The Journal of Academic Social Science Studies

JASSS

International Journal of Social Science
Doi number:http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2366
Number: 26 , p. 421-438, Summer II 2014

AYAKKABI TASARIMI VE ÜRETİMİ LİSANS PROGRAMINA YÖNELİK EĞİTİM İHTİYAÇLARININ BELİRLENMESİ*

DEFINING THE EDUCATIONAL NEEDS FOR AN UNDERGRAUDATE DEGREE PROGRAM IN FOOTWEAR DESIGN AND MANUFACTURING IN TURKEY

Öğr. Gör. Dr. Perihan TUNÇ
Selçuk Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi El Sanatları Tasarımı ve Üretimi Bölümü

Doç. Dr. Yavuz ERİŞEN
Yıldız Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü

Özet

Türkiye'de "Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi" amacı ile yapılan bu araştırma ilişkisel tarama modelindedir. Verileri toplamak amacı ile Ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programı mezununda bulunması gereken tasarım, üretim ve pazarlama yeterliklerinden yola çıkılarak toplam 50 maddelik bir ölçek geliştirilmiştir. Araştırmanın çalışma evreni toplam 687 kişiden oluşmaktadır ve çeşitli üniversitelerde görev yapan pazarlama, tasarım, ayakkabı alanında çalışan öğretim elemanları, ayakkabı üreticileri, ayakkabı tasarımcıları ve ayakkabı öğretmenlerini kapsamaktadır. Ölçek, Kasım 2011 ve Nisan 2012 tarihleri arasında online ve yüz yüze olarak iki ayrı şekilde uygulanmıştır. Online uygulama öğretim elemanlarına, ayakkabı eğitimcilerine ve tasarımcılara yapılmıştır. Yüz yüze uygulama ise İstanbul, İzmir, Konya, Gaziantep, Adana, Hatay, Manisa ve Bursa illerinde günde 200 çift ve üzerinde ayakkabı üretimi yapan işletme sahiplerine yapılmıştır. Araştırma sonucunda Türkiye'de ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik olarak, lisans programlarının ayakkabı tasarımı, teknolojisi, üretimi, yönetimi ve pazarlamasına ilişkin yeterlilikleri kapsaması gerektiği ortaya çıkmıştır. Katılımcılar tüm yeterliklere ilişkin olarak "çok önemli" ve "oldukça önemli" düzeylerinde görüş bildirmişlerdir. Tasarım yeterlikleri, ayakkabı ve moda bilgisi, görsel, çizgisel sunum, anlatım becerileri ile özgün tasarım yapabilme becerilerini kapsamaktadır. Katılımcılar bölüm mezunlarının ayakkabı üretim sürecinde yer alan tüm evrelere hâkim olmalarını beklemektedirler. Pazarlama yeterlilikleri ise alana ilişkin bilgileri etkin kullanarak kendi markasını oluşturma, ambalaj ve ürünü pazarlayabilme gibi becerileri kapsamaktadır. Katılımcılar arasında belirlenen yeterliliklerin önem derecesin ilişkin olarak bazı görüş farklılıkları tespit edilmiştir

Anahtar Kelimeler: Ayakkabı Eğitimi, Ayakkabı Lisans Eğitimi, Eğitim İhtiyacı, Ayakkabı Sektörü, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi

*Bu araştırma aynı isimli doktora tezinden üretilmiştir.

Abstract

This research which was carried out on the purpose of "Determining the Educational Needs Related to Footwear Design and Manufacturing Undergraduate Program" in Turkey was on screening model. A scale including totally 50 items were developed depending upon the required manufacturing and marketing qualifications of a Footwear design and manufacturing graduates. The study population of the study consisted of totally 687 people including the academicians carrying on their duties on marketing, design, and Footwear department of various universities, Footwear manufacturers, Footwear designers, and Footwear teachers. The scale was performed in two different ways as online and face-to-face between November 2011 and April 2012. Online application was performed to academicians, Footwear trainers and designers. Face-to-face application was performed upon firm proprietors manufacturing 200 pairs of Footwears in a day in Istanbul, Izmir, Konya, Gaziantep, Adana, Hatay, Manisa and Bursa provinces. As result of the research, it was revealed that undergraduate programs should cover the competences concerning the Footwear design, technology, manufacturing and marketing related to Footwear design and manufacturing in Turkey. The participants presented their opinions related to whole competencies as "very important" and "substantially important". It includes design competencies, Footwear and fashion knowledge, visual and linear presentation, skill of expression and original designing skills. The participants expect the graduates of the department to have a comprehensive knowledge of all stages in Footwear manufacturing process. Marketing competencies include the skills such as creating their own brands using the knowledge related to the field efficiently, packaging, and marketing of the product. Some diversities of views were determined related to the significance level of competencies specified among the participants.

Key Words: Footwear Training, Footwear Undergraduate Training, Needs Analysis, Footwear Sector, Footwear Design and Manufacturing

GİRİŞ

Ayakkabı bir giyim eşyası ve aksesuarı olmasının ötesinde pek çok disiplini bünyesinde barındırmaktadır. Ayakla doğrudan ilişkili olması sebebi ile sağlığın, yapısı ve teknolojisi itibarıyla mühendisliğin alanı içindedir. Diğer taraftan tasarımı ile sanatı, toplumsal özellikler taşıdığı için kültürü ilgilendirir. Temel tüketim maddesi olması nedeniyle pazarlamadan, sürekli yeni arayışlara imkân verdiği için bilimden ve endüstriden uzak değildir. Geçmişten beri pek çok anlamlarıyla birikerek 21. yüzyıla ulaşabilmesiyle tarihle pek çok öykü ve masala konu olduğu için edebiyatla iç içedir. Yarattığı istihdam potansiyeli açısından ekonominin, taşıdığı anlamlar ve içerdiği mesajlarla cinselliğin, bir dizi bilgi beceri ve alışkanlık gerektirdiği için ise eğitimin kapsamına girer.

Dünyanın pek çok yerinde uzun zamandır ayakkabı eğitimi verilmektedir. Bu eğitimler örgün, yaygın olarak sınıflanmaktadır. Örgün olarak ayakkabı eğitimi çeşitli ülkelerde meslek lisesi düzeyinde, ön lisans düzeyinde, lisans ve yüksek lisans düzeyinde programlarla, yaygın olarak ise halk eğitim merkezleri, özel ve online kurslarla uygulanmaktadır. Ayakkabı eğitimi veren başlıca ülkeler arasında Avrupa kıtasında: İtalya, İngiltere, Çek Cumhuriyeti, İspanya, Belçika, Fransa, Almanya, Romanya, Hollanda, Finlandiya, İsveç, Macaristan; Asya kıtasında: Hindistan, İsrail, İran, Rusya, Bangladeş, Çin, Japonya, Tayvan, Amerika kıtasında, Amerika Birleşik Devletleri, Meksika, Kolombiya, Brezilya, Okyanusya kıtasında ise Avusturalya sayılabilir.

Türkiye'de ise örgün ayakkabı eğitimi ilk kez on yıl önce faaliyete geçirilmiştir. Bu eğitim İstanbul'da Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

tarafından kurulan Ayakkabıcılık Meslek Lisesinde başlamış, daha sonra birkaç meslek lisesinde Saraciye ve Ayakkabı Teknolojisi adı altında birkaç lisede daha yapılandırılmıştır. Son birkaç yıl içinde meslek yüksekokullarına bağlı olarak beş tane ayakkabı eğitimi ile ilgili ön lisans programı açılmıştır. Ancak bu programların uygulandığı kurumlarda çalışan eğitimcilerin hiç birisi ayakkabı tasarımı ve üretimi ile doğrudan ilgili bir lisans eğitimi almamışlardır. Ayrıca Türkiye'de ayakkabı ile ilgili ciddi bilimsel araştırmalar yok denecek kadar azdır. Araştırma yapmak için lisansüstü eğitim programlarının bulunmaması, bu alandaki literatür yetersizliği, bu kurumlarda verilen eğitimin niteliğini doğrudan etkilemektedir (Tunç, 2013).

Dünyada ayakkabı tasarımı ve üretimine ilişkin lisans programlarının 100 yılın üzerinde bir geçmişe sahip olmasına karşın Türkiye'de ayakkabı eğitimi veren lisans programı yoktur. Selçuk Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Bölümü Lisans Programı 2011 Yılında YÖK tarafından kabul edilmiştir. Ancak program ihtiyaç analizi çalışması yapılmadan ve program geliştirme süreçleri takip edilmeden hazırlanmıştır. Yurt dışındaki benzer programlardan yararlanarak ayakkabı uzmanları, ayakkabı üreticileri, Konya Ayakkabıcılar odası ve derneği temsilcileri, Selçuk Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi öğretim elemanları ve bir program geliştirme uzmanının da yer aldığı bir ekip tarafından hazırlanan bu program gerekli fiziksel, akademik ve teknolojik şartları sağlayamadığı için öğrenci alımı yapamamıştır.

Doğrudan ayakkabı eğitimi vermemekle birlikte programları içinde ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik dersleri olan çeşitli üniversiteler vardır. Dokuz Eylül Üniversitesi, Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü, Moda Aksesuarları Tasarımı Ana Sanat Dalı, moda deri ve takı ürünlerinin fonksiyonel olmasının yanı sıra estetik tasarımını ve üretimini kapsamaktadır. Çeşitli aksesuarlar yanında Ayakkabıya yönelik projeler de programda yer almaktadır (DEU, 2012).

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü bünyesinde yer alan 'Giysi Tasarımı Sanat Dalı 'programında ayakkabı tasarımı dersi 3 kredilik seçmeli bir ders olarak yer almaktadır. Dersin içeriğinde ayakkabı tasarımı ve üretimine ilişkin bilgi ve beceriler kazandırılmasının yanı sıra ayakkabı malzemeleri bilgisi de verilmektedir. (N. Çelik ile kişisel görüşme, 12 Mayıs 2012).

İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü (EÜTB) 1993 yılında, teknolojik altyapı, yönetim becerileri, yaratıcılık ve girişimcilik açısından güçlü tasarımcılara duyulan gereksinimi karşılamak amacıyla kurulmuştur. Öğrenciler öğrenim süreleri boyunca 8 adet proje yapmaktadırlar. Bugüne kadar birkaç projede ayakkabı teması işlenmiştir. Ayakkabı tasarımına ilişkin bir ders program bünyesinde bulunmamaktadır (D. Leblebici ile kişisel görüşme, 17.08.2012). İTÜ'de ayakkabı tasarımı bölümünün kurulması çalışmaları devam etmektedir.

Türkiye'de doğrudan ayakkabı eğitimi veren lisans programının işlevsel olmaması Türk ayakkabı sektörünün gelişimi açısından büyük bir zaman kaybıdır. Güçlü lisans programları olan ülkelerde hem sektörün güçlü olduğu hem de bu ülkelerin pek çok uluslararası markaya sahip olduğu görülmektedir. Bu ülkelerde iş gücünün niteliğinin artması ve ürün kalitesinin yükselmesi tesadüf değildir.

Lisans programları bilimsel ve teknolojik gelişmelere hem zemin hazırlar hem de imkân sağlarlar. Lisans programları bireyin, toplumun, sektörün ve konu alanının ihtiyaçları dikkate alınarak geliştirildiğinde üst düzeyde fayda sağlanabilir. Eğitimin her aşaması önemli olmakla

birlikte sözü edilen nedenlerle bağlantılı olarak lisans programları bireysel ve toplumsal gelişimde lokomotif görevi görmektedirler. Lisans programlarının amacı bireyi meslek sahibi yapmak değildir. Bireye bir uzmanlık alanının kapsamında yer alan bilgi beceri tutum ve davranışları kazandırmayı hedeflerken aynı zamanda toplumsal gelişmede de önemli rolü üstlenirler (CERU, 2006).

Ayakkabı sektörü her aşamada nitelikli iş gücüne ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyaç sadece elemanla sınırlı değildir. Türkiye'de ayakkabı eğitiminin niteliğini yükseltmeye dönük düzenlemeleri yapılması ve bu eğitimin temel paydaşlarından biri olan iş dünyası ile ortak eğitim modellerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Sektörün markalaşmaya, uluslararası pazarlarda söz sahibi olmaya, dünya standartlarında kaliteli üretime bilimsel ve sanatsal altyapısının güçlendirilerek sağlam altyapı oluşturmaya ihtiyacı vardır. Lisans eğitimin çok yönlü ihtiyaçlara cevap vereceği beklentisinden hareketle ayakkabı tasarımı ve üretimi alanında yapılacak program geliştirme çalışmalarında eğitim ihtiyacının belirlenmesi süreci büyük önem taşımaktadır.

Problem

Türkiye'de ''Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi ''lisans programına yönelik eğitim ihtiyaçları nelerdir?

Alt Problemler

Ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programına yönelik eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla aşağıdaki alt problemlere cevap aranmıştır. Ayakkabı tasarımı ve üretimine ilişkin programı başarı ile tamamlayan bir mezunda bulunması gereken yeterliklere ilişkin olarak;

1. Katılımcıların belirlenen tasarım yeterliklerin önem derecesine ilişkin olarak görüşleri nelerdir? Ve görüşler arasında anlamlı bir fark var mıdır?
2. Katılımcıların belirlenen üretim yeterliklerin önem derecesine ilişkin olarak görüşleri nelerdir? Ve görüşler arasında anlamlı bir fark var mıdır?
3. Katılımcıların belirlenen pazarlama yeterliklerin önem derecesine ilişkin olarak görüşleri nelerdir? Ve görüşler arasında anlamlı bir fark var mıdır?

YÖNTEM

Türkiye'de ayakkabı tasarımı ve üretiminde sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli elemanların hedeflenen yeterliklerinden yola çıkarak, lisans programına yönelik eğitim ihtiyaçlarını belirlemeye çalışılan bu araştırma İlişkisel tarama modelindedir.

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki eğitim programcıları, ayakkabı tasarımcıları, ayakkabı üreticileri, sivil toplum kuruluşları yöneticileri, (ayakkabıcı odaları ve dernekleri), tasarım alanında çalışan öğretim elemanları, pazarlama alanında çalışan öğretim elemanları, ayakkabı eğitmenleri, öğretim elemanları ve öğretmenleri oluşturmaktadır. Veri kaynaklarının çok yönlü olması nedeni ile hedeflere uygun ölçütler geliştirilerek farklı çalışma evrenleri oluşturma yoluna gidilmiştir.

