

e-ISSN: 2149-5939



IJ§ER

Volume: 6 Issue:1

Year: 2020

*International Journal of Social Sciences and
Education Research*



e-ISSN: 2149-5939



IJ§ER

Volume:6 Issue:1

Year: 2020

*International Journal of Social Sciences and
Education Research*

Editors

Prof. Dr. Mahmut DEMİR
Isparta University of Applied Sciences, Isparta, Turkey

Prof. Dr. Şirvan Şen DEMİR
Süleyman Demirel University, Isparta, Turkey

hosted by
**Turkish
JournalPark**
ACADEMIC

Editors/Editörler

Prof. Dr. Mahmut DEMİR
Isparta University of Applied Sciences, Isparta, Turkey

Prof. Dr. Şirvan Şen DEMİR
Süleyman Demirel University, Isparta, Turkey

Contact / İletişim

Address/Adres: Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eğirdir,
Isparta - Türkiye

Tel: +90 (246) 3133447

Fax: +90 (246) 3133452

E-mail: journal.ijsser@gmail.com

Web: <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijsser>

Unless otherwise indicated, all materials on these pages are copyrighted by the IJSSER. All rights reserved. No part of these pages, either text or image may be used for any purpose. Therefore, reproduction, modification, storage in a retrieval system or retransmission, in any form or by any means, electronic, mechanical or otherwise, for reasons other than academic and scientific use, is strictly prohibited without prior written permission. IJSSER is context of TÜBİTAK Journal Park Project.

Dergide yayınlanan makalelerin tüm yayın hakları IJSSER'e aittir. Yayınlanan makaleler yayın kurulunun yazılı izni olmadan herhangi bir amaçla kısmen veya tamamen hiçbir şekilde elektronik, ya da basılı olarak kopya edilemez, çoğaltılamaz ve yayınlanamaz. Bilimsel ve akademik araştırmalar için kurallara uygun alıntı ve atıf yapılabilir. IJSSER TÜBİTAK DergiPark Projesi kapsamındadır.

Legal Responsibility: The authors and translators are responsible for the contents of their paper.

Yasal Sorumluluk: Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına ve çevirmenlerine aittir.

SCIENTIFIC AND ADVISORY BOARD / BİLİM VE DANIŞMA KURULU

- Dr. Adi FAHRUDIN-Center for Social Welfare Research and Development, INDONESIA
Dr. Alessandro DANOVI - University of Bergamo, ITALY
Dr. Catarina do Vale BRANDÃO - The University of Porto, PORTUGAL
Dr. Celina MANITA - University of Porto, PORTUGAL
Dr. Ekant VEER -University of Canterbury, NEW ZEALAND
Dr. Ekaterina GALIMOVA - American University of Central Asia, KIRGHIZISTAN
Dr. Eleni SELLA - National and Kapodistrian University of Athens, GREECE
Dr. Elmira MƏMMƏDOVA-KEKEÇ - Khazar University, AZERBAIJAN
Dr. Ermira QOSJA - Universiteti Europian i Tiranes, ALBANIA
Dr. Erzsébet CSEREKLYE - Eötvös Loránd University, HUNGARY
Dr. Ewa OZIEWICZ - University of Gdańsk, POLAND
Dr. Fred DERVIN - University of Helsinki, FINLAND
Dr. Gözde YİRMİBEŞOĞLU - Akdeniz University, TURKEY
Dr. Gueorgui PEEV - New Bulgarian University, BULGARIA
Dr. Ilze IVANOVA - University of Latvia, LATVIA
Dr. Indra ODİNA - University of Latvia, LATVIA
Dr. İsmail SEVINÇ - N. Erbakan University, TURKEY
Dr. Joanna BŁASZCZAK - University of Wrocław, POLAND
Dr. Juan José Padiel BENTICUAGA - University of Málaga, SPAIN
Dr. Kevin NIELD - Sheffield Hallam University, ENGLAND
Dr. Ksenofon KRISAFI - Universiteti Europian i Tiranes, ALBANIA
Dr. Lejla SMAJLOVIĆ - University of Sarajevo, BOSNIA AND HERZEGOVINA
Dr. Lilia HALIM - Universiti Kebangsaan Malaysia, MALAYSIA
Dr. Ljudmil GEORGIEV - New Bulgarian University, BULGARIA
Dr. Muammer TUNA - Muğla S. Koçman University, TURKEY
Dr. Nesrin ŞALVARCI TÜRELİ – S. Demirel University, TURKEY
Dr. Oktay EMİR - Anadolu University, TURKEY
Dr. Olga DEBICKA - University of Gdańsk, POLAND
Dr. Ozan BAHAR - Muğla S. Koçman University, TURKEY
Dr. Phatima MAMARDASHVILI - Tbilisi State University, GEORGIA
Dr. Puiu NISTOREANU - Academia de Studii Economice din Bucureşti, ROMANIA
Dr. Qızılgül ABBASOVA - Baku State University, AZERBAIJAN
Dr. Tamar DOLBAIA -Tbilisi State University, GEORGIA
Dr. Yusuf GÜNAYDIN – International Final University, TRNC

Focus and Scope: *International Journal of Social Sciences and Education Research* is a peer-reviewed online journal which publishes original research papers. *IJSSER* welcomes submissions related to academic and scientific practices, approaches, applied research studies, critical reviews on major issues, development of new technologies and tools in social science and education research in English or Turkish.

Peer Review Process: All submitted manuscripts by author(s) are subject to initial appraisal by the section editors to peer review as a double-blind by at least two independent and expert referees. For the article to be published, at least two referees agree on the publication of the work.

Indexes & Databases:

- *OAJI- Open Academic Journals Index*
- *Google Scholar*
- *RAS- Russian Academic Science*
- *tei-Turkish Education Index*
- *ESJI - Eurasian Scientific Journal Index*
- *ISI - International Scientific Indexing*
- *DRJI - Directory of Research Journals Indexing*
- *SIS - Scientific Indexing Services*

Odak ve Kapsam: Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları Dergisi orijinal araştırma makalelerini yayınlayan hakemli online bir dergidir. *IJSSER* Sosyal Bilimler ve Eğitim Araştırmaları ile ilgili uygulamalar, yaklaşımlar, araştırma çalışmaları, önemli konularda kritik yorumlar, yeni teknolojilerin ve araçların geliştirilmesini içeren akademik ve bilimsel içeriğe sahip İngilizce veya Türkçe hazırlanmış her türlü makaleyi kabul etmektedir.

Değerlendirme süreci: Yazar(lar) tarafından gönderilen çalışmalar öncelikle bölüm editörleri tarafından değerlendirilerek alanından uzman ve birbirinden bağımsız, yazarlarla akademik olarak eş düzeydeki en az iki hakeme gönderilmektedir. Makalenin yayımlanması için en az iki hakemin olumlu görüş bildirmesi şarttır.

İndeks ve Veri tabanları:

- *OAJI- Open Academic Journals Index*
- *Google Scholar*
- *RAS- Russian Academic Science*
- *tei-Turkish Education Index*
- *ESJI - Eurasian Scientific Journal Index*
- *ISI - International Scientific Indexing*
- *DRJI - Directory of Research Journals Indexing*
- *SIS - Scientific Indexing Services*

Table of Contents / İindekiler

Cover-Contents / Kapak-İindekiler	<i>i-vi</i>
★ Ampirik Araştırma Makaleleri	
Son ile başlangı arasında kalmış bir durum: lm algısı <i>Gamze TESKERECİ, Adem SMEN, Abdullah ESİRGENLER, şiva ABDULLAH</i>	<i>1-10</i>
İslamofobi ve medya: "The Stone Merchant" film afişinin göstergebilimsel analizi <i>Nurettin GZ, Mahmut BİNGÖL, Hayrullah YANIK</i>	<i>11-30</i>
The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy <i>Filiz KARA</i>	<i>31-40</i>
Akademisyen dijitalleşme leđi geliştirilmesi <i>Pinar KOÇ, Mehmet ALBAYRAK</i>	<i>41-53</i>
Restoran aydınlatmasının menüden yemek seçimine etkisi <i>Esra şAHİN, İrfan YAZICIOğLU</i>	<i>54-66</i>
Turizm rencilerinin turizm bilinci ile ilgili algıları <i>Yeşim KOBAY</i>	<i>67-79</i>
Koronavirs (Covid-19) salgınının Trkiye'de turizm zerindeki nclleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi <i>Mahmut DEMİR, Yusuf GNAYDIN, şirvan şen DEMİR</i>	<i>80-107</i>
Bilim ve Sanat Merkezi (BİLSEM) rencilerinin ahlaki olgunluk düzeylerinin incelenmesi <i>Ferdi KILIÇ, Mücahit SEVİNÇ</i>	<i>108-124</i>
★ Derleme Makaleler	
Coronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri <i>Ozan BAHAR, Nur ÇELİK İLAL</i>	<i>125-139</i>
Türkiye'nin COVID-19 pandemisi sırasında yaptığı uluslararası insani yardımların kavramsal erevesi <i>Onur şEN</i>	<i>140-149</i>

