4. Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu*, 21-23 Mayıs 2015, Yalova.