Tasarım alanında çalışan öğretim elemanlarının oluşturduğu çalışma evreni Türkiye'de tasarım programlarının bulunduğu tüm devlet ve özel üniversitelerde görev yapan öğretim elemanları kapsamaktadır. Tasarım programlarının tüm üniversitelerde yer almaması ve öğretim elemanı sayısının sınırlı olması sebebiyle evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Ulaşılabilen öğretim elemanı sayısı 115'tir. Ancak istekli olarak araştırmaya katılan kişi sayısı ise 62'dir.

Ayakkabı üreticilerinin oluşturduğu çalışma evreni İstanbul, İzmir, Konya, Gaziantep, Bursa, Ankara, Adana, Manisa, Hatay, Denizli, Trabzon, Malatya ve Kahramanmaraş illerinde çalışan ayakkabı üreticilerini kapsamaktadır. Bu üretim bölgelerinde irili ufaklı yaklaşık 18.500 işletme üretim yapmaktadır. Pek çok nedenle evreni tam olarak belirlemek mümkün olamadığı için veri toplama amacıyla tabakalı örnekleme yoluna gidilmiştir.

Bu araştırma için günde 200 çiftin üzerinde üretim yapan işletmeler örneklem olarak seçilmiştir. Bir şehirde bu ölçüte uyan 10'dan fazla işletme varsa araştırmacı bizzat bu şehirlere giderek, ayakkabıcı odalarının işbirliği ile gönüllü olan ve günde 200 çiften fazla üretim yapan orta ve büyük ölçekli işletme sahiplerine uygulama yapmıştır. Bu işletme sahipleri yanlarında en az 10-15 eleman istihdam etmektedirler. Bu nedenle örneklem olarak günde 200 çiftin üzerinde üretim yapan işletmecilerin seçilmeleri uygun görülmüştür. Uygulama Kasım 2011 ile Nisan 2012 tarihleri arasında İstanbul, İzmir, Ankara, Adana, Konya, Gaziantep. Manisa, Bursa ve Hatay illerinde yüz yüze 512 katılımcıya uygulanmıştır.

Pazarlama alanında çalışan öğretim elemanlarının oluşturduğu çalışma evreni Türkiye'deki 2002 yılından önce kurulmuş olan üniversitelerin işletme fakültelerinde görev yapan üretim ve pazarlama alanında çalışan öğretim elemanlarını kapsamaktadır. Üniversite sayısının çokluğu ve yeni kurulan üniversitelerdeki öğretim elemanlarının adres tespitinde karşılaşılan güçlükler nedeni ile böyle bir sınırlamaya gidilmiştir. Bu alanda 107 öğretim elemanına birden fazla kez ulaşılmış istekli olan 51 kişi çalışmaya katılmıştır.

Ayakkabı uzmanlarının oluşturduğu çalışma evreni en az lisans mezunu piyasada çalışan ünlü ayakkabı tasarımcıları, meslek yüksekokullarında görev yapan ayakkabı öğretim elemanları, meslek liselerinde çalışan ayakkabı öğretmenleri, ayakkabıcılar odası ve dernek başkanlarından oluşmaktadır. Sayılarının sınırlı olması sebebi ile tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplam 70 kişiye ulaşılmış, 62 kişi gönüllü olarak uygulamaya katılmıştır.

Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Ülke genelinde Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına yönelik eğitim ihtiyacını belirlemek amacıyla Program geliştirmede önemli bir bölüm olan ihtiyaç analizi sürecine ilişkin temel yaklaşımlar incelenerek Demokratik yaklaşım benimsenmiştir.

Demokratik Yaklaşım; Her toplumda konu alanı ile ilgili olan bazı referans grupları bulunmaktadır. Yine aynı şekilde bu grupların çoğunluğu tarafından çeşitli istek, değer ve değişiklikler olmaktadır. Bu yaklaşım bu baskı gruplarının istek ve ihtiyaçlarını baz almaktadır (Demirel, 2008:78).

Ayakkabı tasarımı ve üretimi lisans programına yönelik eğitim ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla literatürde yer alan çalışmalar incelenmiş bu çalışmalar doğrultusunda her bir boyutun birbirinden ayrı uzmanlık alanlarını kapsaması nedeni ölçek geliştirme çalışması yapılarak tasarım, üretim ve pazarlama boyutlarına ilişkin 3 farklı ölçek geliştirilmiştir. Bunlar ''Tasarım Yeterlikleri Ölçeği'', ''Üretim Yeterlikleri Ölçeği'', ve ''Pazarlama Yeterlikleri Ölçeğidir. Ancak kullanışlılığı sağlamak açısından ölçekler tek bir isim altında birleştirilerek ''Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik İhtiyaç Analizi Ölçeği" olarak isimlendirilmiştir.

Ölçekler geliştirilirken öncelikle literatür taraması yapılmış, görüş alınacak uzmanlar belirlenmiş ve dünyada ayakkabı lisans eğitimi veren programların hedefleri, ders içerikleri yöntemleri ve ölçme ve değerlendirme süreçleri incelenmiş bunlardan öne çıkanlara mail yoluyla ulaşılarak araştırma gezisi talep edilmiştir. Londra Sanat üniversitesi bünyesinde bulunan 6 fakülteden biri olan, Londra Moda Koleji (London College of Fashion) ve

Northampton üniversitelerinden davet alınmış Temmuz 2011 tarihinde araştırmacı İngiltere'ye gitmiş ve her iki üniversitenin Ayakkabı tasarımı ve üretimi bölümleri eğitim programlarını inceleyerek ilgililerle görüşmüştür. Yerli ve yabancı uzman görüşleri literatür incelemesi sonucunda tasarıma ilişkin yeterlikler için 27, üretime ilişkin yeterlikler için 35, pazarlama boyutuna ilişkin yeterlikler için 15 madde içeren bir madde havuzu oluşturulmuştur.

Ölçeklerin geçerliğini sağlamak için kapsam geçerliği ve yapı geçerliği çalışmaları yapılmıştır. Daha sonra her boyut çeşitli üniversitelerde görev yapan öğretim üyelerine gönderilmiş, çeşitli alan uzmanlarından, maddeler İngilizceye çevrilerek London college of fashion mezunlarından, öğretim elemanlarından da görüş alınarak program geliştirme uzmanlarının önerileri ile tasarım yeterlikleri 17, üretim yeterlikleri 25 pazarlama yeterlikleri 8 maddeye düşürülmüştür. Her bir boyut çok"(5), "oldukça"(4), "kısmen"(3), "az"(2) ve "hiç"(1) seçeneklerinden oluşan likert tipi bir deneme formu olarak hazırlanmıştır.

Hazırlanan formun yapı geçerliliğini test etmek için form, 16-18 Kasım 2011 tarihlerinde İstanbul Uluslararası Ayakkabı fuarında içinde ayakkabı tasarımcıları, üreticileri, akademisyenleri ve öğretmenlerinin de bulunduğu 250 kişiye uygulanmış ve elde edilen veriler kullanılarak her ölçek için ayrı ayrı açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Daniel' e göre (1989) açımlayıcı faktör analizi, değişkenlere dayalı olarak faktör yapısını keşfetmeyi amaçlar. Açımlayıcı faktör analizi için ölçeğin uygulanmış olduğu örneklem büyüklüğünün yeterli olması gerekir. Örneklemin büyüklüğünü test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı hesaplanmıştır. Kaiser'den elde edilen veriler 1'e yaklaştıkça mükemmel, 50'nin altında ise kabul edilemez (90'larda mükemmel, 80'lerde çok iyi, 70'lerde ve 60'larda vasat, 50'lerde kötü) olduğu söylenebilir (Tavşancıl, 2005). Faktör analizinde evrendeki dağılımın normal olması istenmektedir. Dağılımın durumu Bartlett testi ile incelenmiştir. Dört ölçek için elde edilen her bir KMO katsayısı 0,90'ın üstünde ve Bartlett testi anlamlılık katsayısı 0,00 olarak bulunmuştur. Buna verilerin faktör analizine uygun olduğu söylenebilir.

Özdeğer Faktör grafiği incelendiğinde (Scree Plot) tasarım yeterlikleri ve pazarlama yeterlikleri ölçekleri 1 faktörlü üretim yeterliği ölçeği 3 faktörlü gözükmektedir. Literatürdeki çalışmalar ve kuramsal çerçeve ve uzman görüşleri dikkate alınarak üretim yeterlikleri ölçeğinin, stampa, kesim ve saya, montaj ve finisaj olmak üzere 3 boyutlu olmasına karar verilmiş ve birden fazla faktörlü ölçekler için Rotated Component Matrix temel bileşenler analizi kullanılarak faktör analizi yeniden gerçekleştirilmiştir. Ölçekteki bir maddenin belli bir faktörde gösterilmesi için iki şartın sağlanması gerekmektedir. Birincisi, maddenin gösterilecek faktördeki yükünün 0,30'un üstünde olması; ikincisi ise, bu maddenin faktördeki yük değerinin diğer faktörlerdeki yük değerlerinden 0,10 veya daha yüksek olmasıdır (Tavşancıl, 2005.

"Tasarım" (17 madde), "Üretim 25" (15 madde) ve "Pazarlama" (8 madde) ölçekleri olarak isimlendirilmiştir. Tasarım ölçeği varyansın %41 Üretim ölçeği varyansın %45 pazarlama ölçeği varyansın %53 açıklamaktadır. Tasarım boyutundaki maddeler 0,733-0,408 arasında; üretim boyutundaki maddeler 0, 845-0,397 arasında ve pazarlama boyutundaki maddeler ise 0,805-0,626 arasında değerler almaktadır.

Ölçeklerin güvenirliğine ilişkin iç tutarlık katsayılarının belirlenmesi amacıyla ölçeklere ilişkin Cronbach alfa değerleri hesaplanmıştır.

Ölçeğin Temel beceriler, tasarım, ürün ve pazarlama alt boyutlarına ilişkin Cronbach alfa değerleri ise sırası ile Tasarım Yeterlikleri Ölçeği için 0,902, Üretim yeterlikleri Ölçeği için 0,906 ve Pazarlama Yeterlikleri Ölçeği için 0,846 olarak hesaplanmıştır.

Verilerin Analizi

Verilerin analiz edilmesinde parametrik olan testlerden Anova ve T testi kullanılmıştır. İkiden fazla gruplarda ANOVA, İkili gruplarda T testi yapılmıştır. Ayrıca bazı alt problemlerin çözümlenmesinde Ortalama, standart sapma vb betimsel istatistiklerden faydalanılmıştır.

Bulgular

Araştırmanın alt problemlerinde ilk olarak Katılımcıların belirlenen tasarım yeterliklerin önem derecesine ilişkin olarak görüşleri nelerdir? Ve görüşler arasında anlamlı bir fark var mıdır?, ikinci olarak Katılımcıların belirlenen üretim yeterliklerin önem derecesine ilişkin olarak görüşleri nelerdir? Ve görüşler arasında anlamlı bir fark var mıdır? Ve son olarak Katılımcıların belirlenen pazarlama yeterliklerin önem derecesine ilişkin olarak görüşleri nelerdir? Ve görüşler arasında anlamlı bir fark var mıdır? Soruları sorulmuştur. Bulgularda okuyucuya kolaylık sağlamak amacıyla alt problemeler birlikte ele alınmıştır. Ölçeğin alt boyutlarına göre; önce katılımcıların tasarım yeterliliklerinin önem derecesine ilişkin görüşleri ve bu görüşler arasındaki farklılık ortaya konulmuş, daha sonra üretim ve pazarlama yeterliliklerine ilişkin bulgular sunulmuştur.

Tasarım Yeterliliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 1'de Katılımcıların tasarım yeterliklerine ilişkin görüşlerine yer verilmiştir:

Tablo 1. Katılımcıların Tasarım Yeterliklerine İlişkin Görüşleri

TASARIM YETERLİKLERİ			**Uygunluk**			**Önem Derecesi**				
			n	f	%	n	x	ss	F	Fark
1-Moda kavramı ve bileşenleri bilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,40	,639	1,77	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,45	,931		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,66	,477		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,47**	**,873**		
2-Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip etme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,52	,646	2,59	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,62	,775		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,81	,398		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,63**	**,737**		
3- Tarihsel ve kültürel birikimleri bireysel tasarımlarına yansıtabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,15	,989	,41	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,05	1,076		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,15	,989		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,07**	**1,059**		
4- Tasarım kaynaklarından yararlanarak yenilikçi ve özgün fikirler geliştirebilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,56	,716	1,45	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,46	,832		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,63	,607		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,49**	**,802**		
5. Üç boyutlu tasarım programlarını kullanabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	61	4,02	,991	2,48	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,15	1,213		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,45	,739		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**635**	**4,16**	**1,159**		
6- Özel kullanım amaçlı	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,21	,908		-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,09	1,106		

ayakkabı tasarımı yapabilme	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,27	,890	1,04	
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,12**	**1,069**		
7-Ergonomik ayakkabı tasarlayabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,32	,954	5,19*	1-2
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	3,96	1,100		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,27	,890		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,02**	**1,075**		
8. Fizyolojik, sosyal ve ruhsal sağlığa uygun ayakkabı tasarlayabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,16	1,011	2,280	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,00	1,095		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,27	,890		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,04**	**1,071**		
9. Ayakkabı parçalarının tasarımlarını yapabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,47	,718	4,59*	2-3
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,22	1,338		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,68	,566		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,29**	**1,242**		
10. Kalıp tasarımı yapabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	3,94	1,038	3,93*	2-3
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	3,93	1,175		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,35	,812		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**3,97**	**1,137**		
11. Hedef kitleye yönelik tasarım projeleri oluşturabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,58	,615	5,14*	1-2
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,27	1,042		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,58	,641		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,33**	**,982**		
12. Kendi koleksiyonunu hazırlayabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,42	,933	1,99	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,44	,991		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,69	,737		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,46**	**,966**		
13. Model geliştirme sürecinde deneysel çalışabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,53	,783	1,92	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,31	1,057		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,47	,695		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,34**	**1,005**		
14. Tasarım sürecinde sektörle işbirliği yapabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,34	,848	2,18	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,38	,945		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,63	,730		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,40**	**,919**		
15. Ayakkabı tasarımlarını sanatsal ve estetik açıdan eleştirebilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,16	,772	2,75	-
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,34	,944		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,55	,862		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,34**	**,924**		
16. Taslak, eskiz, ilistürasyon ve teknik resim gibi görsel anlatım tekniklerini uygulayabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,74	,510	10,03*	1-2, 2-3
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,26	1,044		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,65	,546		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,35**	**,980**		

17.Tasarımlarını etkin olarak sunabilme	1	Tas. Akademisyenler	62	62	100	62	4,68	,536	8,775*	1-2, 2-3
	2	Ayakkabı üreticileri	512	512	100	512	4,26	1,044		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	62	100	62	4,66	,542		
		Toplam	**636**	**636**	**100**	**636**	**4,34**	**,980**		

Tablo 1 incelendiğinde katılımcılar tasarım boyutuna ilişkin görüşleri birlikte değerlendirildiğinde $\bar{X}$=4,63 ile $\bar{X}$=3,97 aritmetik ortalama arasında değişmektedir. Katılımcılar tasarım yeterliklerine ilişkin "çok önemli" ve "oldukça önemli" olarak görüş bildirmişlerdir. "Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip edebilme" maddesi en yüksek $\bar{X}$=4,63 değerini alırken, kalıp tasarımı yapabilme maddesi en düşük $\bar{X}$ =3,97 değerini almıştır.