Son ile başlangıç arasında kalmış bir durum: Ölüm algısı¹

A situation between the end and start: Death perception

Gamze Teskereci², Adem Sümen³, Abdullah Esirgenler⁴ ve Şiva Abdullah⁵

Gönderilme tarihi/Received date: 25 / 12 / 2019

Kabul tarihi/Accepted date: 31 / 03 / 2020

Öz

Bu çalışma ile hemşirelik bölümü öğrencilerinin ölüm kavramına ilişkin algılarının metaforlar aracılığıyla ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu çalışmada kalitatif araştırma yöntemleri arasında yer alan “olgu bilim” deseni kullanılmıştır. Çalışma grubunu bir fakültede hemşirelik bölümünde öğrenim gören öğrenciler oluşturmuştur. Çalışmaya 63 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerden “Ölüm benzer. Çünkü” cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Metaforların analizinde “içerik analizi”nden yararlanılmıştır. Öğrencilerin %58.7’si kadın ve %84.1’i birinci sınıf öğrencisidir. Öğrenciler, ölüm kavramına ilişkin 46 farklı metafor üretmiştir. Hemşirelik öğrencilerinin ölüm kavramına ilişkin ürettikleri metaforlar “başlangıç”, “son”, “sonsuzluk” ve “gizem” olmak üzere dört kategoride toplanmıştır. Bu çalışma ile ölüm kavramının “son” ile “başlangıç” arasında kalmış bir durum olarak tanımlandığı görülmüştür. Hemşirelik öğrencilerinin ölüm kavramına ilişkin algılarını ortaya çıkarmaya yönelik daha fazla çalışma yürütülmesi önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: ölüm, algı, kalitatif, metafor, hemşirelik öğrencisi

Abstract

The aim of this study is to reveal the perceptions of nursing students about the concept of death through metaphors. The study conducted for this purpose is a phenomenology which is designed based on the qualitative research paradigm. The study group consisted of students studying in the nursing department of a faculty. The study was completed with 63 students. Nursing students were asked to complete a prompt “Death is like because”. Content analysis was used to analyze metaphors. 58.7% of the students are women and 84.1% are first year students. Students produced 46 different metaphors related to the concept of death. The metaphors produced by nursing students regarding the concept of death are grouped into four categories as “beginning”, “end”, “eternity” and “mystery. In this study, the concept of death was defined as a situation between “end” and “beginning”. It is recommended that further studies are conducted to examine the perceptions of nursing students about the concept of death.

Keywords: death, perception, qualitative, metaphor, nursing student

1. Giriş

Ölüm tüm canlıların paylaştığı evrensel bir gerçek, kaçınılmaz bir olgudur (Aradilla-Herrero, Tomás-Sábado, & Gómez-Benito, 2013; Göçmen Baykara, Gül, Hanönü, Durmuş İskender, Eren, & Yalım, 2016; Şahin, Demirkıran ve Adana, 2016). Ölüm, yaşanan ancak nasıl ve ne zaman

¹ Bu çalışma 18. Ulusal Hemşirelik Öğrencileri Kongresi’nde poster bildiri olarak sunulmuştur.

² Sorumlu Yazar, Dr. Öğretim Üyesi, Akdeniz Üniversitesi Kumluca Sağlık Bilimleri Fakültesi, Doğum ve Kadın Hastalıkları Hemşireliği ABD Öğretim Üyesi, Antalya, Türkiye gteskereci@akdeniz.edu.tr

³ Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi Kumluca Sağlık Bilimleri Fakültesi, Halk Sağlığı Hemşireliği ABD Öğretim Elemanı, Antalya, Türkiye

⁴ Akdeniz Üniversitesi Kumluca Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü Öğrencisi

⁵ Akdeniz Üniversitesi Kumluca Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü Öğrencisi

olacağı bilinmeyen bir gerçektir (Keskin, 2005). Tanımlaması kolay olmayan ölüm olgusu karşısında birey, ona birtakım anlamlar yüklemektedir. Ölüme yüklenen anlam bireyin inançları, gelenekleri ve sosyal çevresiyle ilişkili olarak değişkenlik göstermektedir (Aradilla-Herrero ve ark., 2013; Tanhan & İnci, 2009). Ölüm bazılarında göre bir yok oluşken, bazılarında göre de ölümsüz bir yaşamın başlangıcıdır (Şahin ve ark., 2016). İnsanın “ölmek zorunda olan bir varlık” olduğunun bilincinde olması, onu derinden etkilemektedir (Tanhan & İnci, 2009; Sezer & Saya, 2009). Çünkü ölüm, varoluşa yönelik güçlü bir tehdittir. Öte yandan ölüm gerçeği ile yüzleşmek bireyde kaygı yaratırken aynı zamanda onu yaşama bağlayan, varoluşunu anlamlandıran bir neden de olabilmektedir (Tanhan, 2013; Tanha & İnci, 2009). Ölüm gerçeğinin farkında olan birey, yaşamını bütünüyle daha anlamlı ve dolu yaşayabilmekte, bu gerçeği kabullenen birey, korkulu ve kötümser bir ruh halinden çıkıp, değerlerini gerçekleştirebileceği bir yaşama yönelebilmektedir (Tanhan & İnci, 2009).

Günümüzde ölümün genellikle hastanelerde olması, sağlıkla ilgili mesleklerde çalışanlara ve özellikle de hasta ile daha yakın ilişkide bulunan hemşirelere büyük sorumluluklar yüklemektedir (Öz, 2004). Hemşirelik öğrencileri de eğitimleri süresince ölmekte olan hastalarla karşılaşmakta ve bu hastalara bakım verme sürecini öğrenmektedir (Heise & Gilpin, 2016; Özdelikara, Ağaçdiken Alkan, Mumcu Boğa, & Şahin, 2016). Ölmekte olan hastalara bakım verme sürecinde, bu hastaları yaşamlarının son döneminde rahat ettirmek, bakım ihtiyaçlarını karşılamak, onurlu bir şekilde ölmelerine yardımcı olmak ve ölüm sürecine şahit olmak hemşirelik öğrencilerinde kaygı, korku gibi psikososyal sorunlara neden olabilmektedir (Koç & Sağlam, 2008; Şahin ve ark., 2016). Yapılan çalışmalarda ölmek üzere olan hastaya bakım veren öğrenci hemşirelerin yetersizlik, çaresizlik, anksiyete, kaygı, keder, üzüntü, korku, ümitsizlik gibi duygular yaşadıkları belirlenmiştir (Cavaye & Watts 2010; Cooper & Barnett, 2005; Koç & Sağlam 2008; Uysal, Ceylan & Koç, 2019).

Hemşirelik öğrencilerinin ölüme yönelik duygu ve düşünceleri, ölüme yaklaşan hastaya verdikleri bakımın kalitesini etkilemektedir (Aradilla-Herrero ve ark., 2013; Koç & Sağlam, 2008). Hemşirelik öğrencilerinin ölüm sürecindeki hasta ve ailesine gerekli yardımı sunabilmesi, öncelikli olarak kendi duygularını tanıyıp, kontrol edebilmesi ile mümkündür (Uçar, 1997). Hemşirelik öğrencilerinin ölüm kavramına yönelik duygu ve düşüncelerinin, eğitimleri sürecinden itibaren incelenmesi, öğrencilerin bu duygularını ifade edebilmelerine ve kendilerini geliştirebilmelerine olanak sağlayacaktır (Hurtig & Stewen, 1990).

Metafor, insanın dünyayı algılamasını şekillendirmektedir. Aydın (2018)'ın belirttiğine göre; Lakoff ve Johnson (1980)'ın Metafor Kuramı'nda metaforu “yalnızca dil değil, aynı zamanda bireyin farkında olmadığı düşünceleri, öznel deneyimlerini iletme ve ifade etmek için kullandığı bir araç” olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 2018). Bireyler kendi duygu ve düşüncelerini ya da başka bir bireyin duygu ve düşüncelerini tanımlarken sıklıkla metaforlara başvurmaktadır. Bu da bireylerin hayat görüşlerinin belirlenmesinde ve olayları algılayış biçiminin ortaya çıkarılmasında önemli olmaktadır. Metaforlar hem gerçeği yansıttığı hem de gerçeği yarattığından bireylerin dünyayı nasıl algıladığını anlamak için bir anahtardır. Bu yüzden bireylerin değerlerini, varsayımlarını ve gizli anlamlarını ortaya çıkarmayı sağlamaktadır (Aydın, 2018; Geçit & Gençer, 2011).

Bu çalışma ile, hemşirelik bölümü öğrencilerinin “ölüm” kavramına ilişkin algılarının metaforlar aracılığıyla ortaya çıkartılması amaçlanmıştır. Çalışmada hemşirelik bölümünde öğrenim gören öğrencilerin ölüm kavramına ilişkin metaforları nelerdir? sorusunun yanıtı aranmıştır.

2. Yöntem

2.1. Araştırma deseni

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemleri içinde yer alan “olgu bilim” deseni kullanılmıştır. Olgu bilim deseni, farkında olduğumuz fakat derinlemesine ve detaylı bir anlayışa sahip olamadığımız olgular üzerine yoğunlaşmaktadır. Olgu bilim deseni, anlamını tam olarak anlayamadığımız algıları ortaya çıkarmayı amaçlayan çalışmalarda kullanılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2011).

2.2. Araştırmanın yeri ve zamanı

Bu çalışma Kumluca Sağlık Bilimleri Fakültesi’nde Hemşirelik Bölümü’ne kayıtlı olan öğrencilerle, Ocak-Şubat 2019 tarihinde yürütülmüştür.

2.3. Çalışma grubu ve katılımcılar

Çalışma grubunu Kumluca Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü birinci ve ikinci sınıfa kayıtlı 137 öğrenci oluşturmuştur. Bu araştırmaya 75 öğrenci katılmış, 63 öğrenci ile araştırma tamamlanmıştır.

2.4. Verilerin toplanması

Veri toplama formunda öğrencilerin cinsiyet, sınıf, hemşirelik bölümünü okumaktan memnun olma durumu ve bölümü tercih etme nedenini sorgulayan dört soru yer almıştır. Ayrıca bu formda öğrencilerin ölüm kavramını hangi metaforla ilişkilendirdiklerini belirlemek amacıyla “Ölüm benzer. Çünkü” cümlesi yer almıştır. Yedi öğrenci bu cümleyi tamamlamadığı, beş öğrencinin yazdığı cümle içinde metafor yer almadığı için 12 öğrenci çalışma dışı bırakılmış ve 63 öğrenci ile bu çalışma tamamlanmıştır.

2.5. Verilerin analizi ve yorumlanması

Öğrencilerin ölüm kavramına ilişkin ürettikleri metaforların analizinde, “içerik analizi”nden yararlanılmıştır. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır (Yıldırım & Şimşek, 2011).

İçerik analizi; adlandırma, tasnif etme, kategori geliştirme, geçerlik ve güvenilirliği sağlama ve verileri bilgisayar ortamına aktarma aşaması olmak üzere beş basamakta gerçekleştirilmiştir. Adlandırma aşamasında; araştırmaya katılan öğrencilerin ürettiği metaforlar listelenerek, metaforların belirgin ve net bir şekilde olup olmadığı incelenmiştir. Herhangi bir metaforun yer almadığı kağıtlar belirlenmiş ve araştırmadan dışlanmıştır. Tasnif etme aşamasında; her bir metafor, diğer metaforlarla olan benzerlikleri ya da ortak özellikleri bakımından ayrıştırılarak listelenmiştir. Öğrencilerin ifade ettikleri metaforlar detaylı bir şekilde okunup gözden geçirilerek bilgisayara kaydedilmiş, her bir araştırmacı ayrı ayrı okuyarak değerlendirmiştir. Daha sonra her bir metafor; metafor konusu, metafor kaynağı ve ikisi arasındaki ilişki açısından incelenmiş ve metafor listesi oluşturulmuştur. Kategori geliştirme aşamasında “metafor listesi” dikkate alınarak toplam dört kategori oluşturulmuştur. Geçerlik ve güvenilirliği sağlama aşamasında; ulaşılan dört kategori başlığı altında verilen metaforların, söz konusu bir kavramsal kategoriye temsil edip etmediğinin sağlanmasını yapmak amacıyla iki öğretim elemanının görüşüne başvurulmuştur. Birden fazla kodlayıcının yaptığı kodlamalarda kodlayıcılar arası güvenilirliğin hesaplanması gerekmektedir. Bu nedenle veri kodlayıcıları arasındaki uyumu bulmak için Cohen’s Kappa katsayısı hesaplanmıştır.

Bu hesaplamada bulunan değerler doğrultusunda araştırmacılar arasında uyum değerlendirilmiştir. Uyum değer aralığı 0.20 veya 0.20'den küçükse "zayıf uyum", 0.21-0.40 arasında ise "ortanın altında uyum", 0.41-0.60 arasında ise "orta düzey uyum", 0.61-0.80 aralığında ise "iyi düzeyde uyum" ve 0.81-1.00 aralığında ise "çok iyi düzeyde uyum" şeklinde yorumlanmaktadır (Kılıç, 2015). Bu çalışmada uyum oranı 0.96 bulunmuştur. Bu değer, araştırmacılar arasındaki uyumun çok iyi düzeyde olduğunu göstermektedir. Verileri bilgisayar ortamına aktarma aşamasında ise; bütün veriler bilgisayara Word şeklinde aktarılmıştır.

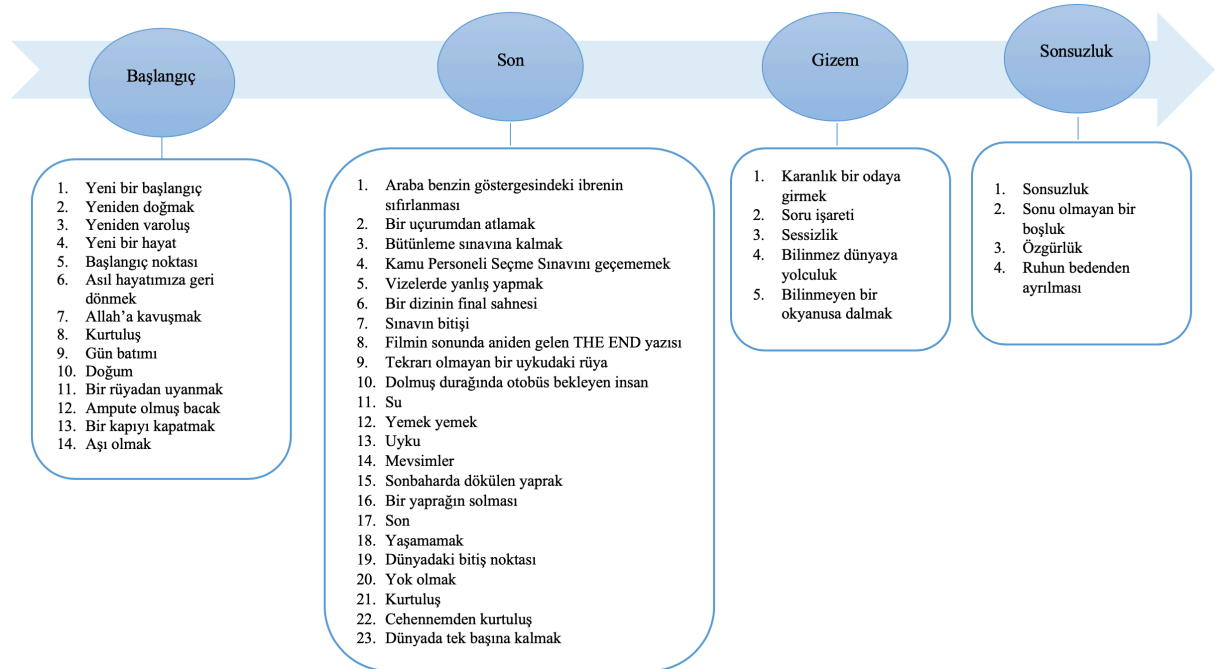
2.6. Araştırma etiği

Araştırmanın yürütülebilmesi için kurum izin yazısı alınmıştır. Ayrıca öğrencilere bu araştırmanın amacı ve araştırmadan beklenen yararlar açıklanmış, öğrencilerden herhangi bir zorlama olmaksızın kendi özgür seçimlerine dayanarak bu araştırmaya katılmayı kabul ettiklerine ilişkin yazılı ve sözlü izinler (bilgilendirilmiş onam) alınmıştır.

3. Bulgular

Bu çalışmayı 63 öğrenci tamamlamıştır. Öğrencilerin %58.7'si kadın ve %84.1'i birinci sınıf öğrencisidir.

Öğrenciler, ölüm kavramına ilişkin 46 farklı metafor üretmiştir. Öğrencilerin en çok ürettiği üç metafor "yeni bir başlangıç" (f=6), "kurtuluş" (f=6) ve "uyku" (f=4) dur. Öğrencilerin ölüm kavramına ilişkin ürettikleri metaforlar; "başlangıç", "son", "sonsuzluk" ve "gizem" olmak üzere dört kategoride toplanmıştır (Şekil 1).



Şekil 1. Öğrencilerin ölüm kavramına yönelik geliştirdiği metaforlar ve metaforların kategorilere göre dağılımı

3.1. Başlangıç kategorisi

Öğrenciler ölüm kavramını "yeni bir başlangıç", "yeniden doğmak", "yeniden varoluş", "yeni bir hayat", "başlangıç noktası", "doğum" gibi metaforlarla tanımlamışlardır. Öğrencilerin

metaforlarından da anlaşılacağı üzere, “ölüm” kavramı bir yok oluş ya da bitiş olarak değil, bir başlangıç olarak algılanmaktadır. Ölümü yeni bir başlangıçla açıklayan altı öğrenci şu açıklamayı yapmıştır: “*Ölüm yeni bir başlangıçtır. Çünkü ölümden sonra tekrar doğacağız (K,17)...yeni bir hayat var (E,18)... yeni bir hayata gözümüzü açıyoruz (K,19)... ahiretteki yeni hayatımızın başlangıcıdır (E,39)... dünya fani (E,42)... ölüm gerçektir. Yeni bir kapıdır. Bu kapı insanın sonsuzluğuna açılır. Sonsuza açılan kapının başlangıcıdır (E,51)*”. Bir öğrenci ise ölüm ile doğum kavramını ilişkilendirmiştir: “*Ölüm doğuma benzer. Çünkü ikisinde de yeni bir hayat başlıyor (E,49)*”. Öğrencilerden biri ise ölüm kavramını ampute olmuş bir bacağa benzeterek şunları paylaşmıştır: “*Ölüm ampute olmuş bir bacağa benzer. Çünkü ilk duyduğunda ampute olacağımı hayatın biter, onsuz olmaz gibi düşünürsün. Sonra bi bakarsın ki bacağının olduğu halini unuttuğumuş, yeni haline yeni bir başlangıç yapmışsındır (K,29)*”.

3.2. Son kategorisi

Öğrenciler ölüm kavramını “arabanın benzin göstergesindeki ibrenin sıfırlanması”, “bir dizinin final sahnesi”, “yaprığın solması”, “uyku” gibi metaforlarla tanımlamışlardır. Öğrencilerin yaklaşık yarısının ölümü bir son, geri dönüşü olmayan bir durum olarak algıladığı görülmüştür. Ölümü bir filmin son sahnesine benzeten bir öğrenci bunu şu şekilde açıklamıştır: “*Ölüm, filmin sonunda aniden gelen THE END yazısına benzer. Çünkü film hiç bitmeyecek gibi devam ederken filmin aniden bitmesi gibi hayatımızı da hiç sonlanmayacak gibi yaşarız, ama hayat aniden karşımıza THE END yazısını çıkarır (E,10)*”. Öğrencilerden bazıları ise ölümü sınavı geçememek olarak tanımlamışlardır. “*Ölüm bütünleme sınavına kalmaya benzer. Çünkü o zaman hayatının sonu gelmişsindir (K,5)*”.