Katılımcıların görüşleri ayrı ayrı incelendiğinde tasarım alanında çalışan akademisyenler, tasarım boyutunda, "Taslak, eskiz, ilistürasyon ve teknik resim gibi görsel anlatım tekniklerini uygulayabilme" maddesini $\bar{X}$=4,74 en yüksek aritmetik ortalama ile ilk sıraya taşıyarak "çok önemli" şeklinde görüş bildirmişlerdir. "Kalıp tasarımı yapabilme maddesi" ise $\bar{X}$=3,94 ile en düşük aritmetik ortalama göstererek tasarımcı akademisyenler tarafından "oldukça önemli" şekline değerlendirilmiştir.

Ayakkabı üreticileri tasarım boyutunda, "Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip edebilme" maddesini en yüksek $\bar{X}$=4,62 aritmetik ortalama ile "çok önemli", "Kalıp tasarımı yapabilme" maddesini en düşük $\bar{X}$=3,93 ile aritmetik ortalama ile "oldukça önemli" olarak değerlendirmektedirler.

Ayakkabı uzmanları ise tasarım boyutunda en yüksek $\bar{X}$=4,81 aritmetik ortalama ile "Ayakkabı modası ve yönelimlerini takip edebilme" maddesini çok önemli görürken, en düşük $\bar{X}$=4,15 aritmetik ortalama ile "Tarihsel ve kültürel birikimleri bireysel tasarımlarına yansıtabilme" maddesini "oldukça önemli" olarak görmüşlerdir.

Katılımcıların belirlenen tasarım yeterliklerinin önem derecelerine ilişkin görüşleri arasında anlamlı fark olup olmadığını belirlemek için yapılan analizler sonucunda "Ergonomik ayakkabı tasarlayabilme" maddesinde tasarım alanında çalışan akademisyenler ile ayakkabı üreticileri arasında, tasarımcılar lehine, "Ayakkabı parçalarının tasarımlarını yapabilme" maddesinde ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında, ayakkabı uzmanları lehine "Kalıp tasarımı yapabilme" maddesinde ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında, ayakkabı uzmanları lehine, "Hedef kitleye yönelik tasarım projeleri oluşturabilme" maddesinde tasarım alanında çalışan akademisyenler ile ayakkabı üreticileri arasında, tasarımcılar lehine, "Taslak, eskiz, ilistürasyon ve teknik resim gibi görsel anlatım tekniklerini uygulayabilme" maddesinde tasarım alanında çalışan akademisyenler ile ayakkabı üreticileri arasında tasarımcılar lehine, ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında ayakkabı uzmanları lehine, "Tasarımlarını etkin olarak sunabilme" maddelerinde tasarım alanında çalışan akademisyenler ile ayakkabı üreticileri arasında tasarımcılar lehine ve ayakkabı üreticileri ile ayakkabı uzmanları arasında ayakkabı uzmanları lehine anlamlı fark olduğu görülmektedir.

Üretim Yeterliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın 2. alt problemi Katılımcıların belirlenen üretim yeterliklerin önem derecesine ilişkin olarak görüşleri nelerdir? Ve görüşler arasında anlamlı bir fark var mıdır? şeklinde ifade edilmiştir. Cevap aramak amacıyla geliştirilen üretim yeterlikleri ölçeği ile ayakkabı üreticileri ve ayakkabı uzmanlarından görüş alınmıştır.

Tablo 2. Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Üretim Yeterliklerinin Önem Derecesi

			Önem Derecesi				
Üretim Yeterlikleri		**Gruplar**	**N**	**x**	**Ss**	**f**	**Fark**
1 -Ulusal ve uluslararası ayak ölçülerine göre ölçüm ve çevrim yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,21	1,105	4,178	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,47	,824		
		Toplam	574	4,24	1,081		
2. Tasarımını yaptığı ayakkabıyı veya yapılan bir tasarımı modelleyebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,40	1,000	3,681	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,55	,823		
		Toplam	574	4,41	,983		
3. Stampa çıkarabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,39	1,112	6,251	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,53	,762		
		Toplam	574	4,41	1,080		
4.Modellediği ayakkabının prototipini üretebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,20	1,129	2,322	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,34	,904		
		Toplam	574	4,22	1,107		
5. Özel kullanım amaçlı ayakkabı üretebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,92	1,164	7,260	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,98	,914		
		Toplam	574	3,93	1,139		
6. Üretim planlaması yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,05	,923	,197	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,05	,931		
		Toplam	574	4,05	,923		
7. Maliyet analizi yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,01	,959	,018	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,00	,975		
		Toplam	574	4,01	,960		
8. Tedarik zincirini organize edebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,94	1,101	,062	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,92	1,045		
		Toplam	574	3,94	1,094		
9. Tasarıma uygun malzeme seçebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,21	,828	,809	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,34	,542		
		Toplam	574	4,23	,803		
10. Sektörde kullanılan makineleri tanıma, amaca uygun makineyi seçebilme ve kullanabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,07	,978	45,694	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	5,00	,000		
		Toplam	574	4,17	,967		

11. Ayakkabı temel üretim tekniklerini etkili olarak kullanabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,08	,927	2,598	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,13	,614		
		Toplam	574	4,09	,898		
12. Üretimin her aşamasında sektörle işbirliği yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,12	,887	,190	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,18	,950		
		Toplam	574	4,12	,894		
13. Makinelerin bakımını ve basit onarımını yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,53	1,467	,065	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,53	1,596		
		Toplam	574	3,53	1,480		
14. Ayakkabıcılıkta kullanılan el aletlerini kullanabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,86	1,190	5,807	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,97	,886		
		Toplam	574	3,87	1,161		
15. Ayakkabı üretim ortamını düzenleyebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,02	1,087	1,548	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,02	,932		
		Toplam	574	4,02	1,071		
16. Elde, hidrolik preste ve bilgisayarda kesim yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,83	1,184	3,112	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,79	,908		
		Toplam	574	3,83	1,157		
17. Saya bandının planlanması ve organizasyonunu yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,88	1,159	6,288	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,02	,820		
		Toplam	574	3,89	1,127		
18. Saya tıraşı yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,62	1,425	4,162	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,73	1,162		
		Toplam	574	3,63	1,399		
19. Saya tezgâh işlerini yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,56	1,375	5,598	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,89	1,161		
		Toplam	574	3,60	1,356		
20. Saya dikimi yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,44	1,442	3,458	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,73	1,217		
		Toplam	574	3,47	1,421		
21. Elde ve Makinede montaj yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,69	1,391	6,554	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,03	1,008		
		Toplam	574	3,72	1,358		
22. Uygun taban seçebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,08	,962	,394	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,32	,672		

		Toplam	574	4,11	,937		
23. Elde ve makinede Taban montajı yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,67	1,304	1,507	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,90	1,097		
		Toplam	574	3,69	1,285		
24. Saya ve taban finisajı yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,74	1,286	7,582	1-2
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	4,02	,967		
		Toplam	574	3,77	1,258		
25. Saraç dikimi yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,41	1,375	1,585	-
	2	Ayakkabı Uzmanları	62	3,55	1,210		
		Toplam	574	3,43	1,358		

Aralık Aralığın Değeri
1,00-1,80 Önemsiz
1,81-2,60 Az Önemli
2,61-3,40 Kısmen Önemli
3,41-4,20 Oldukça Önemli
4,21-5,00 Çok Önemli

Tablo 2. den elde edilen veriler katılımcıların üretim yeterliklerine ilişkin görüşlerini yansıtmaktadır. Bu verilere göre en yüksek aritmetik ortalama $\bar{X}$=4,41 ile en düşük aritmetik ortalama $\bar{X}$=3,43 arasında değişmektedir. Bu değerler "çok önemli" ve "oldukça önemli" düzeylerindedir.

Ayakkabı üreticilerine göre en yüksek aritmetik ortalama $\bar{X}$=4,40 ile "Tasarımını yaptığı ayakkabıyı veya yapılan bir tasarımı modelleyebilme" maddesine, en düşük aritmetik ortalama ise $\bar{X}$=3,41 ile "Saraç dikimi yapabilme" maddesine aittir. Ayakkabı üreticilerin görüşleri "çok önemli" ile "oldukça önemli düzeyleri" arasında değişmektedir.

Ayakkabı uzmanlarına göre en yüksek aritmetik ortalama $\bar{X}$=5,00 ile "Sektörde kullanılan makineleri tanıma, amaca uygun makineyi seçebilme ve kullanabilme," en düşük $\bar{X}$=3,55 aritmetik ortalama "Saraç dikimi yapabilme" maddesine aittir. Ayakkabı uzmanlarının görüşleri "çok önemli" ile "oldukça önemli" düzeyleri arasında değişmektedir.

Üretim yeterliklerine ilişkin ayakkabı üreticileri ile uzmanları arasında yapılan t testi sonuçlarına göre; "Ulusal ve uluslararası ayak ölçülerine göre ölçüm ve çevrim yapabilme," "Sektörde kullanılan makineleri tanıma," "Amaca uygun makineyi seçebilme ve kullanabilme," "Elde ve makinede montaj yapabilme," "Uygun taban seçebilme," "Saya ve taban finisajı yapabilme" maddelerinde ayakkabı uzmanları lehine anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Pazarlama Yeterliliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 3. Katılımcı Grupların Görüşlerine Göre Pazarlama Yeterliklerinin Önem Derecesi

PAZARLAMA YETERLİKLERİ			Önem Derecesi				
1. Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme		**Gruplar**	**n**	**x**	**Ss**	**f**	**fark**
	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,10	1,074	6,027	1-2
	2	Paz. Akademisyenleri	51	4,61	0,568		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,24	0,862		

		Toplam	**625**	**4,15**	**1,031**		
2. Pazarlama ile ilgili temel kavram ve bilgileri etkili olarak kullanabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,03	1,015	4,611	1-2
	2	Paz. Akademisyenleri.	51	4,47	0,703		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,10	0,900		
		Toplam	**625**	**4,08**	**0,988**		
3.Pazarlama maliyet analizi yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,03	1,066	,096	-
	2	Paz. Akademisyenleri.	51	4,04	0,999		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	3,97	1,228		
		Toplam	**625**	**4,02**	**1,076**		
4.Ürününe uygun pazarlama fikirleri ve projeleri oluşturabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,06	0,971	33,019	1-2, 2-3
	2	Paz. Akademisyenleri.	51	2,92	0,868		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,03	0,886		
		Toplam	**625**	**3,96**	**1,003**		
5.Pazarlama araştırmaları yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,08	1,071	58,136	1-2, 2-3
	2	Paz. Akademisyenleri.	51	2,41	0,726		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4.00	1,145		
		Toplam	**625**	**3,94**	**1,147**		
6. Reklam ve tanıtım yapabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,97	1,104	3,079	2-3
	2	Paz. Akademisyenleri	51	4,22	0,856		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	3,71	1,122		
		Toplam	**625**	**3,97**	**1,091**		
7.Ambalaj - paketleme ile ilgili yöntem ve teknikleri etkili olarak kullanabilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	3,80	1,149		
	2	Paz. Akademisyenleri	51	3,96	1,038	,567	-
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	3,89	0,96		
		Toplam	**625**	**3,82**	**1,123**		
8.Marka imajı yaratma konusunda yenilikçi fikirler ve projeler geliştirebilme	1	Ayakkabı Üreticileri	512	4,02	0,969	7,292	1-2, 2-3
	2	Paz. Akademisyenleri	51	4,55	0,832		
	3	Ayakkabı Uzmanları	62	4,05	0,895		
		Toplam	**625**	**4,06**	**0,961**		

Aralık Aralığın Değeri
1,00-1,80 Önemsiz
1,81-2,60 Az Önemli
2,61-3,40 Kısmen Önemli
3,41-4,20 Oldukça Önemli
4,21-5,00 Çok Önemli

Tablo 3'den elde edilen verilere göre pazarlama yeterlikleri toplamda en yüksek aritmetik ortalama $\overline{X}$=4,15 ile en düşük aritmetik ortalama $\overline{X}$=3,82 arasında değişmektedir. Buna göre katılımcıların görüşlerinin "oldukça önemli" düzeyinde olduğu söylenebilir.

Ayakkabı üreticileri tarafından "Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme" maddesi en yüksek aritmetik ortalama $\overline{X}$=4,10 alarak; "Ambalaj - paketleme ile ilgili yöntem ve teknikleri etkili olarak kullanabilme" maddesi ise en düşük aritmetik ortalama $\overline{X}$=3.80 alarak "oldukça önemli" olarak görülmüştür. Ayakkabı üreticilerinin pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşlerinin "oldukça önemli" düzeyinde olduğu gözükmektedir.