Öğrencilerden bazıları ise ölüm kavramını doğa ile ilişkilendirmiş ve ölümü “mevsimler,” “kış mevsimi”, “sonbaharda dökülen yaprak”, “bir yaprığın solması” metaforları ile açıklamıştır. Ölümü mevsime benzeten öğrenci bu durumu şu şekilde açıklamıştır: “*Ölüm mevsimlere benzer. Çünkü ölüm ilkbahar gibi doğar ve büyür; yaz gibi olgunlaşır, mutluluk sarar; sonbahar gibi yapraklarını döker ve kış gibi serttir, alacağını alıp götürür (K,62)*”. Bir öğrenci ise ölümü kaçılmaz bir durum olarak açıklamak için şu benzetmeyi yapmıştır: “*Ölüm bir yaprığın solmasına benzer. Çünkü bir yaprak yeşildir. İlk doğduğunda büyür yetişir, mevsimler geçer zamanı geldiğinde solar, yaşlanır, toprakla bütünleşir (K,61)*”. Ölüm için zaman kavramını vurgulamak isteyen bir öğrenci ise şu açıklamayı yapmıştır: “*Ölüm dolmuş durağında otobüs bekleyen insana benzer. Çünkü ölüm gelince o dolmuşu binip gidiyoruz (K,20)*”.

Bu kategoride öğrencilerin en çok ifade ettiği metafor “kurtuluş”tur: “*Ölüm kurtuluşa benzer. Çünkü her şey geridedir (K,3)... yeterince haksızlık yaşandı, artık adalet olmalıdır (K6)... bütün dertler son bulur (K,16)... dünyadaki sorumlulukların bittiği yerdir (K,26)... Dünyanın boş heveslerle, zamanı öldürmek olduğunu düşünüyorum (E,37)*”. Öğrencilerden biri ise ölümü “cehennemden kurtuluş” metaforu ile açıklamıştır: “*Ölüm cehennemden kurtuluşa benzer. Çünkü dünya berbat, ikiyüzlü, kendini beğenmişlerle dolu bir yerdir (E,4)*”.

“Son” kategorisinde bazı öğrencilerin ölüm kavramını başlangıç ve son arasında kalan bir durum olarak tanımladığı görülmüştür: “*Ölüm bir dizinin final sahnesine benzer. Çünkü film biter, başka bir film başlar (E,23)*”, “*Ölüm bir uykuya benzer. Çünkü gece yatarken gün bitmiştir ama yarın başlayacaktır, tıpkı ölümün dünya hayatını bitirip gerçek hayatı başlattığı gibi (K,52)*”.

3.3. Sonsuzluk kategorisi

Öğrencilerden bazıları ise ölüm kavramını “sonsuzluk”, “sonu olmayan bir boşluk”, “özgürlük” ve “ruhun bedenden ayrılması” metaforları ile açıklamışlardır. Öğrencilerden biri ölümü özgürlük ile ilişkilendirmiştir: “*Ölüm özgürlüğe benzer. Çünkü bedenimiz ruhumuzun hapisanesidir. Derimiz ve kanımız, tutsaklığımızın demir parmaklıklarıdır. Ama sonunda çürür. Ölüm her şeyi küle çevirir ve böylece ölüm her ruhu serbest bırakıp özgür kılar (K,53)*”. Başka bir öğrenci ise ölümü ruhun bedenden ayrılması olarak açıklamıştır: “*Ölüm ruhun bedenden ayrılmasına benzer. Çünkü zaman geçirdiğini bilip ona göre başka bir hayata geçiş yapmak gibidir” (K,59)*.”

3.4. Gizem kategorisi

Öğrencilerden bazıları ölüm kavramının gizemini “karanlık bir odaya girmek”, “soru işareti”, “sessizlik”, “bilinmeyen bir okyanusa dalmak”, “bilinmeyen bir dünyaya yolculuk” metaforları ile açıklamışlardır. Ölümü karanlık bir odaya girmeye benzeten öğrenci bunu şu şekilde açıklamıştır: “*Ölüm karanlık bir odaya girmeye benzer. Çünkü seni neyin beklediğini asla bilemezsin (K11)*”. İki öğrenci ise ölümü sessizliğe benzetmiştir: “*Ölüm sessizliğe benzer. Çünkü hiçbir duyum yoktur (K,32)... ölen kişi hayata sessizce elveda eder (E,48)*”.

4. Tartışma, sonuç ve öneriler

Hemşirelik öğrencilerinin ölüme ilişkin algılarını ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada, öğrencilerin ölümü tanımlamak için 46 farklı metafor kullandığı belirlenmiştir. Bu metaforlar “başlangıç”, “son”, “sonsuzluk” ve “gizem” olmak üzere dört kategoride toplanmıştır. Ölüm evrensel bir deneyim olsa da, bireyler tarafından ölüme yüklenen anlam, kültürle göre farklılık göstermektedir (Tanhan & İnci, 2009). Jo ve An (2012)’nin Koreli hemşirelik öğrencilerinin ölüm kavramına ilişkin algılarını metaforlar yoluyla ortaya çıkarmayı amaçladıkları çalışmalarında, öğrencilerin ölüme ilişkin ürettikleri metaforlar “istirahat”, “korku”, “ayrılış” ve “yeni yaşam” olmak üzere dört kategoride toplanmıştır. Kore’de yürütülen bu çalışmada ortaya çıkan kategoriler ile bizim çalışmamızda ortaya çıkan kategoriler örtüşmektedir.

Bu çalışmada öğrencilerin yaklaşık yarısının ölümü son olarak algıladığı ortaya çıkmıştır. Ay (2013)’in çalışmasında hemşirelerin %29’u ölümü son olarak tanımlarken, %27’si başlangıç ve sonsuzluk olarak tanımlamıştır. Usta, Aygün ve Sağlam (2016)’ın çalışmasında ise hemşirelik öğrencilerinin yarısından fazlasının ölüm kavramını yaşamın ve her şeyin sonu olarak tanımladıkları, İnci ve Öz (2009) çalışmasında da hemşirelerin yaklaşık üçte birinin ölümü yaşamın son bulması olarak tanımladıkları belirlenmiştir. Ülkemizde yürütülen iki çalışmada hemşirelik öğrencileri ölüm kavramını “yaşamın son bulması”, “ahiret hayatının başlangıcı”, “sonsuz yaşamın başlangıcı”, “fizyolojik fonksiyonların durması”, “sonsuzluk” “doğal hayatın parçası”, “yeni bir hayat”, “boyut değiştirme, mekan değiştirme”, “sevdiklerinden ayrılma” şeklinde tanımlamışlardır (Taşdemir & Gök 2012; Uysal ve ark., 2019). Kore’deki hemşirelik öğrencilerinin ölüm algılarının incelendiği bir başka çalışmada ise, öğrencilerin yaklaşık yarısı ölüm kavramını “yaşamın son süreci” olarak tanımlamıştır (Han & Lee, 2009). Hemşirelik öğrencilerinin ölümü bir “son” olarak görmesi, ölümün “yokluk” olarak anlamlandırılması ve ölümden sonra artık yaşanacak bir şey kalmadığına inanmalarıyla ilgili olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmaya katılan öğrencilerin ürettikleri metaforlarda ölüm kaçınılmaz, doğal ve yaşamın sonlandığı bir olay olmakla birlikte, başlangıç olarak da görülmektedir. Çalışmamızda öğrencilerin üçte birinin ölüm kavramına ilişkin ürettiği metaforlar “başlangıç” kategorisi altında

toplannmıştır. Tanhan ve Arı (2006)'nın çalışmasında üniversite öğrencilerinin yarısından fazlası ölümü yeni bir hayatın başlangıcı, mutlak son ve başka bir formda yeniden hayata dönme olarak belirtmişlerdir. Usta ve arkadaşları (2016)'nın çalışmasında ise hemşirelik öğrencilerinin %38'nin ölümü sonsuz bir yaşam için yeni bir başlangıç ve yeniden doğuş olarak tanımladığı, Zaybak ve Erzincanlı (2016)'nın çalışmasında da hemşirelerin %35'inin ölümü "yeni bir yaşamın başlangıcı" olarak tanımladığı belirlenmiştir. Koku ve Ateş (2016)'in çalışmasında ise hemşirelerin %11.2'si yeni bir başlangıç, %10.4'ü bir yaşamdan yeni bir yaşama geçmek ve %10'u sonsuzluk olarak tanımlamıştır. Bizim çalışmamızda hemşirelik öğrencilerinin bazılarına göre, ölümle birlikte biyolojik varlık sonlansa bile ölümün bir yok oluş olmadığı anlaşılmaktadır. Öğrencilerin ölümü başlangıç olarak tanımlamaları, öğrencilerin ölümden sonra da yaşamın varlığına inanmalarıyla ilişkili olduğunu düşündürmüştür.

Ölümlerle her an iç içe olan insan, ölüm kavramı üzerine düşünerek ölüme ilişkin tutumlar geliştirmiştir. İnsanın zihninde gelişen ölüm kavramı dini, felsefi, ahlaki ve hukuki pek çok alanda onun davranışlarını ve yaşam tarzını belirlemiştir (Tanhan & İnci, 2009). Hemşirelik öğrencilerinin ölüme ilişkin kendi duygu ve tutumlarını sorgulamaları, onların ölmekte olan birey ve ailesiyle etkili kişilerarası iletişim becerilerini kullanarak gerekli desteği verebilmelerini, daha nitelikli fiziksel ve ruhsal bakım sunmalarını sağlayacaktır (Yılmaz, 2010). Ayrıca hemşirelik öğrencilerinin ölüme ilişkin kendi duygu ve tutumlarını sorgulamalarını, onların yaşamın anlamı üzerine düşünmelerini sağlayacaktır (Hwang, Lin & Chen, 2005; Liu, Su, Chen, Chiang, Wang, & Tzeng, 2011). Liu ve ark. (2011)'nin çalışmasında hemşirelik öğrencilerinin ölüme ilişkin duygusal tepkilerinin değerlendirildiği bir çalışmada, öğrencilerden kendi ölümlerine odaklanmaları istenmiş, çalışma sonunda öğrenciler anın değerini keşfettiklerini, hemşirelik mesleğine bağlılıklarının arttığını ve yaşamın değerinin daha fazla farkında olduklarını belirtmişlerdir. Tayvan'da hemşirelik öğrencileri 13 hafta süresince kurs, video, film, oyun, simülasyon, kitap, ödev ve grup çalışmalarının olduğu bir yaşam-ölüm program çalışmasına katılmış ve program sonunda öğrencilerde yaşamın anlamında olumlu yönde değişim olduğu belirlenmiştir (Hwang, ve ark., 2005). Bu nedenle öncelikle hemşirelik öğrencilerinin ölüme ilişkin algılarının ortaya çıkarılması önemlidir.

Hemşirelik öğrencilerinde ölüm algısının metaforlar aracılığıyla ortaya çıkarıldığı bu çalışmada, genel olarak öğrencilerin ölüm kavramına ilişkin olumlu algıya sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca öğrencilerin büyük çoğunluğunun ölüm kavramını son ve başlangıç içeren metaforlarla açıkladığı görülmüştür. Öğrencilerden bazılarının ise ölüm kavramını sonsuzluk ve gizem içeren metaforlarla açıkladığı belirlenmiştir. Hemşirelik öğrencilerinin ölüme ilişkin algılarını ortaya koyan kalitatif çalışmaların yürütülmesi önerilmektedir.

Kaynaklar

- Aradilla-Herrero, A., Tomás-Sábado, J. & Gómez-Benito, J. (2013). Death attitudes and emotional intelligence in nursing students. *OMEGA*, 66(1), 39-55.
- Ay, M.A. (2013). Hemşirelerin ölüm, ölümcül hasta ve ötenaziye ilişkin tutumları. (Yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Aydın, T. (2018). Lakoff ve Johnson'ın metafor kuramı ve eski Türkçe ile orta Türkçede birleşik fiillerde yük metaforu. *SUTAD*, 44, 163-181.
- Cavaye, J., & Watts, J.H. (2010). End-of-life education in the preregistration nursing curriculum: Patient, carer, nurse and student perspectives. *Journal of Research in Nursing*, 17(4), 317-326.

Teskereci, G., Sümen, A., Esirgenler A. ve Abdullah, Ş. (2020). Son ile başlangıç arasında kalmış bir durum: Ölüm algısı. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 1-10.

- Cooper, J., & Barnett, M. (2005). Aspects of caring dying patients which cause anxiety to first year student nurses. *International Journal of Palliative Nursing*, 11(8), 423-430.
- Geçit, Y., & Gençer, G. (2011). Sınıf öğretmenliği 1. sınıf öğrencilerinin coğrafya algılarının metafor yoluyla belirlenmesi (Rize Üniversitesi Örneği). *Marmara Coğrafya Dergisi*, 23, 1-19.
- Göçmen Baykara, Z., Gül, Ş., Hanönü, S., Durmuş İskender, M., Eren, H. & Yalım, Y. (2016). Hekimlik ve hemşirelik eğitiminde ihmal edilmiş alan: ölüm. *Türkiye Klinikleri Medical Ethics, Law and History-Special Topics*, 2(3), 66-72.
- Han, J., & Lee, Y. (2009). Nursing students' attitude toward death and perception on hospice care. *Journal of Korean Oncology Nursing*, 9, 95-103.
- Heise, B.A., & Gilpin, L.C. (2016). Nursing students' clinical experience with death: a pilot study. *Nursing Education Perspectives*, 37(2), 104-106.
- Hurtig, W.A., & Stewin, L. (1990) The effect of death education and experience on nursing students' attitude towards death. *Journal of Advanced Nursing*, 15, 29-34.
- Hwang, H., Lin, H., & Chen, W. (2005). Evaluation of life and death studies course on attitudes toward life and death among nursing students. *Kaohsiung Journal of Medical Sciences*, 21(12), 552-560.
- İnci, F., & Öz, F. (2009). Ölüm eğitiminin hemşirelerin ölüm kaygısı, ölüme ilişkin depresyon ve ölümcül hastaya tutumlarına etkisi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 10(4), 253-260.
- Jo, K.H., & An, G.J. (2012). Death metaphors in Korean undergraduate nursing students. *Holistic Nursing Practice*, 26(2), 79-86.
- Keskin, G.Ü. (2005). Ölmekte olan hastaya kognitif davranışsal hemşirelik yaklaşımı. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 21(2), 125-134.
- Kılıç, S. (2015). Kappa testi. *Journal of Mood Disorders*. 5(3), 142-144.
- Koç, Z., & Sağlam, Z. (2008). Hemşirelik öğrencilerinin yaşam sonu bakım ve ölüm durumuna ilişkin duygu ve görüşlerinin belirlenmesi. *C. Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 12(1), 14-21.
- Koku, F., & Ateş, M. (2016). Terminal dönem hasta bakımının niteliğini geliştirmede hemşirelerin ölüme ilişkin deneyim ve tutumları. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 3(2), 99-104.
- Liu, Y., Su, P., Chen, C., Chiang, H., Wang, K., & Tzeng, W. (2011). Facing death, facing self: nursing students' emotional reactions during an experiential workshop on life-and-death issues. *Journal of Clinical Nursing*, 20(5-6), 856-863.
- Öz, F. (2004). Sağlık alanında temel kavramlar: Kayıp, ölüm ve yas süreci. 1. baskı. Ankara: İmaj iç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi.
- Özdelikara, A., Ağaçdiken Alkan, S., Mumcu Boğa, N., & Şahin, D. (2016). Öğrenci hemşirelerde ölüm kaygısı. *Samsun Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(1), 117-132.
- Sezer, S., & Saya, P. (2009). Gelişimsel açıdan ölüm kavramı. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13, 151-165.
- Şahin, M., Demirkıran, F., & Adana, F. (2016). Hemşirelik öğrencilerinde ölüm kaygısı, ölmekte olan bireye bakım verme isteği ve etkileyen faktörler. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 7(3), 135-141.
- Tanhan, F. (2013). Ölüm eğitiminin üniversite öğrencilerinde ölüm kaygısı ve psikolojik iyi olmaya etkisi, *Van Yüzcüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(1), 184-200.
- Tanhan, F., & Arı, F. (2006). The meaning university students give to death and death anxiety levels according to their department. *Van Yüzcüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3, 34-43.

Teskereci, G., Sümen, A., Esirgenler A. ve Abdullah, Ş. (2020). A situation between the end and start: Death perception. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 1-10.

- Tanhan, R., & İnci, İ.A. (2009). Ölüm Eğitimi. Ankara: Pegem Akademi
- Taşdemir, G., & Gök, F. (2012). Bir sağlık yüksekokulu'nda okuyan öğrencilerin ölüm kaygılarının belirlenmesi. *International Journal of Human Sciences*, 9(2), 303-317.
- Uçar, H. (1997). Ölüm Kavramı ve Ölümcül Hastada Hemşirelik Bakımı, Hemşirelik Esasları El Kitabı (editör: Meliha Atalay), İstanbul: Birlik Ofset Ltd Şti.
- Usta, E., Aygin, D., & Sağlam, E. (2016). Knowledge and opinions of nursing students on palliative care: A university example. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4405-4415.
- Uysal, N., Ceylan, E., & Koç, A. (2019). Hemşirelik bölümü öğrencilerinin ölmekte olan bireyin bakımına ilişkin tutumları, Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 8(1), 98- 105.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (8. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, M. (2010). Kayıp yaşantısı: bir olgu sunumu. *Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi*, 2(3), 150-154.
- Zaybak, A., & Erzincanlı, S. (2016). Hemşirelerin ölüme karşı tutumları. *Uluslararası Hakemli Hemşirelik Araştırmaları Dergisi*, 6, 16-29.

Extended abstract in English

Nursing students encounter dying patients during their education and learn how to care for them. In the process of caring for dying patients, making these patients comfortable in the last period of their lives, meeting their care needs, helping them die with dignity and witnessing the death process can cause psychosocial problems such as anxiety and fear in nursing students. In the studies, it was determined that nursing students who caring for the patient in the terminal period experienced feelings of inadequacy, helplessness, anxiety, anxiety, grief, sadness, fear, hopelessness. Nursing students' feelings and thoughts about death play a very important role in the quality of care. It is possible for nursing students to provide the necessary assistance to the patient and family in the process of death, primarily by recognizing and controlling their own emotions. The examination of nursing students' feelings and thoughts about the concept of death from the beginning of their education will enable students to express these feelings and improve themselves. The aim of this study is to reveal the perceptions of nursing students about the concept of death through metaphors.