Pazarlama alanında çalışan akademisyenlere göre ise en yüksek aritmetik ortalama $\overline{X}$=4,61 ile ''Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme'' maddesine; en düşük aritmetik ortalama ise $\overline{X}$=2,92 ile "Ürününe uygun pazarlama fikirleri ve projeleri oluşturabilme" maddesine aittir. Pazarlama akademisyenlerinin pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşlerinin "çok önemli" ile "kısmen önemli" düzeyleri arasında değiştiği görülmektedir.

Ayakkabı uzmanlarının pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşleri ise en yüksek $\overline{X}$= 4,24 ile $\overline{X}$=3,71 arasında değişmektedir. "Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme" maddesi en yüksek aritmetik ortalama ile uzmanlar tarafından "çok önemli" düzeyinde; Reklam ve tanıtım yapabilme maddesi "oldukça önemli" düzeyinde değerlendirilmiştir. Ayakkabı uzmanları pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşlerini "çok önemli" ile oldukça önemli olarak bildirmişlerdir.

Pazarlama yeterliklerine ilişkin katılımcılar arasında farklara bakılmış ve "Küçük işyerlerinden yüksek rekabetçi moda pazarlarına kadar tüketici yaşam tarzı ve yönelimlerindeki değişiklikleri takip edebilme ve Pazarlama ile ilgili temel kavram ve bilgileri etkili olarak kullanabilme" maddelerinde ayakkabı üreticileri ile pazarlama akademisyenleri arasında, pazarlama akademisyenleri lehine, "Ürününe uygun pazarlama fikirleri ve projeleri oluşturabilme ve Pazarlama araştırmaları yapabilme" maddelerinde ayakkabı üreticileri ile pazarlama akademisyenlerin görüşleri arasında ayakkabı üreticileri lehine, pazarlama akademisyenleri ile ayakkabı uzmanlarının görüşleri arasında ayakkabı uzmanları lehine, "Reklam ve tanıtım yapabilme" maddesinde pazarlama akademisyenleri ile ayakkabı uzmanlarının görüşleri arasında, pazarlama akademisyenleri lehine, "Marka imajı yaratma konusunda yenilikçi fikirler ve projeler geliştirebilme" maddesinde ayakkabı üreticileri ile pazarlama akademisyenlerinin görüşleri arasında pazarlama akademisyenleri lehine görüşler arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Türkiye'de Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi alanında eğitim verecek lisans programları Tasarım, Üretim, Ayakkabı teknolojisi, Yönetim, organizasyon ve pazarlama alanlarına ilişkin yeterlilikleri kapsamalıdır.

Tasarım yeterlikleri ayakkabı ve moda bilgisinin yanı sıra görsel, çizgisel sunum ve anlatım becerileri ile özgün tasarım yapabilme becerilerini kapsamaktadır. Bu ele alındığında mesleki ve bireysel sezgiler, duygusal ve analitik zekâ gelişimi, yaratıcılık ve gibi soyut kavramların öne çıkartılması gerekmektedir. Tasarım soyut kavramlarla somut gerçeklikler arasında karmaşık ve iç içe bir yapı oluşturmaktadır. Bu görüş International

Council of Societies of Industrial (ICSID) tasarım değerlendirmesi ile örtüşmektedir. Tasarım ürün, süreç, hizmet ve bunların oluşturduğu her şeyi içine alan bir bütündür. Teknolojinin getirdiği yenilikler insan hayatına kültürel ve ekonomik alışverişler yolu ile girmektedir. Etik ve estetik değerler taşıyarak stratejik, fonksiyonel ve ekonomik olarak anlamlı ilişkiler yaratmaya çalışmak tasarımın ve aynı zamanda tasarımcının görevidir. Tasarım sadece üretimle değil ürün, hizmet ve endüstrileşme ile de doğrudan ilişkili olduğu için tasarımcının donanımlı olması kaçınılmazdır (İCSİD, 2012, Lovegrove, 2002).

Başka araştırma sonuçları bulguları desteklemektedir. Tasarımcının toplumun kültür özelliklerini ve beklentilerini bilmesi tasarımlarını bu özelliklere uygun yanıtı verecek biçimde geliştirmesi gerekmektedir. Tasarım bir tüketim unsurudur. Ancak üretimle olan ilişkisi nedeniyle ulusal rekabet gücü ve beraberinde tüm kesimleriyle toplumsal refahı arttırabilme potansiyeline de sahip bilgi ve beceriler bütünüdür. Kendine özgü yöntemleri, teknolojileri, mesleki söylem ve ilişkileri ile özgün bir uzmanlık alanı ve katma değer yaratma süreci olarak anlaşılmak durumundadır (Er, 2005, Çelik, 2010, Barnard, 2002).

Uluslararası ekonominin dinamikleri, küresel rekabetin giderek ağırlaşan koşulları Türkiye'yi ekonomik anlamda ayakta kalmak için yaratıcılık ve yenilik gibi daha önce pek de aşina olmadığı bilgi ve becerileri edinmeye zorlamaktadır. Bu nedenle tasarım eğitimi giderek önem kazanmaktadır. Bu bağlamda tasarım eğitiminin önemi ve gereği pek çok araştırmacı tarafından vurgulanmaktadır (Anderson,2007, 2005, Elçioğlu, 2006).

Üretim yeterlikleri ise "model ve stampa" planlama, "kesim ve saya" ile "montaj finisaj" alt boyutlarını kapsamaktadır. Katılımcıların üretim yeterliklerine ilişkin görüşleri "Çok" ve "Oldukça Önemli" düzeylerinde olmuştur. Katılımcılar bölüm mezunlarının ayakkabı üretim sürecinde yer alan tüm evrelere hâkim olmalarını beklemektedirler.

Ayakkabı üretimi her biri farklı uzmanlık alanları gerektiren emek yoğun bir süreç sonunda gerçekleşmektedir. Herhangi bir üretim ortamında kalifiye eleman olarak üretim yapan elemanlar ayakkabı üretiminin sadece bir aşamasına hâkim olabilmekte diğer süreçlerle becerilere sahip olmamaktadırlar. Ancak lisans mezunundan beklenen süreçlerin tamamından haberdar olmaları hatta stampa ve planlama yeterliklerine çok, kesim, saya, montaj ve finisaj yeterliklerine oldukça hâkim olmalarıdır.

Sözü edilen üretim yeterlikleri sektörün temel tüketim maddesi olan ayakkabının üretilebilmesi için ihtiyaç duyduğu yeterliklerdir. Günümüzde mesleki eğitim bireye kapasitesine göre çeşitli beceriler kazandırmanın çok ötesinde bir anlam kazanmıştır. Artık mesleki eğitim sektörel ihtiyaçlara yönelik bilgi, becerilerin yanı sıra tutum ve davranışları da içeren, pek çok disiplini bünyesinde barındıran disiplinler bütünüdür. İş piyasalarında rekabetçilik arttıkça eğitimin rolü ve işlevi giderek daha çok önem kazanmaktadır. Bu yaklaşım pek çok araştırma ile desteklenmektedir (CEDEFOP, 2012, Özsoy, 2007, Varlas, 2004, Bennett, 2006, Lama, 2012).

TOBB Mesleki Eğitim Komisyonu tarafından yapılan Türkiye'de mesleki eğitimin sorunları ve çözüm önerilerine yönelik araştırma raporunda (2007) başarılı bir mesleki eğitimin, sağlam bir genel kültür eğitimine dayandığı eğitim programlarının dar meslek alanlarında yetişmeyi değil, sektörel tabanlı bir eğitimi temel alması gerektiği yer almaktadır. Böylece, bir sektörün bütünü konusunda anlayış kazanan öğrencilerin iş yaşamına kolayca uyum sağlayabilecekleri kendi alanlarındaki herhangi bir işte çalışabilecekleri belirtilmektedir.

Mesleki eğitimin sektörün ihtiyaçlarına yönelik olarak yapılması gereği, sektörün ve üniversitelerin gelişimi açısından önemi, üniversite sanayi işbirliğinin ülkenin ihtiyacını

karşılamadaki etkisi bu alanda yapılan pek çok çalışma bulgularında yer almaktadır. Bunlar arasında Chen (2010), Evangelista (2000), Malkan (2009), Gandy (2001) tarafından yapılan araştırmalar sayılabilir.

Katılımcıların pazarlama yeterliklerine ilişkin görüşleri "Oldukça Önemli" düzeyinde olmuştur. Bu yeterlikler pazarlama bilgisi ile bu bilgileri etkin kullanarak kendi markasını oluşturmadan başlayarak ambalajı da kapsayarak ürünü pazarlayabilme becerilerini kapsamaktadır. Katılımcılar lisans mezunundan pazarlama ile ilgili temel kavramlara hâkim olmasını ve yöntemleri etkili olarak kullanabilmesini beklemektedirler.

21.yüzyılla beraber pazarlamanın işlevleri ve işlevlerin yönetiminde önemli değişmeler gözlenmektedir. Çevresel etkenler, ürün yaşam süresi, gerek bilgi teknolojileri gerekse üretim teknolojilerine ilişkin gelişmeler, kalite ile ilgili gelişmeler, tüketicinin beklentileri gibi alanlarda pazarlama eğitim ve yönetimine olan yaklaşımları yeniden yapılandırmayı beraberinde getirmiştir (Webster, 2005; Moorman ve Rust, 1999, Gök, 2007, Thomas ve Gupta, 2005).

Katılımcılar programda öğrencinin alanının çeşitli boyutlarından haberdar olmasını, kısmen de olsa yeterli olması gerektiğini düşünmektedirler. Bu sonuç TOBB (2007) raporu ile örtüşmektedir. Rapora göre eğitim programları, mutlak ve katı bir anlayışla değil mesleklerin ve öğrencilerin bireysel özellikleri temel alınarak modüler ve esnek bir yapı içinde geliştirilmelidir. Böylesi duyarlı bir yapılanma, hem iş dünyasının gereksinimlerini hızlı biçimde karşılamaya olanak sağlayacak, hem de öğrencilerin çok yönlü yetişmesine zemin hazırlayacaktır.

Öneriler

1. Ayakkabı tasarımı ve üretimine yönelik eğitim vermek üzere kurulacak olan lisans programları sektörün ihtiyaçlarına yönelik olmalı ve uygulamada sürekli sektörle işbirliği içinde sürdürülmeli ve güncellenmelidir

2. Programlar tasarım, üretim, pazarlama ve yönetim olmak üzere üç farklı uzmanlık alanı olarak düzenlenebilir. Ancak temel yeterliklerin kazandırılması tüm programların ortak hedefi olmalıdır.

3.Lisans programında verilecek olan tasarım eğitimi uluslar arası kalite standartlarına uygun olmalıdır. Bu programlarda görev alacak öğretim elemanlarının niteliklerinin yükseltilmesi kaliteli bir mesleki eğitim ya da sanat eğitiminin gereklerindendir. Bu nedenle yurt dışında Ayakkabı Tasarımı ve Üretimine ilişkin lisans programı bulunan üniversitelerde kısa ya da uzun süreli eğitim alabilmeleri ve akademik çalışma yapabilmeleri için gerekli koşullar sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

ANDERSON, Mark. A. (2007). Technology, Design, And The Arstist's Hand, *School Arts*, 107, 38-39.

BARNARD, Malcolm (2002). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür.* Ankara: Ütopya Yayınevi.187-188.

BENNETT, Tracy, M. (2006). *Defınıng The Importance Of Employabılıty Skılls In Career/Technıcal Educatıon*. Phd. Thesis, Auburn University, Alabama.

CEDEFOP (European Centre for the Development of Vocational Training). (2012). *Trends in VET policy, in Europe 2010-12 Progress Towards the Bruges communiqué.* (Yayın no: 6116). http://www.cedefop.europa.eu/EN/ Files/6116_en.pdf, Erişim Tarihi: 17.01.2012

CEDEFOP (European Centre for the Development of Vocational Training). (2009). *Accreditation And Quality Assurance İn Vocational Education And Training Selected European Approaches.* Luxembourg: Publications Office of the European Union.

http://www.cedefop.europa.eu/etv/Upload/Information_ resources/Bookshop/568/4089_en.pdf, Erişim Tarihi: 17.01.2012.

CERU (Consultation de la Commission de l'enseignementsupérieur et de la Recherche) (2006). *L'institution universitaire: son rôle dans la société, samission et ses mécanismes de régulation, Consultation de la Commission de l'enseignementsupérieur et de la Recherche Conseilsupérieur de l'éducation.* http://www.fqppu.org/bibliotheque/prises-de-position/memoires-avis/institution-universitaire.html, Erişim Tarihi: 17.08.2012.

CHEN, Michaela M. (2012). *The Impact Of Economıc Globalızatıon On The U.S. Labor Market.* Thesis of Master, School of Arts and Sciences. Georgetown University, Washington, D.C.

ÇELİK, Neslihan (2010*). Anadolu'nun Geleneksel Ayakkabı Formlarından Günümüz Tasarım Anlayışına Ayakkabı Kültürü.* Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

DEU(Dokuz Eylül Üniversitesi). http://gsf.deu.edu.tr/index.php/tekstil-ve-moda-tasarm-boeluemueErişim Tarihi 12 Ağustos 2012.

ELÇİOĞLU, Mekin (2006). Endüstriyel Tasarım Eğitiminin Geliştirilmesi ve Sektörle Eşgüdümlü Çalışma, Türkiye'de Tasarımı Tartışmaları. *III. Ulusal Tasarım Kongresi Bildiri Kitabı,* İstanbul.

ER, H. Alpay (2005*). Milli Mesele olarak Endüstriyel Tasarım*. Radikal Gazetesi Tasarım Eki, 13 Eylül Salı, s.10.

EVANGELISTA, Pıetro (2000). International Competitiveness And İnter-Firm Co-Operation İn The Footwear İndustry Of Southern Italy, *Journal of Southern Europe and the Balkans*, 2 (1), 57-73.

GANDY, Janet M.(2001). *Perceptions Of State Supervisors On The Future Of Vocational Business Education*. Ed.D., Arizona State University, USA

GÖK, O. (2007). Marketing and Marketing Managers in the New Era: Relational Perspective, *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, 10 (2), 218-224

İCSİD,(International Council of Societies of Industrial). (2012). http://www.icsid.org/ resources/design_index.htm, Erişim Tarihi:02. 07. 2012.

İGEME (Export Promotion Center of Turkey). (2010). *Footwear İn Turkey*, Republıc Of Turkey Prıme Mınıstry Undersecretarıat Of Foreıgn Trade. http://www.dt-hannover.de/brosur/Footwear%20in%20Turkey.pdf, Erişim Tarihi: 12.12.2011.

İGEME (İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi). (2012). *Footwear İn Turkey*. Ankara: T.C.Ekonomi Bakanlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı. http://www.tcp.gov.tr/ english/sectors/sectoringpdf/footwear_2012.pdf, Erişim Tarihi:10.10.2012.

LOVEGROVE, Ross (2002). *Das Internationale Design Jahrbuch.* London: Laurence King Ltd.

LUBBERS, Ruud and KOOREVAAR, Jolanda (1999). Primary Globalisation, Secondary Globalisation, and the Sustainable Development Paradigm on 21 st Century Social Dynamics: Towards the Creative Society Opposing Forcesin the 21 st Century. Expo 2000, Berlin: December 6 – 7, *OECD Forum for the Future Conference,* 1-20.

LUBKE, Jean E.(2001). *Employee Development Needs Assessment/Analysis Processes: A Practical Inquiry*. Phd Thesis, Universty Of Minnesota.

MALKAN, Rajiv R.(2009). *Post-Secondary Technıcal Vocatıonal Educatıon Traınıng: A Qualıtatıve Case Study Of Industrıal Traınıng*. Phd. Thesis, Instıtute (Itı) In Maharasthra State, Indıa.

MOORMAN, Christine and RUST, Roland. T. (1999). The Role of Marketing. *Journal of Marketing*, 63, 180-97 (special Issue).

ÖZSOY, Ceyda (2007). *Türkiye'de Mesleki Ve Teknik Eğitimin İktisadi Kalkınmadaki Yeri ve Önemi*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

TAVŞANCIL, Ezel (2006). *T*utumların *Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

THOMAS, Joffi and GUPTA, Rajen, K. (2005). Marketing Theory And Practice: Evolving Through Turbulent Times. *Global Business Review*,6 (1), 95-114.

TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği).(2007).*Türkiye'de Mesleki Ve Teknik Eğitim Konusundaki Temel Sorunlar Ve Çözüm Önerileri*. Ankara: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Mesleki Eğitim Komisyonu.

TUNÇ, Perihan (2013) *Ayakkabı Tasarımı ve Üretimi Lisans Programına Yönelik Eğitim İhtiyaçlarının Belirlenmesi*, Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.

VARLAS, Laura (2004). Creating A Clear Path For Career Education. *Curriculum and Technology Quarterly*, 14, 2-4. http://www.ascd.org/publications/ctq/fall2004/ Creating-a-Clear-Path-for-Career-Education.aspx, Erişim Tarihi: 10.10.2012.

WEBSTER, Frederick. E. Jr (2005). A perspective on the evolution of marketing management. *Journal of Public Policy & Marketing*, 24 (1), 121-126.

The Journal of Academic Social Science Studies



International Journal of Social Science

Academic Social Science Studies *dergisi yılda dört defa yayın yapan uluslararası hakemli bir dergidir.*
Academic Social Science Studies *dergisinde yayınlanan tüm yazıların, dil, bilim ve hukûki açıdan bütün sorumluluğu yazarlarına, yayın hakları* **www.jasstudies.com**'a *aittir.*
Yayınlanan yazılar yayıncının yazılı izni olmaksızın kısmen veya tamamen herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz.
Yayın Kurulu dergiye gönderilen yazıları yayınlayıp yayınlamamakta serbesttir.
Gönderilen yazılar iade edilmez.
The Journal Of Academic Social Science Studies, *Uluslararası hakemli ve indeksli bir dergidir.*
MLA, EBSCO, ASOS, TEİ (Türk Eğitim İndeksi), ARASTIRMAX, Akademik Dizin (Akademik Türk Dergileri İndeksi), Journal Seek, Research Bible, İSAM, Index Copernicus, Mendeley *başta olmak üzere onlarca veritabanı ve indeks tarafından taranmaktadır.*

The Academic Social Science Studies *is an international, four-reviewed in a year journal.*
Authors bear the sole legal responsibility for their published works in **www.jasstudies.com**

The Academic Social Science Studies *has the sole ownership of copyright to all published works. No part of this publication shall be produced in any form without the written consent of* ***the Academic Social Science Studies****.*
The Editorial Board makes the final decision to publish articles.
No article is returned to authors.

e-ISSN: 2147-2971 / p-ISSN: 2148-4163
1 Rue Gabriel Faure Batiment 1 Porte 51 56100 Lorient-FRANCE

Number: 26 Summer II 2014

The Journal Of Academic Social Science Studies

International Journal of Social Science

The Journal of Academic Social Science Studies

International Journal of Social Science

Editor
Dr. Serdar YAVUZ

E-mail: drserdaryavuz@gmail.com
Web: http://www.jasstudies.com/
Adress: 1 Rue Gabriel Faure Batiment 1 Porte 51 56100 Lorient-FRANCE

JASS Studies
Number: 26 Summer II 2014

ACADEMIC SOCIAL SCIENCE STUDIES

Uluslararası Hakemli Dergi / International Journal of Academic Social Science Studies

Editör / Editor

Dr. Serdar YAVUZ

Editör Yardımcıları / Assistantsof Editor

Dr. Slavka HLÁSNA
Dr. Özcan BAYRAK
Dr. Onur KÖKSAL
Okt. Serdar BULUT

Alan Editörleri / FieldEditors

Dr. Ahmet AĞCA	Accounting and Finance	Dumlupınar University
Dr. Ali M. BAYRAKTAROĞLU	Photography	Süleyman Demirel Ü.
Dr. Ali SOYLU	Management Organisation	University of Cameron
Dr. Barış TOPTAŞ	Music	Adıyaman University
Dr. Bayram TAY	Social Sciences Education	Ahi Evran University
Dr. Erfumiye ERTEKİN	History	Mersin University
Dr. Erkan Turan DEMİREL	Business and Economics	Fırat University
Dr. Fatih ÖZEK	Turkish Language and Literature	Fırat University
Dr. Fatma Ebru İKİZ	Psychological Counseling and Guidance	Dokuz Eylül University
Dr. Fevzi RENÇBER	Theology	Şırnak University
Dr. H. Gülay OGELMAN	Pre-School Education	Pamukkale University
Dr. İbrahim Halil ÇANKAYA	Sociology	Uşak University
Dr. İbrahim ÜNAL	Science Education	İnönü University
Dr. Kürşat Yusuf AYTAÇ	Physical Education	Adıyaman University
Dr. Lütfiye CENGİZHAN	English Language Teaching	Trakya University
Dr. Mehmet KURUDAYIOĞLU	Turkish Language Teaching	Ç. Onsekiz Mart University
Dr. Mumin DAYAN	Marketing	U. Arab Emirates University
Dr. Murat SUNKAR	Geography	Fırat University
Dr. Mustafa AKDAĞ	Educational Sciences	Erciyes University
Dr. Selim YILMAZ	Linguistics	Marmara University
Dr. Sibel ÜNALAN	History of Art	Adnan Menderes University
Dr. Soyalp TAMÇELİK	International Relations	Gazi University
Dr. Şebnem SOYGÜDER	Radio Television/Broadcasting	Ege University
Dr. Şenay Sezgin NARTGÜN	Educational Sciences	A. İzzet Baysal University
Dr. Yusuf GENÇ	Social Work	Sakarya University
Dr. Süleyman KARACELİL	Religious Education	Adıyaman University

Danışma Kurulu / Board of Advisory

Dr. Ahmet BURAN	Fırat University
Dr. Alexsandre KALACHE	Oxford University
Dr. Erdal ZORBA	Gazi University
Dr. Gloria GUTMAN	Simon Fraser University, Vancouver / Kanada
Dr. Gürer GÜLSEVİN	Ege University
Dr. Han-Woo CHOİ	Dışişleri Kore Üniversite Araştırmaları / Güney Kore
Dr. Hassan ALİ	Maldivler Ulusal University / Maldivler
Dr. Horst UNBEHAUN	Robert Gordon University, Nürnberg / Almanya
Dr. İlhan GENÇ	Düzce University
Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Dr. Jürgen NOWAK	Uygulamalı Bilimler Alice Salomon University / Berlin
Dr. Kim Hyo JOUNG	Dışişleri Busan University Çalışmaları / Güney Kore
Dr. Mehmet DEMİRBAĞ	Shefield University
Dr. Monika DOHNANSKÁ	Teknoloji, Slovakya Dubnica Enstitut
Dr. Muammer ÇETİNGÖK	Tennessee Knoxville, ABD University of
Dr. Murat ÖZBAY	Gazi University
Dr. Nurşen ADAK	Akdeniz University
Dr. Özden TEZEL	Eskişehir Osmangazi University
Dr. Remzi OTO	Dicle University
Dr. Ronald A. FELDMAN	Columbia University / ABD
Dr. Shannon MELİDEO	Marymount University, Arlington / ABD
Dr. Woo Duck CHAN	Busan University Yabancı Çalışmaları / Güney Kore

Yayın Kurulu / Editorial Board

Dr. Abdullah ŞAHİN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr. Bülent Cercis TANRITANIR	Yüzüncü Yıl University
Dr. Çavuş ŞAHİN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr. Ersin TERES	İstanbul University
Dr. Musa ÖZATA	Selçuk University
Dr. Mustafa ÇOLAK	Birleşik Arap Emirlikleri University
Dr. Nadir İLHAN	Ahi Evran University
Dr. Nazmi ÖZEROL	Adıyaman University
Dr. Sevil H. MEHDİYEVA	Azerbaycan Milli İlimler Akademisi
Dr. Tarık ÖZCAN	Fırat University
Dr. Yücel YÜKSEL	İstanbul University

Yabancı Dil Uzmanları / Foreign Language Specialist

Okt. Aytemis DEPCİ	Van Yüzüncü Yıl University
Okt. Hakkı ŞİMŞEK	Adıyaman University
Okt. Özge GÜMÜŞ	Adıyaman University
Okt. Özlem ALADAĞ BAYRAK	Trakya University
Okt. Seda TAŞ	Namık Kemal University
Okt. Servet ÇINAR	Trakya University

İndeks Sorumluları / Personsfor İndex Process

Dr. Mehmet BAYANSALDUZ M. Sıtkı Koçman University
Öğr. Gör. Alize CAN Trakya University

Hukuk Danışmanı / Legal Counselar

Av. Gürhan CANPOLAT İstanbul Barosu Baro Sicili: 25490

Redaktörler / Redactors

Okt. Burak TELLİ Adıyaman University
Okt. Osman ALBAYRAK Giresun University
Okt. Ömür DİNCEL Giresun University

Dış Temsilciler Koordinatörü / General Coordinator of Foreign Edıtor

Dr. Zafer DANIŞ Sakarya University

Sosyal Paylaşım Ağları Sorumlusu / Social Sharing Nets Principal

Hasan KIZILDAĞ

ACADEMIC SOCIAL SCIENCE STUDIES
Uluslararası Hakemli Dergi / International Journal of Academic Social Science Studies
Number: 26 Summer II 2014

Hakemler / Referees

Prof. Dr. Abdullah KAHRAMAN	Cumhuriyet University
Prof. Dr. Abulkuddüs BİNGÖL	Atatürk University
Prof. Dr. Adem BAŞIBÜYÜK	Erzincan University
Prof. Dr. Adnan GÜRBÜZ	Cumhuriyet University
Prof. Dr. Ahmet GÜRSES	Atatürk University
Prof. Dr. Ali Osman UYSAL	Çanakkale Onsekiz Mart University
Prof. Dr. Altan ÇETİN	Gazi University
Prof. Dr. Asuman S. SARACALOĞLU	Adnan Menderes University
Prof. Dr. Bahattin DÜZGÜN	Atatürk University
Prof. Dr. Behçet Kemal YEŞİLBURSA	Abant İzzet Baysal University
Prof. Dr. Bilgehan PAMUK	Gaziantep University
Prof. Dr. Cemal YALÇIN	Cumhuriyet University
Prof. Dr. Cemalettin ÇOPUROĞLU	Fırat University
Prof. Dr. Cevat BAŞARAN	Atatürk University
Prof. Dr. Çiğdem ÜNAL	Atatürk University
Prof. Dr. Ejder OKUMUŞ	Eskişehir Osmangazi University
Prof. Dr. Enver Alper GÜVEL	Çukurova University
Prof. Dr. Erkan YAR	Fırat University
Prof. Dr. Esra BURCU	Hacettepe University
Prof. Dr. Esra MACAROĞLU AKGÜL	Yıldız Teknik University
Prof. Dr. Ferhat KOCA	Hitit University
Prof. Dr. Feridun MERTER	İnönü University
Prof. Dr. Firdevs GÜNEŞ	Bartın University
Prof. Dr. Gülden ERTUĞRUL	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Gülden SAĞOL YÜKSEKKAYA	Marmara University
Prof. Dr. Gülmira KURUOĞLU	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. H. İbrahim DELİCE	Cumhuriyet University
Prof. Dr. Haluk SELVİ	Sakarya University
Prof. Dr. Hamza GÜNDOĞDU	Atatürk University
Prof. Dr. Hasan Hüseyin BAYRAKLI	Afyon Kocatepe University
Prof. Dr. Hidayet AYDAR	İstanbul University
Prof. Dr. Huseyin GÜMÜŞ	Marmara University
Prof. Dr. İbrahim Hakkı AYDIN	Atatürk University
Prof. Dr. İbrahim TELLİOĞLU	Ondokuzmayıs University
Prof. Dr. İsmail ÇALIŞKAN	Cumhuriyet University
Prof. Dr. İsmail TAŞ	Necmettin Erbakan University
Prof. Dr. Kadir ÖZKÖSE	Cumhuriyet University
Prof. Dr. Kenan DEMİRAYAK	Atatürk University
Prof. Dr. M. Dursun ERDEM	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof. Dr. M. Hanefi PALABIYIK	Atatürk University
Prof. Dr. Mehmet Akif CEYLAN	Marmara University
Prof. Dr. Mehmet Ali BEYHAN	İstanbul University