The study conducted for this purpose is a phenomenology which is designed based on the qualitative research paradigm. The study group consisted of students studying in the nursing department of a faculty. The study was completed with 63 students. Nursing students were asked to complete a prompt “*Death is like because*”. 58.7% of the students are women and 84.1% are first year students. 85.7% of the students stated that they were pleased to study nursing department. 43.6% of the students stated that they prefer nursing department because of the ease of finding a job. Students produced 46 different metaphors related to the concept of death. The three most metaphors produced are “a new beginning” (f = 6), “salvation” (f = 6) and “sleep” (f = 4). The metaphors produced by nursing students regarding the concept of death are grouped into four categories as “beginning”, “end”, “eternity” and “mystery”.

In this study in which the perception of death in nursing students was revealed by means of metaphors, it was observed that in general, students had positive perception about the concept of death. In addition, it was seen that the majority of students explained the concept of death with metaphors containing the beginning and the end. Some of the students explained the concept of death with metaphors containing infinity and mystery. It is recommended to conduct qualitative studies that reveal the perceptions of nursing students about death.

İslamofobi ve medya: “The Stone Merchant” film afişinin göstergebilimsel analizi¹

Islamophobia and media: semiological analysis of film poster of "The Stone Merchant"

Nurettin Güz², Mahmut Bingöl³ ve Hayrullah Yanık⁴

Gönderilme tarihi/Received date: 13 / 01 / 2020

Kabul tarihi/Accepted date: 05 / 04 / 2020

Öz

İslamofobi, temel anlamda İslam ve Müslüman nefreti ve düşmanlığı olarak adlandırılmaktadır. Kökeni, İslam'ın doğuşuna kadar uzanan İslamofobik düşünce ve tutumların özellikle bazı dönemlerde daha yoğun bir şekilde gündeme geldiği gözlemlenmektedir. Günümüzde İslam dünyası üzerindeki İslamofobik faaliyetler oldukça yoğun ve karmaşık bir şekilde cereyan etmektedir. Medya bu süreçteki en etkili propaganda aracı olarak görev yapmaktadır. Kitle iletişiminin her türlü mecrasından İslam dünyası aleyhinde kin ve nefret duygularını tetikleyen, Müslümanları ötekileştiren türlü faaliyetler yürütülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, öncelikle İslamofobi kavramı ve tarihi, ardından İslamofobi'nin öne çıkan nedenleri üzerinde kısaca durulmaktadır. Daha sonra, İslamofobik algıda medyanın yeri ve rolü örnekler üzerinden ele alınmaktadır. Son olarak çalışma kapsamında, örneklem olarak seçilmiş olan “The Stone Merchant” film afişi, göstergebilimsel açıdan değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *İslamofobi, Medya, The Stone Merchant, Afiş, Göstergebilim*

Abstract

Islamophobia is basically called Islam and Muslim hatred and hostility. The origins of Islamophobic thoughts and attitudes dating back to the birth of Islam, especially in some periods, have occurred more intensely. Today Islamophobic activities on the Islamic world are much more intense and complex. The media is the most effective means of propaganda in this process. Numerous activities are being carried out to increase Muslims' hatred and grudge against the Islamic world through all forms of mass communication. In this respect, firstly the concept and history of Islamophobia and then the reasons of Islamophobia are briefly discussed in this study. Later, the place and role of the media in the Islamophobic sense is studied through examples. The last, in the scope of the study, the sample film poster of "The Stone Merchant" is evaluated from the standpoint of semiotics.

Keywords: *Islamophobia, Media, The Stone Merchant, Poster, Semiology*

1. Giriş

“Korku” kavramının Türk Dil Kurumu Sözlüğündeki ilk karşılığı “Bir tehlike veya tehlike düşüncesi karşısında duyulan kaygı, üzüntü”⁵ olarak ifade edilmektedir. “Fobi” ise, Fransızca kökenli bir sözcük (phobie) olarak etimolojik karşılığı “patolojik korku”dur.⁶ Türk Dil Kurumu

¹ Bu çalışma 20.04.2018-22.04.2018 tarihleri arasında 5th International Conference on Social Sciences & Education Research (Antalya-Türkiye)'de sözlü olarak sunulmuştur.

² Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi. ORCID iD: 0000 0002 2038 5652

³ Arş. Gör. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi. ORCID iD: 0000-0002-7334-0992

⁴ Arş. Gör. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, ORCID iD: 0000-0001-7636-8715

⁵ Sözlükte kavramın ikinci anlamı “Kötülük gelme ihtimali, tehlike, muhataradır. Üçüncü anlamı ise psikolojiyle ilgili olarak “Gerçek veya beklenen bir tehlike ile yoğun bir acı karşısında uyanan ve coşku, beniz sarması, ağız kuruması, solunum ve kalp atışı hızlanması vb. belirtileri olan veya daha karmaşık fizyolojik değişimlerle kendini gösteren duygu”dur.

⁶ Sözcük Eski Yunanca *phóbos φόβος* "korku" sözcüğünden türetilmiştir. Bkz: www.etimolojiturkce.com.

Sözlüğünde ise, “Belirli nesnelere veya durumlar karşısında duyulan olağan dışı güçlü korku, yığı”, şeklinde tanımlanmaktadır. Korku, “insanı tehlikeye karşı uyarıcı ve önlem almaya iten sağlıklı bir tepki” olarak olumlu bir anlamda kullanılırken; “fobi” (phobia) kavramı, “anlamsız, gerçeğe uymayan, abartılı bilinçdışı korkular; ürkü, yığı” olarak da tanımlanmaktadır. “Fobik tepki” ise (fobik kaygı), “insan için bir tehlike oluşturmayan nesne ya da durumlar karşısında kişinin kendini kaptırdığı panik aşamasında aşırı bir korku durumuna bile gelebilen bir korku” şeklinde tanımlanmaktadır (Bakırcıoğlu, 2012). Tanımdan da anlaşılacağı üzere ideal “korku”nun insanın sağlıklı bir şekilde yaşamını sürdürmesinde önemli bir fonksiyonu vardır. Buna karşılık olarak “fobi” gerçeğe bir ilgisi olmayan, kişinin sosyal ve ruhsal hayatını olumsuz etkileyen ve günlük hayatta bir karşılığı olmayan asılsız, yersiz ve abartılı reaksiyonlardır.

Fobinin ortaya çıkmasında farklı psikolojik yaklaşımlar vardır. Örneğin fobiden ziyade korkuyu merkeze koyan biyolojik yaklaşıma göre, korku duyusu içgüdüsel ve organizmayı tehditlerden koruma gibi olumlu yanları vardır. Bu yaklaşıma göre korku, kaygı, fobik tepkiler biyolojik fonksiyon kaynaklıdır. Davranışçı yaklaşıma göre fobiler şartlı refleks yoluyla öğrenilmiş davranışlardır. Diğer bir ifadeyle bu davranışları tetikleyen dış etmenler tarafından öğretilmiştir. Psikanalitik yaklaşımda ise fobi, bastırılmış dürtülerin farklı şekillerde ortaya çıkmasını ifade etmektedir (Karşlı, 2013: 77-78).

Ancak fobi kavramının yalın kullanımdaki anlamının yanında, farklı bir kavramla birleşik kelime olarak kullanıldığında o şeyden nefret etme, kin ve düşmanlık duyguları besleme gibi anlamları ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla İslamofobi kavramı İslam ve Müslüman korkusundan ziyade İslam ve Müslümanlara karşı nefret ve düşmanlık besleme duygularını ifade etmektedir.

İslamofobi üzerine çalışan farklı alandan uzmanlar ve düşünürler kavramı kendi çalışma alanları açısından yorumlasalar da ortak kanaat, oryantalist bir ideolojiyle Batı tarafından oluşturulan bir yapay nefret ve önyargı olduğudur. Bu bağlamda İslamofobi “İslam korkusu yaratmak” olarak tanımlanmaktadır. Nitekim insanlar kendilerinden olmayana sürekli korkuyla ve kuşkuyla bakmakta ve bu bakışın ileri aşaması olarak fobi gösterilmektedir (Amerikaninsesi.com, 12.06.2018). Aslında olmayan şeylerin varmış gibi gösterilmesi suretiyle bu fobinin sürekli canlı tutulması ise sürecin en tehlikeli aşamasını oluşturmaktadır. Oysa adı bile “barış”, “esenlik”, “güvenlik” gibi anlamlara gelen İslam, İslamofobik faaliyetlerle; terör, savaş, katliam gibi tehlikelerin gerekçesi ve özgürlüklerin önünde potansiyel bir engel olarak gösterilmektedir (Kahraman, 2011:189).

İslamofobi'nin küresel anlamda öne çıkmasında hiç kuşkusuz medya ve bilişim teknolojilerinin başat bir rolü vardır. İnternet ve çeşitli bilgisayar /mobil oyunlar da dâhil olmak üzere, basılı araçlardan görsel-işitsel medyaya kadar tüm mecralarda İslam ve Müslümanlar aleyhinde kara propaganda çalışmalarına rastlamak mümkündür. Nitekim bu çalışmada, kitle iletişiminin önemli araçlarından biri olan film afişleri üzerinden İslamofobi ile ilgili göstergebilimsel analiz yapılmaktadır. Çalışmada önce İslamofobi'nin sebepleri ve medyanın İslamofobi üzerindeki rolüne değinilmekte ve daha sonra “The Stone Merchant” filminin afişi göstergebilimsel olarak değerlendirilmektedir. Filmin Başkaca afişleri mevcut olsa da çalışmamız İnternet Movie Database’de (İMDB) yer alan, filmin ana sayfa tanıtım afişiyle sınırlı kalacaktır.