Prof. Dr. Mehmet Durdu KARSLI	Çanakkale Onsekiz Mart University
Prof. Dr. Mehmet EVSİLE	Ondokuz Mayıs University
Prof. Dr. Mehmet Fatih KÖKSAL	Ahi Evran University
Prof. Dr. Mehmet Sinan TEMURLENK	Atatürk University
Prof. Dr. Mesut AYDIN	İnönü University Eğitim Fakültesi
Prof. Dr. Metin COŞAR	Cumhuriyet University
Prof. Dr. Mohammad ARAFAT	Karadeniz Teknik University
Prof. Dr. Mualla UYDU YÜCEL	İstanbul University
Prof. Dr. Muhittin ELİAÇIK	Kırıkkale University
Prof. Dr. Mukadder ERKAN	Atatürk University
Prof. Dr. Mustafa Hilmi BULUT	Cumhuriyet University
Prof. Dr. Mustafa TURAN	Gazi University
Prof. Dr. Nejat ERK	Çukurova University
Prof. Dr. Nevzat KAYA	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nimet ÖNÜR	Ege University
Prof. Dr. O. Faruk AKYOL	İstanbul Medeniyet University
Prof. Dr. Orhan KILIÇ	Fırat University
Prof. Dr. Ömür BÜTEV DOLĞUN	Artvin Çoruh University
Prof. Dr. Ruhattin YAZOĞLU	Atatürk University
Prof. Dr. Saliha KODAY	Atatürk University
Prof. Dr. Sedat CERECİ	Batman University
Prof. Dr. Selçuk ESENBEL	İstanbul 29 Mayıs University
Prof. Dr. Suna Timur AĞILDERE	Gazi University
Prof. Dr. Şaban SAĞLIK	Ondokuzmayıs University
Prof. Dr. Şuayip ÖZDEMİR	Fırat University
Prof. Dr. Tahir BALCI	Çukurova University
Prof. Dr. Temel YEŞİLYURT	Erciyes University
Prof. Dr. Tuğrul İNAL	Ufuk University
Prof. Dr. Turan ÖNDEŞ	Atatürk University
Prof. Dr. Turgut YİĞİT	Ankara University
Prof. Dr. Vedat KELEŞ	Atatürk University
Prof. Dr. Yusuf GÜRÇINAR	Çukurova University
Prof. Dr. Zafer CİRHİNLİOĞLU	Cumhuriy University
Prof. Dr. Zakir AVŞAR	Gazi University

Doç. Dr. Abdulkadir BAHARÇİÇEK	İnönü University
Doç. Dr. Abdulkadir GÜL	Erzincan University
Doç. Dr. Abdulkadir LEVENT	Batman University
Doç. Dr. Abdullah NARALAN	Atatürk University
Doç. Dr. Abdullah SOYSAL	Kilis Yedi Aralık University
Doç. Dr. Abdullah ŞENGÜL	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Abdurrahman ATEŞ	İnönü University
Doç. Dr. Abdüllatif TÜZER	Cumhuriyet University
Doç. Dr. Adem KARA	Abant İzzet Baysal University
Doç. Dr. Ahmet AĞCA	Dumlupınar University
Doç. Dr. Ahmet MUTLU	Ondokuz Mayıs University
Doç. Dr. Ahmet OCAK	Bolu Abant İzzet Baysal University
Doç. Dr. Ahmet Serkan ECE	Abant İzzet Baysal University

Doç. Dr. Ahmet ŞİMŞEK	Sakarya University
Doç. Dr. Ahmet YATKIN	Fırat University
Doç. Dr. Ahmet YİĞİT	Muğla Sıtkı Koçman University
Doç. Dr. Ahsen ARMAĞAN	Ege University
Doç. Dr. Ali ASLAN	Atatürk University
Doç. Dr. Ali Fuat ÖRENÇ	İstanbul University
Doç. Dr. Ali Haydar ŞAR	Sakarya University
Doç. Dr. Ali Murat AKTEMUR	Atatürk University
Doç. Dr. Ali TAN	İstanbul Medeniyet University
Doç. Dr. Alpaslan OKUR	Sakarya University
Doç. Dr. Alpaslan UÇAR	Abant İzzet Baysal University
Doç. Dr. Alper Cihan KONYALIOĞLU	Atatürk University
Doç. Dr. Aslan GÜLCÜ	Atatürk University
Doç. Dr. Aslı YAZICI	Çankırı Karatekin University
Doç. Dr. Aygül AYKUT	Erciyes University
Doç. Dr. Barış ÖZENER	Cumhuriyet University
Doç. Dr. Barış TAŞ	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Başaran GENÇDOĞAN	Atatürk University
Doç. Dr. Beyhan ASMA	Erciyes University
Doç. Dr. Cemal ELİTAŞ	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Cengiz AKBULAK	Çanakkale Onsekiz Mart University
Doç. Dr. Cüneyt EREN	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. D. Yelda KAĞNICI	Ege University
Doç. Dr. Damla BULUT	Niğde University
Doç. Dr. Diğdem SİYEZ	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Doğan YÖRÜK	Selçuk University
Doç. Dr. Dolunay AKGÜL BARIŞ	Abant İzzet Baysal University
Doç. Dr. Durdu Mehmet BURAK	Ahi Evran University
Doç. Dr. Ebru TEMİZ	Niğde University
Doç. Dr. Ebubekir SOFUOĞLU	Sakarya University
Doç. Dr. Enver TATAR	Atatürk University
Doç. Dr. Erdal ESER	Cumhuriyet University
Doç. Dr. Eren YÜRÜDÜR	Gaziosmanpaşa University
Doç. Dr. Erkan AKAR	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Eyup BEKİRYAZICI	Atatürk University
Doç. Dr. Eyüp AKMAN	Kastamonu University
Doç. Dr. Faruk YÜCEL	Ege University
Doç. Dr. Fatma Ebru İKİZ	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Ferit USLU	Hitit University
Doç. Dr. Fikret RAMAZANOĞLU	Sakarya University
Doç. Dr. Fikri SALMAN	Atatürk University
Doç. Dr. Fuat BOYACIOĞLU	Selçuk University
Doç. Dr. Gökhan DEMİRCİOĞLU	Karadeniz Teknik University
Doç. Dr. Gülbadi ALAN	Erciyes University
Doç. Dr. Gülşah BAŞOL	Gaziosmanpaşa University
Doç. Dr. Gürbüz OCAK	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Gürkan HAŞİT	Bilecik Şeyh Edebalı Ü.
Doç. Dr. Gürsoy ŞAHİN	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. H. Sibel ÜNALAN	Adnan Menderes University

Doç. Dr. Hakan SARIBAŞ	Bülent Ecevit University
Doç. Dr. Hakkı Engin GİDERER	Çankırı Karatekin University
Doç. Dr. Hakkı UYAR	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Halil İbrahim SAĞLAM	Sakarya University
Doç. Dr. Halim ÖZNURHAN	Erciyes University
Doç. Dr. Halit EV	Celal Bayar University
Doç. Dr. Hanife Nalan GENÇ	Ondokuz Mayıs University
Doç. Dr. Hanife Yasemin MUMCU	Adnan Menderes University
Doç. Dr. Hasan Ali ŞAHİN	Erciyes University
Doç. Dr. Hasan ARSLAN	Canakkale Onsekiz Mart University
Doç. Dr. Hasan BURAN	İnönü University
Doç. Dr. Hasan Güner BERKANT	Kahraman Maraş Sütçü İmam University
Doç. Dr. Hatice ÇUBUKÇU	Çukurova University
Doç. Dr. Hava SELÇUK	Erciyes University
Doç. Dr. Hüseyin KÖSE	Atatürk University
Doç. Dr. İbrahim KOPAR	Atatürk University
Doç. Dr. İbrahim SOYSALDI	Fırat University
Doç. Dr. İbrahim ŞİRİN	Kocaeli University
Doç. Dr. İsa KIZGUT	Akdeniz University
Doç. Dr. İsmail BOYACI	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. İsmail Hakkı NAKİLCİOĞLU	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Jülide Akyüz ORAT	Kafkas University
Doç. Dr. K. Oya PAKER	Ege University
Doç. Dr. Kadir PAKSOY	Harran University
Doç. Dr. Kemal DOYMUŞ	Atatürk University
Doç. Dr. Kemal DURUHAN	İnönü University
Doç. Dr. Koray ÖZCAN	Selçuk University
Doç. Dr. Kürşad YILMAZ	Dumlupınar University
Doç. Dr. M. Kayhan KURTULDU	Karadeniz Teknik University
Doç. Dr. Mahmut ÇINAR	Gaziantep University
Doç. Dr. Mahmut MASCA	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Mahmut ÖZTÜRK	Abant İzzet Baysal University
Doç. Dr. Mehmet ÇİÇEK	Gaziantep University
Doç. Dr. Mehmet DEMİRTAŞ	Bitlis Eren University
Doç. Dr. Mehmet ERDEM	Fırat University
Doç. Dr. Mehmet GÜNEŞ	Marmara University
Doç. Dr. Mehmet HASGÜLER	Lefke Avrupa University
Doç. Dr. Mehmet Sadık ÖNCÜL	Cumhuriyet University
Doç. Dr. Mehmet Serhat YILMAZ	Kastamonu University
Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Doç. Dr. Mehmet Yaşar ERTAŞ	Pamukkale University
Doç. Dr. Mehmet ZAMAN	Atatürk University
Doç. Dr. Melek ÖKSÜZ	Karadeniz Teknik University
Doç. Dr. Mesut ERŞAN	Eskişehir Osmangazi University
Doç. Dr. Murat AKÇAKAYA	Gazi University
Doç. Dr. Murat SUNKAR	Fırat University
Doç. Dr. Murat YILDIZ	Cumhuriyet University
Doç. Dr. Musa BİLGİZ	Atatürk University

Doç. Dr. Mustafa CİHAN	Atatürk University
Doç. Dr. Mustafa EKİNCİ	Harran University
Doç. Dr. Mustafa ERTÜRK	Muğla University
Doç. Dr. Mustafa Fadıl SÖZEN	Akdeniz University
Doç. Dr. Mustafa HOTAMIŞLI	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Mustafa ORAL	Akdeniz University
Doç. Dr. Mustafa ŞAHİN	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Mustafa YAVUZ	Necmettin Erbakan University
Doç. Dr. Mustafa YILDIZ	Erciyes University
Doç. Dr. Mustafa YILMAZLAR	Sakarya University
Doç. Dr. Mücahit DİLEKMEN	Atatürk University
Doç. Dr. Müjde Ker DİNÇER	Ege University
Doç. Dr. Nazan YELKİKALAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Doç. Dr. Nazmi KIRICI	Dumlupınar University
Doç. Dr. Nebahat GÖÇERİ	Cumhuriyet University
Doç. Dr. Necmettin AYGÜN	Aksaray University
Doç. Dr. Nesrin KULA DEMİR	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Nevzat GÜMÜŞ	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Nilay BAŞOK	Ege University
Doç. Dr. Nurettin TURGAY	Dicle University
Doç. Dr. Nuriye SEMERCİ	Bartın University
Doç. Dr. Okşan BAŞOĞLU	Gazi University
Doç. Dr. Orhan YAZICI	İnönü University
Doç. Dr. Özlem SERTKAYA DOĞAN	İstanbul University
Doç. Dr. Perihan YALÇIN	Gazi University
Doç. Dr. Recep KOÇAK	Gaziosmanpaşa University
Doç. Dr. Refik DİLBER	Atatürk University
Doç. Dr. Rıfat GÜNDAY	Ondokuz Mayıs University
Doç. Dr. Rıza KARAGÖZ	OndokuzMayıs University
Doç. Dr. Rüştü YEŞİL	Ahi Evran University
Doç. Dr. S. Sunay YILDIRIM DOĞRU	Dokuz Eylül University
Doç. Dr. Sabri KARADOĞAN	Dicle University
Doç. Dr. Sabriye SEVEN	Atatürk University
Doç. Dr. Sadiye TUTSAK	Uşak University
Doç. Dr. Salih Paşa MEMİŞOĞLU	Abant İzzet Baysal University
Doç. Dr. Sami KILIÇ	Fırat University
Doç. Dr. Sare ŞENGÜL	Marmara University
Doç. Dr. Selami ŞİMŞEK	Gümüşhane University
Doç. Dr. Selçuk DUMAN	Gaziosmanpaşa University
Doç. Dr. Selda İÇİN AKÇALI	Ege University
Doç. Dr. Selim YILMAZ	Marmara University
Doç. Dr. Serap DURUSOY	İzzet Baysal University
Doç. Dr. Serkan ŞEN	Ondokuzmayıs University
Doç. Dr. Seyfullah KARA	Karabük University
Doç. Dr. Sonel BOSNALI	Namık Kemal University
Doç. Dr. Soner YAVUZ	Bülent Ecevit University
Doç. Dr. Soyalp TAMÇELİK	Gazi University
Doç. Dr. Suat ÜNAL	Karadeniz Teknik University
Doç. Dr. Süleyman AKYÜREK	Erciyes University

Doç. Dr. Süleyman DÜNDAR	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Süleyman İNAN	Pamukkale University
Doç. Dr. Şahin KÖKTÜRK	Ondokuzmayıs University
Doç. Dr. Şenay Sezgin NARTGÜN	Abant İzzet Baysal University
Doç. Dr. Şevki ÖZBİLEN	Bayburt University
Doç. Dr. Şükrü YAPRAKLI	Atatürk University
Doç. Dr. Tevfik ERKAL	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Tevhit AYENGİN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Doç. Dr. Tuncay İMAMOĞLU	Atatürk University
Doç. Dr. Türkan ARGON	Abant İzzet Baysal University
Doç. Dr. Türkan ERDOĞAN	Pamukkale University
Doç. Dr. Ulvi KESER	Atılım University
Doç. Dr. Vedat ÇALIŞKAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Doç. Dr. Yasin SOYLU	Atatürk University
Doç. Dr. Yaşar KAYA	İnönü University
Doç. Dr. Yılmaz KARADENİZ	Muş Alparslan University
Doç. Dr. Yusuf CERİT	Abant İzzet Baysal University
Doç. Dr. Yusuf ÇETİN	Ağrı İbrahim Çeçen University
Doç. Dr. Yusuf DOĞAN	Cumhuriyet University
Doç. Dr. Yusuf KILIÇ	Pamukkale University
Doç. Dr. Yusuf TOPAL	Afyon Kocatepe University
Doç. Dr. Zeki KODAY	Atatürk University
Doç. Dr. Zülbiye TOLUK UÇAR	Abant İzzet Baysal University