2. İslamofobi’ye genel bakış

Bazian, İslamofobi'nin mevcut Avrupa merkezli, post kolonyal ve oryantalist global güç yapısı tarafından geliştirilen yapay korku ya da önyargı olduğunu belirtir. Kavramın gerçek ya da algılanan Müslüman tehdidini yöneltildiğine değinerek, bir taraftan mevcut ekonomik, politik,

sosyal ve kültürel ilişkilerdeki eşitsizliklerin korunması ve ilerletilmesi, diğer yandan da hedef kitlelerde (Müslüman ya da değil) ‘medeniyet rehabilitasyonunu’ sağlayacak bir araç olarak şiddet kullanımını rasyonalize etmenin amaçlandığını söyler. Ona göre, “İslamofobi kaynak dağılımındaki eşitsizlikleri muhafaza edip daha ileriye taşıyan bir global ırk yapısını tekrar ortaya koymakta ve bunu teyit etmektedir.” (Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi, 2015: 23-24).

İslamofobik anlayışın özüne, bir sosyal Darwinizm yaklaşımı olarak “beyaz ırkın üstünlüğü” teorisi ve “kendi gibi olmayandan nefret etmek” mottosu hâkimdir (Akgönenç, 2011:19). Kavram, temel insan hakları bağlamında değerlendirilmektedir. Bu yaklaşıma göre temel anlamda İslamofobi, Müslümanların din hürriyetini, sivil özgürlüklerini ve kişilik haklarını ihlal eden ve sıklıkla da ayrımcılığa, önyargılara ve nefret suçlarına ya yol açan veya bunların oluşmasını tahrik eden söz ve eylemler olarak değerlendirilmektedir (Yenisafak.com, 27.09.2013). İslamofobi ayrıca İslam korkusu, kin ve düşmanlık dışında ayrımcılık, dışlama ve şiddet kavramlarıyla da doğrudan ilişkilendirilmektedir. Genel olarak İslam’a ve Müslümanlara karşı duyulan korku, nefret, kin, düşmanlık, gibi tutum ve davranışları kapsamaktadır. Yine akademik metinlerde İslamofobi, ayrımcılık, dışlama, önyargı, şiddet vb. kavramlarla tanımlanmaktadır (Aslan v.dğr., 2016: 452).

İslamofobi kavram olarak yeni olsa da İslamofobik tepkiler İslam tarihi kadar eskilere dayanmaktadır. Bu hususta tarihte özellikle bazı noktalar öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki, çoğunluğunu Mekke’nin ileri gelenlerinin oluşturduğu putperest kesimdir. Bunlar; İslam’ı, dinî, ekonomik ve kültürel açıdan tehdit olarak görmüşler ve halk arasında kin ve fitne tohumları yayarak ve türlü eziyetlerle İslam’ın doğuşunu engellemeye çalışmışlardır. İkincisi, Ortaçağ Avrupa’sında Kilisenin başı çektiği İslam karşıtı propaganda ile birleşik Haçlı orduları oluşturmak suretiyle İslam’ın ilerleyişini durdurma hareketleridir. Üçüncüsü ise, 1991’de Sovyetler Birliği’nin yıkılmasından sonra yeni düşmanın İslam ve Müslümanlar olarak belirlenmesidir. Son durumun kırılma noktası ise 11 Eylül saldırısıdır (Akgönenç, 2011:17; Karşlı, 2013: 81-82).

3. İslamofobi’nin başlıca nedenleri

Batının, tarih boyunca kendinden olmayanı algılama biçiminin -ötekileştirme anlayışının- önemli sorunlar barındırdığı görülmektedir. Antisemitizm, ırkçılık, haçlı savaşları, manda ve sömürgecilik faaliyetleri, soğuk savaş, İslamofobi vb. bu algılama biçiminin somut göstergelerinden bazılarıdır. Heidegger, Levinas ve Derrida gibi düşünürler bunun sebebini Antik Yunan Felsefesindeki “ontolojik özne” kavramına dayandırmaktadırlar. Bu paradigma perspektifinden kültür ve insan tipi, “öteki”ni “kendi” ile aynıleştirmeden, “kendi”ye indirgemeden ve dönüştürmeden anlayamaz. Bu güç felsefesi de doğal olarak “öteki” üzerinde bir şiddet doğurur. Varlığı daima “iyi-kötü”, “doğru-yanlış” gibi ikili tarzda kurup, kendinden olmayanı “kendi”leştirir ya da yok eder (Güler, 2011: 153).

İslamofobi Batının İslam’a karşı önyargılı bir tutumla yaklaşarak, İslam’ı kendi özünden ve temel kaynaklarından öğrenmek yerine kendi içlerindeki çalışmalarla tanımanın bir sonucudur. Nitekim iç ve dış politikalarda kullanılan bir düşmanlık metodu olan İslamofobi’nin, İslam’ı tam ve doğru bir şekilde anlamadan yanlış bilgilerle yaratılan bir ruh halinin eseri olduğu vurgulanmaktadır (Akgönenç, 2011: 17). Yine, tarih boyunca Hz. Muhammed (s.a.v.) ve İslam’ın Batıda şartlı, önyargılı ve iftiralarla anlatıldığı, bu durumun bugün de devam ettiği belirtilmektedir (Çetinkaya, 2011: 120).

İslamofobi'nin sebepleri arasında din temelli ayrılıklar, çatışmalar veya savaşlar önemli bir yer tutar. Dinler arasındaki mücadelede ise Hıristiyanlık ve Müslümanlık arasındaki çatışmanın daha sık ve yoğun olduğu dikkati çeker. İlk olarak kendini, dünyadaki manevi alanın ilk ve tek sahibi olarak gören Roma Kilisesi tarafından başlatılmış olan bu düşmanlık, aydınlanma dönemi sonrası Protestan, Anglikan, Lutheran, Presbiteryan, Babtist, Metodist vd. Avrupa ve ABD kökenli kiliseler tarafından da bir istismar aracı olarak kullanılmıştır (Altındal, 2011: 233). Bu çerçevede Hıristiyanlığın karşısında İslam'ın büyük bir tehdit olarak görülmesi, İslamofobi'nin en önemli sebepleri arasında yer almaktadır. Bunda, İslam'ın geçmişte pek çok Hıristiyan bölgesini etkisi ve egemenliği altına almasının önemli bir rolü vardır. Örneğin haclı seferlerinin temel gerekçelerinden biri, İslam'ın Hristiyan toplumları üzerindeki artan sözde tehditleridir. Nitekim 1095'te ilk Haclı Seferlerini ilan eden ve Müslümanları şeytanın uşakları olarak niteleyen Papa II. Urbanus, “Aşağılanmayı hak etmiş, şeytanın aşağılık kölesi olmuş, insanlık onuru bakımından soysuzlaşmış bu kâfir ırk, her şeye kadir Tanrı'nın seçilmiş halkı karşısında galip gelirse; bu bizim için ne büyük utanç olur” diyerek varlığını ötekiyle mücadele üzerinden inşa etmenin somut bir örneğini ortaya koymuştur. (Schnapper, 2005: 45) Orta Asya ve Anadolu'da güçlü Türk ve Müslüman devletlerinin kurulması, Emeviler'in Endülüs'ü fethi ve Osmanlı'nın güçlü bir devlet olarak ortaya çıkıp Avrupa içlerine kadar ilerlemesi, İslamofobi'nin Batıda yayılmasının başlıca sebeplerinden olmuştur. Özellikle Osmanlı Devleti'nin Gelibolu boğazını geçip Avrupa kıtasına ayak basmasından itibaren birbiri ardına kazandığı zaferlerle Orta Avrupa'ya kadar ilerlemesi, Avrupa için asıl tehlike çanlarının çalması demektir (Lewis, 1993: 73).

İslamofobi'nin sebeplerinden bir diğeri, İslam'ın kaynaklarının ve değerlerinin yanlış/çarpıtılarak yorumlanmasıdır. Kur'an-ı Kerim'de ve Hadis'lerde geçen cihat, birden fazla kadınla evlenebilme, kadınların hakları, gayrimüslimlerle münasebetler, Allah'a şirk, Peygamberine itaat gibi pek çok konuda, bağlamından koparılarak yapılan eleştirilerle İslam'ın yanlış tanıtılması İslamofobi'yi körüklemektedir. Söz gelimi cihat mevzusunu İŞİD ve El Kaide gibi terör örgütleriyle somutlaştırmak, İslam düşmanlığını ve Müslüman korkusunu pekiştirmektedir (Altındal, 2011: 234-238). Bununla ilgili olarak Avşar (2011: 241), insanlığın ortak problemi olan terörün, “İslamî Terör” niteliğiyle kasıtlı olarak kullanıldığına dikkati çekmektedir. Nitekim 16. Papa Benedict (Benedictus) 11 Eylül saldırılarının 5. yıldönümünün hemen ertesinde yaptığı konuşmada İslam'ı bir şiddet dini olarak tasvir ederek Hz. Muhammed'in (s.a.v.) insanlığa kılıçtan başka bir şey getirmediğini iddia etmektedir (Bulaç, 2011: 158).