Yrd. Doç. Dr. Abdullah HARMANCI	Necmettin Erbakan University
Yrd. Doç. Dr. Ali ALBAYRAK	Fırat University
Yrd. Doç. Dr. Aslı SAĞIROĞLU ARSLAN	Erciyes University
Yrd. Doç. Dr. Assiye AKA	Çanakkale Onsekiz Mart University
Yrd. Doç. Dr. Barış TOPTAŞ	Adıyaman University
Yrd. Doç. Dr. Bilge KARAMEHMET	İstanbul Arel University
Yrd. Doç. Dr. Bilge ÖZTÜRK	Kocaeli University
Yrd. Doç. Dr. Emine ERATAY	Abant İzzet Baysal University
Yrd. Doç. Dr. Gökhan GÖKULU	Çanakkale Onsekiz Mart University
Yrd. Doç. Dr. Hatice MEMİŞOĞLU	Abant İzzet Baysal University
Yrd. Doç. Dr. Mehmet ÖZGER	Muş Alparslan University
Yrd. Doç. Dr. Meltem AKIN KÖSTERELİOĞLU	Amasya University
Yrd. Doç. Dr. Musa ERKAYA	Fırat University
Yrd. Doç. Dr. Mustafa ALİCAN	Adıyaman University
Yrd. Doç. Dr. Mustafa Cevat ATALAY	Namık Kemal University
Yrd. Doç. Dr. Necmi GÖKYER	Fırat University
Yrd. Doç. Dr. Özcan BAYRAK	Adıyaman University
Yrd. Doç. Dr. Ramazan ERDAĞ	Eskişehir Osmangazi University
Yrd. Doç. Dr. Sibel Fügan VAROL	Yeni Yüzyıl University
Yrd. Doç. Dr. Tuncay BÖLER	Gaziosmanpaşa University
Yrd. Doç. Dr. Ünal TAŞKIN	Adıyaman University

Editörden

Merhaba;

Summer II 2014 sayısının yayınını yapmanın verdiği mutluluğu yaşamaktayız. JASSS (The Journal of Academic Social Science Studies) editör ekibi yayının sizlere elektronik ve baskı olarak ulaşmasında çok ciddi bir şekilde emek sarf etmektedir. Bunlarla birlikte yayın ve danışma kurulundaki öğretim üyelerine, yayınların doğru ve sağlıklı hakemlendirilmesini sağlayan alan editörlerine ve yayınların makaleye dönüşmesinde rehberlik eden, değerlendirmelerini bilimsel etik kuralları çerçevesinde yapan ve hızlı geribildirim yapan hakemlerimize müteşekkiriz. Ayrıca editorial board'da yer alan yabancı dil hakemlerine, indeks sorumlularına, redaktörlere, dış temsilcilikler koordinatörüne ve hukuk sorumlusuna ayrı ayrı teşekkürü bir borç bilirim.

JASSS'ın iş ve işleyişiyle ilgili iyileştirme çalışmalarına hızla devam ediyoruz. Farklı indekslere başvurup sonuçlarını bekliyoruz. Zaman içerisinde daha da genişlemesi için çabaladığımız kadromuzla dergimizin küresel çapta daha tanınması için gayret sarf ediyoruz. Sosyal bilimlerin her alanında akademik bilgiye duyulan ihtiyacı sağlamak, bunu yaygınlaştırmak amacıyla profesyonel danışmanlık şirketlerinden indekslerle alakalı danışmanlık hizmeti satın alıyoruz. Bu bağlamda Tübitak Ulakbim Dergi Park sistemi ile görüşmelere başladık. Yazışmalarımız neticesinde Lorient/Fransa merkezli son yayınımızı yapmaya karar verdik.

JASSS Summer II 2014 sayısında birbirinden değerli bilim adamlarının yazıları bulunmaktadır. Bu sayıda; Din Sosyolojisi, Matematik Eğitimi, Müzik, Müzik Eğitimi, Müzikoloji, Eski Türk Edebiyatı, Tarih, Sanat Tarihi, Coğrafya, Eğitim Bilimleri, Eğitim Yönetimi ve Denetimi, İşletme/Pazarlama, Uluslararası İlişkiler/Hukuk, İstatistik, Sosyoloji, Dilbilim, Fen Eğitimi, Türk Düşüncesi, Eğitim Programları ve Öğretimi, Temel İslami Bilimler, Tasavvuf, Psikoloji, Psikolojik Danışma ve Rehberlik, Sosyal Bilimler, Eğitim Teknolojisi, Kadın ve Hayat gibi farklı alanlardan hakem sürecini tamamlamış birbirinden değerli 35 makale bulunmaktadır.

JASSS Spring 2014 sayısı ile baskı olarak da yayın hayatına sürdürmeyi amaçlamıştır. Baskısını yaptığımız her sayıdaki 500 adet dergiyi Türkiye'nin farklı kütüphanelerine ulaştırdık ve ulaştırmaya da devam edeceğiz. Ulaştırılmasını istediğiniz farklı adresler var ise journal@jasstudies.com veya jasstudies@gmail.com adresine iletebilirsiniz.

Dergimize değer katacak önerilerinizi beklediğimizi bilmenizi isteriz. Summer II 2014 sayısının dünya bilimine faydalı olmasını dileriz. Saygılarımızla…

Dr. Serdar Yavuz
Editor of JASSS

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

LA NOTION DE PRISE EN CHARGE ENONCIATIVE EN TURC ORAL (EN COMPARAISON AVEC LE FRANÇAIS)
THE CONCEPT OF ENUNCIATIVE SUPPORT IN SPOKEN TURKISH (IN COMPARISON WITH FRENCH)
Prof. Dr. Selim YILMAZ
Marmara Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Fransız Dili ve Edebiyatı Bölümü
1-12

ERGENLERİN SOSYAL DUYGUSAL ÖĞRENME BECERİLERİNİN CİNSİYET VE SINIFA GÖRE İNCELENMESİ
AN INVESTIGATION OF ADOLESCENT' SOCIAL EMOTIONAL LEARNING SKILLS IN TERMS OF GENDER AND GRADE
Doç. Dr. Ender DURUALP
Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi Bölümü
13-25

DOĞU ANADOLU KARASAL İKLİMİNİN BELİRGİN OLARAK YAŞANDIĞI YÖRELERDEN BİRİ OLAN AĞRI İLİNİN İKLİM ÖZELLİKLERİ
CLIMATIC FEATURES OF THE PROVINCE OF AĞRI DOMINATED BY THE EASTERN ANATOLIA TERRESTRIAL CLIMATE
Doç. Dr. Faruk KAYA
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği ABD
27-55

ORTAÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN CİNSİYET VE OKUL TÜRÜNE GÖRE SALDIRGANLIK DÜZEYLERİ İLE EMPATİK EĞİLİM DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ (ÇORUM İLİ ÖRNEĞİ)
ANALYSIS AND EXAMINATION OF AGGRESSION LEVELS AND EMPATHETIC TENDENCY LEVELS OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS ACCORDING TO THE TYPE OF SCHOOL AND GENDER (CASE OF ÇORUM PROVINCE)
Doç. Dr. Filiz Fatma ÇOLAKOĞLU
Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

Nadir SOLAK
Çorum Seydim İlköğretim Okulu Beden Eğitimi Öğretmeni
57-66

TheJournal of Academic Social Science Studies
Number: 26 Summer II 2014

İSPANYA'DA ENDÜLÜS-İSLAM MEDENİYETİNDEN KALAN İZLER VE ESERLER-IV: GRANADA
THE REMAINS AND ARTICACTS OF ANDALUSIAN-ISLAMIC CIVILIZATION IN SPAIN-IV: GRANADA
Doç. Dr. Lütfi ŞEYBAN
Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü
67-83

ÇAĞDAŞ TÜRK DÜNYASI ŞAİRLERİNDE ANA DİLİ DEĞERİ
THE VALUE OF MOTHER TONGUE IN CONTEMPORARY POETS OF TURKISH WORLD
Doç. Dr. Nilgün AÇIK ÖNKAŞ
Muğla Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe Eğitimi Bölümü
85-96

EĞİTİM FAKÜLTELERİ GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ BÖLÜMÜ RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİ ANABİLİM DALLARI MÜFREDATINDA YER ALAN SANAT TARİHİ DERSLERİNİN ÖĞRETİM AMAÇLARINI GERÇEKLEŞTİRMEYE YÖNELİK ÇÖZÜMLEMECİ BİR YAKLAŞIM

THE DEPARTMENT OF FINE ARTS EDUCATION OF THE FACULTY OF EDUCATION AND DEPARTMENT OF ARTS EDUCATION AND CRAFTS TEACHING OF ART HISTORY COURSES FOR TEACHING PURPOSE TO REALIZE AN APPROACH RESORVE
Doç. Dr. Yusuf ÇETİN
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü
97-103

İLKÖĞRETİM OKULU ÖĞRETMENLERİNİN OKUL ORTAMINDA MORALE İLİŞKİN ALGILARI
THE PERCEPTIONS OF MORALE OF THE PRIMARY SCHOOL TEACHERS IN THE SCHOOL ENVIRONMENT
Doç. Dr. Salih Paşa MEMİŞOĞLU
Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü

Mümin Ali AYDIN
Bolu Mudurnu Cumhuriyet İlköğretim Okulu
105-122

RESİMSEL ANLATIM BAKIMINDAN "ACAİBÜ'L MAHLUKAT", "TERCÜME-İ MİFTAH CİFRÜ'L-CAMİ" VE "AHVÂL-İ KIYÂMET" ESERLERİNDEKİ MİTOLOJİK UNSURLAR
THE MYTHOLOGICAL ELEMENTS IN "ACAİBÜ'L MAHLUKAT", "TERCÜME-İ MİFTAH CİFRÜ'L-CAMİ" AND "AHVÂL-İ KIYÂMET" OPUSSES IN PICTORAL EXPRESSION
Doç. Dr. Yüksel GÖĞEBAKAN
İnönü Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi
123-141

BİLİMSEL OKURYAZARLIĞIN TESİSİNDE FEN ÖĞRETİM PROGRAMLARININ ROLÜ
THE ROLE OF SCIENCE TEACHING PROGRAM IN THE ESTABLISHMENT OF SCIENTIFIC LITERACY
Yrd. Doç. Dr. Ayşegül DERMAN
Gaziantep Üniversitesi Nizip Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü
143-157

BEDEN EĞİTİMİ DERSİNİN SOSYALLEŞMEYE OLAN ETKİSİNE İLİŞKİN İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİ VELİLERİNİN GÖRÜŞLERİ
THE OPINION OF PRIMARY SCHOOL STUDENT'S PARENTS ABOUT THE EFFECTS OF PHYSICAL EDUCATION ON SOCIALIZATION PROCESS
Yrd. Doç. Dr. Celal TAŞKIRAN
İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

Hasan SELÇUK
Malatya Barbaros Ortaokulu Beden Eğitimi Öğretmeni

Yrd. Doç. Dr. Yahya DOĞAR
İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
159-166

HAKİKATİ İNŞA ARACI OLARAK DİN DİLİ
LANGUAGE OF RELIGION AS MEANS OF CONSTRUCTION OF REALITY
Yrd. Doç. Dr. Erol ERKAN
Gaziantep Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü
167-179

ÖĞRETMEN VE YÖNETİCİ GÖZÜYLE ETKİLİ OKULDA YÖNETİCİ ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİ
DEFINING QUALITIES OF SCHOOL ADMINISTRATORS IN EFFECTIVE SCHOOLS FROM TEACHERS AND ADMINISTRATORS POINT OF VIEW
Yrd. Doç. Dr. H. İsmail ARSLANTAŞ
Siirt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü

Arş. Gör. Metin ÖZKAN (Eğitim Öğretim Planlamacısı)
Gaziantep Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü
181-193

KARİYER SAFHALARI İLE DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER BAĞLAMINDA KARİYER MEMNUNİYETİ VE MESLEKÎ BAĞLILIK İLİŞKİSİ: BÜRO YÖNETİCİLERİ, YÖNETİCİ ASİSTANLARI VE SEKRETERLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA
RELATIONSHIP BETWEEN CAREER SATISFACTION AND OCCUPATIONAL COMMITMENT IN THE CONTEXT OF CAREER STAGES WITH DEMOGRAPHIC VARIABLES: RESEARCH ON OFFICE MANAGERS, EXECUTIVE ASSISTANTS AND SECRETARIES
Yrd. Doç. Dr. Hakkı AKTAŞ
Bahçeşehir Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Kurumları Yöneticiliği Bölümü
195-212

DAVİD HELD'İN SINIFLANDIRMASINA GÖRE DEMOKRASİNİN KLÂSİK MODELLERİ
THE CLASSICAL MODELS OF DEMOCRACY ACCORDING TO DAVID HELD'S CLASSIFICATION
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin BAL
Yüzüncü Yıl Üniversitesi Erciş İşletme Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü
213-229

NECDET YAŞAR' IN GEÇİŞ TAKSİMLERİNİN MAKAMSAL VE TEKNİK YAPI YÖNÜNDEN İNCELENMESİ
EXAMINATION OF TRANSITION IMPROVISATIONS OF NECDET YAŞAR'S IN TERMS OF MODAL AND TECHNICAL CONSTITUTION
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin Serdar ÇAKIRER
Konya NEU Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü

Reyhan Alpa KOYUNCUOĞLU
Selçuk Üniversitesi Dilek Sabancı Devlet Konservatuvarı Türk Sanat Müziği Bölümü
231-245

ÖĞRETMENLERİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYİNİN ÖĞRETMEN LİDERLİĞİNE ETKİSİ
THE IMPACT OF TEACHERS' INDIVIDUAL INNOVATIVENESS LEVELS ON TEACHER LEADERSHIP
Yrd. Doç. Dr. Meltem AKIN KÖSTERELİOĞLU
Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü

Fatih DEMİR
Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi
247-256

ALBERT CAMUS'NÜN "BİR ALMAN DOSTA MEKTUPLAR" YAPITINDA ZAMAN VE UZAM
ALBERT CAMUS'S "LETTERS TO A GERMAN FRIEND" IN THE BOOK OF TIME AND PLACE
Yrd. Doç. Dr. Mustafa SOLMAZ
Yüzüncü Yıl Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu
257-267

KUTSAL METİNLERDE VE HADİSLERDE HZ. ÂDEM –TESPİT VE DEĞERLENDİRME-
PROPHET ADAM ACCORDING TO THE HOLY BOOKS AND HADITHS
Yrd. Doç. Dr. Nurullah AGİTOĞLU
Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Temel İslam Bilimleri Bölümü
269-287

TAHRİR DEFTERLERİNE GÖRE XVI. YÜZYILDA ÇORUMLU KAZASINDA (NEFS-İ ÇORUMLU) TEŞEKKÜL EDEN MAHALLELER
ACCORDING TO TAHRİR REGISTERS, SITUATED NEIGHBORHOODS IN ÇORUM IN 16TH CENTURY
Yrd. Doç. Dr. Rafet METİN
Kırıkkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği ABD
289-300

MEDYADA YER ALAN TEMSİLLERİN KİMLİK EDİNME SÜRECİNDEKİ ROLÜ
THE ROLE OF MEDIA REPRESENTATIONS IN THE PROCESS OF IDENTIFICATION
Yrd. Doç. Dr. Sibel Fügan VAROL
Yeni YüzYıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi Radyo-Televizyon ve Sinema Bölümü
301-313

EFFECTS OF SOCIO-DEMOGRAPHICAL FACTORS ON MASLOW'S NEEDS OF HIERARCHY: AN APPLICATION ON EDUCATORS IN DIFFERENT POSITIONS IN ANKARA
SOSYO DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİN MASLOW'UN İHTİYAÇLAR HİYERARŞİSİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ANKARA'DA FARKLI KADEMEDEKİ EĞİTİMCİLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA
Assistant Professor Dr. Sinan SARAÇLI
Afyon Kocatepe University Faculty of Arts and Sciences Department of Statistics

Assistant Professor Dr. Mustafa Aydın BAŞAR
Çanakkale Onsekiz Mart University Faculty of Education Department of Educational Sciences

Teacher Başak CENGİZ ERDOĞMUŞ
Kocaeli İnkılap Primary School

Ph. D. Student Cengiz GAZELOĞLU
Anadolu University Faculty of Sciences Department of Statistics
315-328

KÜLTÜR VE SANAT İLETİŞİMİ ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'DE SANAL MÜZELERİN GELİŞİMİ
THE DEVELOPMENT OF VIRTUAL MUSEUMS IN TURKEY: AS PERSPECTIVE OF CULTURE AND ART COMMUNICATION
Yrd. Doç. Dr. Şeyda BARLAS BOZKUŞ
Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü
329-344

OSMANLI DEVLETİ'NİN BALKANLARDA BİRLİKTE YAŞAMA KÜLTÜRÜNÜ GELİŞTİRMEK İÇİN UYGULADIĞI POLİTİKALARA ÖRNEKLER
EXAMPLES OF THE OTTOMAN STATE'S, WHICH APPLIED FOR DEVELOP TO CO-EXISTENCE POLICY IN THE BALKANS
Yrd. Doç. Dr. Tunca ÖZGİŞİ
Yalova Üniversitesi Hukuk Fakültesi İnsan Hakları ABD
345-356

THE IMPACT OF CITY FORMATION IN GREAT SELJUKS OF ON THE CITY CULTURE OF ANATOLIAN SELJUKS
BÜYÜK SELÇUKLU ŞEHİR YAPILANMASININ ANADOLU SELÇUKLU ŞEHİR KÜLTÜRÜ ÜZERİNE TESİRİ
Assist. Prof. Dr. Tülay METİN
Abant İzzet Baysal Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü / Abant Izzet Baysal University Faculty Of Arts And Sciences Department Of History
357-370

CAM TAVAN, KADIN VE EKONOMİK ŞİDDET
GLASS CEILING, WOMAN AND ECONOMIC VIOLENCE
Yrd. Doç. Dr. Veda BİLİCAN GÖKKAYA
Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü
371-383

SABAHATTİN KUDRET AKSAL'IN "SOYUT ODA" ADLI ÖYKÜSÜ ÜZERİNE BİR İNCELEME
A STUDY ON SABAHATTİN KUDRET AKSAL'S SHORT STORY CALLED "SOYUT ODA"
Yrd. Doç. Dr. Veysel ŞAHİN
Fırat Üniversitesi İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü
385-404

ULUSLARARASI İLİŞKİLERDE HEGEMONYA OLGUSU VE ABD HEGEMONYASININ SİYASAL VE KÜLTÜREL KAYNAĞI: "AMERİKAN İSTİSNACILIĞI" YA DA "AÇIK/KAÇINILMAZ YAZGI"
THE PHENOMENON OF HEGEMONY IN INTERNATIONAL RELATIONS AND THE POLITICAL AND CULTURAL SOURCE OF THE US HEGEMONY: "AMERICAN EXCEPTIONALISM" OR "MANIFEST DESTINY"
Dr. Bülent ŞENER
Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Uluslararası İlişkiler Bölümü
405-420

AYAKKABI TASARIMI VE ÜRETİMİ LİSANS PROGRAMINA YÖNELİK EĞİTİM İHTİYAÇLARININ BELİRLENMESİ
DEFINING THE EDUCATIONAL NEEDS FOR AN UNDERGRAUDATE DEGREE PROGRAM IN FOOTWEAR DESIGN AND MANUFACTURING IN TURKEY
Öğr. Gör. Dr. Perihan TUNÇ
Selçuk Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi El Sanatları Tasarımı ve Üretimi Bölümü

Doç. Dr. Yavuz ERİŞEN
Yıldız Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü
421-438

ÖĞRETMEN ADAYLARININ BİLGİ OKURYAZARLIK DÜZEYLERİ VE ELEŞTİREL DÜŞÜNME EĞİLİMLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA
A RESEARCH ABOUT INFORMATION LITERACY LEVEL AND CRITICAL THINKING TENDENCIES OF THE TEACHER CANDIDATES
Arş. Gör. Dr. Beyza KARADENİZ BAYRAK
Yıldız Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi
439-456

TheJournal of Academic Social Science Studies
Number: 26 Summer II 2014

TÜRKİYE'DE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE KULLANILAN BİLGİSAYAR DESTEKLİ KALIP HAZIRLAMA SİSTEMLERİNDEN ASSYST, KONSANCAD VE LECTRA SİSTEMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI
THE COMPARISON OF ASSYST, KONSANCAD AND LECTRA SYSTEMS WHICH ARE COMPUTER- SUPPORTED PATTERN PREPARATION SYSTEMS USED IN READY-MADE CLOTHING SECTOR IN TURKEY
Arş. Gör. Mücella ÖZKAN
Selçuk Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Moda Tasarımı Bölümü
457-471

İLKÖĞRETİM 8. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN CEBİRSEL DÜŞÜNME BECERİLERİNİN SOLO TAKSONOMİSİ İLE İNCELENMESİ
INVESTIGATION OF THE 8TH GRADE STUDENTS' ALGEBRAIC THINKING SKILLS WITH SOLO TAXONOMY
Arş. Gör. Osman BAĞDAT
Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü

Doç. Dr. Pınar ANAPA SABAN
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü
473-496

LOUISE ERDRICH'S CONSCIOUSNESS ABOUT THE ARRIVAL OF THE WHITE MAN
LOUISE ERDRICH'İN BEYAZ ADAMIN GELİŞİYLE İLGİLİ BİLİNCİ
Research Assistant Sabahattin YEŞİLÇINAR
Muş Alparslan University Faculty Of Education Foreign Language Education

Assist. Prof. Dr. Bülent Cercis TANRITANIR
Yüzüncü Yıl University Faculty Of Letters Department Of English Language And Literature
497-505

OTİSTİK BİR ÖĞRENCİYE ADI SÖYLENEN ÇALGIYI GÖSTEREBİLME ÖĞRETİMİNDE EŞZAMANLI İPUCUYLA ÖĞRETİMİN ETKİLİLİĞİ
THE EFFICIENCY OF TEACHING WITH SIMULTANEOUS PROMPTING TECHNIQUE WHILE TEACHING AN AUTISTIC STUDENT TO SHOW THE INSTRUMENT MENTIONED
Didem Mutlu KARŞIYAKALI
Öğretmen, Eyüp Sultan Ortaokulu, İstanbul

Yrd. Doç. Dr. Jale DENİZ
Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Müzik Öğretmenliği Ana Bilim Dalı

Yrd. Doç. Dr. Ayten DÜZKANTAR UYSAL
Anadolu Üniversitesi Engelliler Araştırma Enstitüsü
507-520

ÇATI KAVRAMI ÜZERİNE

ABOUT THE VOICE TERM

Seda YILMAZ

TC Stuttgart Başkonsolosluğu Eğitim Ataşeliği Türkçe ve Türk Kültürü Öğretmeni

521-535

YAYIM VE YAZIM KURALLARI

Genel İlkeler

1. *Jasss (The Journal of Academic Social Science Studies),* uluslararası hakemli bir dergi olup yayın yeri Lorient-Fransa'dır. Yılda 4 (dört) sayı olarak yayımlanır. Gerektiği durumlarda bu sayıların dışında özel sayılar ve ek sayılar yayımlayabilir.

2. *Jasss (The Journal of Academic Social Science Studies)*, Eğitim Bilimlerinin tüm alanları, İlahiyat, İktisadi ve İdari Bilimler Alanı, Resim, Müzik, Beden Eğitimi, Tarih, Sanat Tarihi, Coğrafya, Dilbilim, Edebiyat gibi sosyal bilimlerin tüm alanlarıyla ilgili bilimsel makaleler, röportajlar, çeviriler, tanıtım yazıları vb. çalışmaları yayınlayan akademik bir dergidir.

3. Bilimsel makaleler, röportajlar, çeviriler, tanıtım yazılarının dergi sistemine eklenmesi, yazının yayınlanması için başvuru olarak kabul edilir ve yazı hakem sürecine gönderilir.

4. *Jasss (The Journal of Academic Social Science Studies)* gönderilen yazıların bütün telif hakları dergiye ait olup, JASSS dergisinden izin alınmaksızın başka bir yerde yayınlanamaz, çoğaltılamaz, kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Ayrıca yazılardan doğabilecek herhangi bir yasal sorumluluk yazarlarına aittir. Editöryel ekip yazı üzerinde istediği değişikliği yapma hakkına sahiptir.

5. *Jasss'ın (The Journal of Academic Social Science Studies)*yayın dili Fransızca, Türkçe, İngilizce ve Almancadır. Ancak gerektiği takdirde diğer dillerde de yazı kabul edilebilir.

6. Makalenin başında **en az 200 kelimeden** oluşan **Türkçe (özet) ve İngilizce (Abstract),** 5 kelimelik **Türkçe (Anahtar Kelimeler)** ve **İngilizce (KeyWords); Türkçe** ve **İngilizce başlığa** yer verilmelidir. Bu şartları yerine getirmeyen yazılar hakem sürecini tamamlasalar bile yayımlanmazlar.

7. *Jasss'a (The Journal of Academic Social Science Studies)* gönderilen yazılar hakem sürecine gireceği için, sisteme eklenen yazıların içine isim veya yazarın kimliğini deşifre edici bilgiler konulmamalıdır. Makalenin hakem süreci tamamlandıktan sonra yazar veya yazarlar ile ilgili bilgiler makaleye editör tarafından eklenecektir.

8. *Jasss'ta (The Journal of Academic Social Science Studies)* makale sisteme yazar tarafından yüklendikten sonra aşağıdaki süreçler gerçekleşmektedir. Yüklenen makale editör/editör yardımcıları tarafından yayım ve yazım kurallarına uygunluk kontrolü yapılmaktadır. Editör onayı tamamlandıktan sonra yazı hakemlere yönlendirilmektedir. Editör onayından geçen her makale için üç hakem atanmaktadır. Bu hakemlerden biri yabancı dil özet hakemidir. Diğer iki hakem ise ilgili anabilim dalında uzman akademisyenlerden oluşmaktadır. Yazar kendi ana sayfasından makalesinin hakem sürecini takip etmelidir.

9. *Jasss'ta (The Journal of Academic Social Science Studies)* makaleler, e-posta adresi ve parolayla girilen kişisel sayfadan gönderildikten sonra, aynı sistemden makalelerin hakem süreci takip edilebilir. Bu aşamadan sonra, düzeltmelerin yapılması için, bütün hakemlerden (1 yabancı dil, 2 alan hakemi) raporların gelmesi beklenmelidir. Çünkü yazarlar, sisteme bir kez düzeltme ekleyebilmektedirler. Bir hakemin istediği düzeltmeyi yapıp yazı sisteme eklendiğinde, sonraki aşamada ikinci bir hakemin de düzeltme istemesi durumunda istenen düzeltmeler yapılamayacaktır.

10. Dergi sistemine eklenen yazılar daha önce başka bir yerde yayımlanmış olmamalıdır. Sempozyum bildirileri ise, durumun makale içinde belirtilmesiyle yayınlanabilir.

11. Metnin sonunda **KAYNAKÇA** başlığı altında atıf yapılan eserler, yazar soyadı sırasına göre yazar soyadı büyük adı küçük yazılmış bir şekilde düzenlenmelidir.

12. *Jasss'a (The Journal of Academic Social Science Studies)* yazar veya hakem olarak üye olunurken istenilen bütün bilgiler eksiksiz olarak doldurulmalıdır. Özgeçmiş başlığında yazarın/hakemin çalışma ve ilgi alanları sıralanmalıdır. Anabilim dalı başlığında ise önce anabilim dalı sonra da bilim dalı yazılmalıdır. Ör: İşletme/Yönetim ve Organizasyon; Türk Dili ve Edebiyatı/Yeni Türk Dili.

13. *Jasss'ta (The Journal of Academic Social Science Studies)* hakem sürecini tamamlamış makaleler için şirket hesabına yatırılmak üzere 170 TL ücret alınmaktadır. Hakem süreci tamamlanmış makaleler ücreti yatırıldıktan sonra tasarım şirketine gönderilmektedir. JASSS elektronik ortamda yayınlandıktan sonra bir aylık süre içerisinde yazarlara/sorumlu yazarlara kargo ile (kargo bedeli yazar tarafından karşılanmak suretiyle) gönderilecektir.