Medeniyetler ve özellikle Doğu-Batı medeniyeti arasındaki mücadelelere bakıldığında Batı medeniyetinin kendisini üstün ve medeni, Doğu'yu ise barbar ve istilacı olarak gördüğü dikkati çeker. Avrupalı düşünürlerin yazdıkları eserler de oryantalist düşüncenin gelişip yayılmasında temel bir rol oynamıştır. Faşizan, bölücü ve oryantal anlayış Wilhelm Leibniz, David Hume, Immanuel Kant, Friedrich Hegel, Francis Bacon, Montesquieu, Dante gibi düşünürlerin eser ve görüşlerinde de sıkça yer almıştır. Bunda İslam'ın hızla yayılmasının getirdiği merak da etkili olmuştur. Aziz Peter'in (Tahmini 1092 – 25 Ekim 1156) 1143'te Kur'an-ı Kerim'i ilk çevirisiyle birlikte Batı İslam'ı belki de ilk defa onun perspektifinden görmeye başlamıştır. Ona göre Muhammed'in getirdiği din doğruyla yanlış, iyiyle kötüyü birbirine karıştırmaktaydı. Ayrıca İslam Hıristiyanlığa ait bazı şeyler taşıyordu. Monoteist bir Tanrı anlayışı vardı ancak İsa'nın Tanrı değil bir elçi olduğunu kabul ederek eski Arian sapkınılığını canlandırmaktaydı. Bu nedenle Muhammed bir Hıristiyan sapkını olmalıydı. Bu yüzden Dante de, Hz. Muhammed'i (s.a.v.) sapkınların ve bölücülerin işkence gördüğü cehennemin en alt tabakalarından birinde göstermekteydi (Galen, 2000: 334). Renan'a göre (akt. Servante, 2005:41) Hz. Muhammedin on bir kadını bir saat içinde

tatmin ederek Herkül'ün on üçüncü hünelerini göstermeyi denediği Batı safsatasına referansla, İsa'nın aksine O'nun şeytanın kışkırtmalarına nasıl karşı koyacağını bilmediğini iddia etmektedir. Günümüzde ise Samuel Huntington'un "Medeniyetler Çatışması" ve Francis Fukuyama'nın "Tarihin Sonu" çalışmaları, akademik camiada İslamofobi'nin dayanak bulmasına zemin hazırlayan çalışmalar arasında gösterilebilir (Aktaş, 2014: 43-46).

Düşünürler gibi Kilisenin de geçmişteki bakış açısını değiştirmedeği gözlenmektedir. Nitekim 2006 yılının 12 Eylül'ünde Regensburg Üniversitesi'nde Papa 16. Benedict yaptığı bir konuşmasında, 14'üncü yüzyılda, Bizans İmparatoru II. Manuel'in; "Muhammed, hangi yeniliği getirmiştir, onun getirdikleri arasında sadece kötülükleri ve insanî olmayanları bulursun, vadettiği inancı kılıçla yayma emri gibi. Tanrı kan dökülmesini sevmez." sözlerinden alıntı yapmış ve ardından kendi sözleriyle İslam'da Tanrı ile akıl arasında ayrılmaz bir bağ bulunmadığını, İslamî Cihad'ın, akla ve Tanrı'ya aykırı olduğunu belirtmiştir (p.dw.com, 15.09.2006).

Günümüzde, İslamofobi'nin artmasındaki en önemli sebeplerden birisini de siyasi faktörler oluşturmaktadır. Batıda 1990'lardan itibaren aşırı sağ kesimlerin homojen toplum yapısı isteğine dayanan ırkçı söylemleri artmaya başlamış, yapılan seçimlerde Doğu ve İslam ülkeleriyle ilişkiler üzerine kısıtlayıcı revizyonlar parti politikalarına girmiş, Doğu-Batı arasındaki fark hiç olmadığı kadar İslam ve Müslümanlar üzerinden aleniyet kazanmış ve İslam ve Müslüman karşıtlığı ülke yönetimlerine yansımıştır. Batı siyasetinin gittiği yön daha milliyetçi ve dışlayıcı bir kimliğe evrilirken, liberal demokrasinin temel öğelerinin tartışılmaya başlandığı görüşü önem kazanmaya başlamıştır. Aynı görüş çerçevesinde, Avrupa'da 'ötekileştirme' üzerinden kimlik kurma çabasının hâkim olduğu belirtilirken, bugün Avrupa'da Müslümanlar ve göçmenlerin 'öteki' olarak değerlendirilebildiğine vurgu yapılmaktadır. Avrupa'da belirli bir aydın kesimin ve medyanın bu süreci şekillendirmede önemli bir rol üstlendiğine işaret edilmektedir. Ayrıca, Müslümanların Avrupa toplumlarındaki sayı ve görünürlüğünün artması, Avrupa'da yaşanan ekonomik kriz, işsizlik, terör gibi sorunların kaynağının ve temel nedeninin Müslümanlar olarak görülmesi Müslümanların ötekileştirilmesinin sebeplerini oluşturmaktadır. Bu yapı Müslümanlara karşı önyargı, ayrımcılık, dışlama ve şiddet körükleyen temel nedenleri oluşturmaktadır. DAES, El-Kaide ve benzeri terör örgütlerinin İslam adına hareket ettiklerini iddia ederek terör eylemlerini gerçekleştirmeleri söz konusu olumsuz etkiyi çok daha fazla artırmaktadır (Türkiyedeinternetgazetesi.com, 2017).

Ancak sorunun tek kaynağı olarak Batıyı görmek yeterli değildir. Müslüman camianın İslam'ı yaşama ve tanıtmada yeterince başarılı olamaması da İslamofobi'nin devam etmesinde etkili olmaktadır. Bilgisizlik, siyasi ya da provakatif amaçlarla İslam'ın yanlış tanıtılması, şiddet ve terörün İslam'la bağdaştırılması karşısında Müslümanların, İslam'ı doğru tanıtmak konusunda üzerlerine düşeni yeterince yapmamaları, haklı bir özeleştirisinin de sebepleri arasında gösterilebilir. (Yılmaz, 2011: 176).

Ayrıca İslam dünyasında yaşanan şiddetin boyutu da bu sorunu tetiklemektedir. Dünyada İslamofobi'yi besleyen ve Müslümanlara yapılan haksızlıkları meşrulaştırmak için en önemli malzeme olarak kullanılan şiddet olaylarının, İslam coğrafyasında yürek yakıcı boyutlara ulaştığı ifade edilmektedir. Oysa İslamiyet şiddetsiz bir kültür geliştirmeyi, bunun için de şiddetten arınmış bir zihin, dil ve eylem üretmeyi hedefleyen bir öğreti ortaya koymaktadır (Çağırıcı, 2011: 255-258).

Bir diğer önemli sorun da İslam'ı terörle bağdaştırma çabaları ve buna mukabil geliştirilen dile karşı duyarsızlaşmadır. Söz gelimi "İslami Terör" nitelemesi ile tüm Müslüman kesim terör

mensubu olarak zan altında bırakılmaktadır. Ancak asıl sorun, Batının terörü İslam ile aynı kefeye koyması değil, Müslümanların buna ortak tepki geliştirememiş olması, duyarsız davranması ve hatta bu nitelermeyi kullanmalarındır (Avşar, 2011: 241). Bu kullanımın rutinleşmesinde ise medyanın rolü büyüktür.

4. İslamofobi’de medyanın rolü

Medya, algı ve tutum oluşturma, geliştirme ve değiştirmede önemli bir güce sahiptir (Güz, 2005: 49; Güngör, 2013:110-114). İslamofobik faaliyetlerin gerekçesi ne olursa olsun üretim, dağıtım ve gösterim aracı medyadır (Kahraman, 2011: 190). Günümüzde küreselleşen medya, insan hayatının hemen her alanını etkilemekte, küresel boyutlu birçok konuda olduğu gibi İslamofobik algının etkili ve geniş biçimde yayılmasında önemli bir rol üstlenmektedir.

Daha önce de vurgulandığı gibi, İslamofobi’nin küresel bir konu olarak yaygınlaşmasının olmazsa olmazı olarak medya ön plana çıkmaktadır. Günümüzde İslamofobi dâhil her türlü ötekileştirme, dışlama ve aşağılama medya sayesinde görünür hale gelmekte, aynı zamanda da medya aracılığı ile yoğunlaşıp yaygınlaşmaktadır (Yüksel, 2011: 103). Diğer bir deyişle medya, İslamofobi’yi yaratanların amacı olan İslam’ı ve Müslümanları terörizm, şiddet ve çeşitli temel hak ihlalleriyle özdeşleştirme, bunları yayma ve sürekli görünür kılma amaçlarının aracı olmaktadır. Bu amaçla, önce provokatif faaliyetler, bunun etkili olmadığı zamanlarda da suni eylemler düzenlenebilmektedir. Kutsal değerlere saldırmak suretiyle yapılan provokasyonlarla tetiklenen şiddet İslam’la özdeşleştirilerek amaca ulaşılmış olmaktadır¹. Medya yoluyla küresel ölçekte Müslümanların; terörist, barbar, insan hak ve özgürlüklerine saygısız oldukları imajı yaratılmaya çalışılmaktadır.

İslamofobik medya içeriklerinin provokasyon amacıyla üretilip üretilmediği çoğu zaman kesin olarak bilinmemesine rağmen, kimi yayınlarda önyargı kolayca sezilebilmektedir. İnanç, düşünce ve düşünceyi açıklama özgürlüğü insan haklarının temel ilkelerinden olmakla birlikte farklı inançlara saygı göstermenin medyanın evrensel etik kodları arasında yer aldığı kimi medya organlarınınca genellikle göz ardı edilebilmektedir. Burada bu tür içerikler üreten medya kuruluşlarının asıl amacını öngörebilmek oldukça zordur. Amacın, Müslümanların tepkisini çekse de düşünce özgürlüğü çerçevesinde bir fikri veya yaklaşımı ortaya koymak mı, şiddet üzerinden ekonomik çıkarlar elde etmek mi yoksa İslam ile ilgili bir önyargı ve antipati ortamı yaratarak İslamofobi’yi tetiklemek karşılığında rant elde etmek mi ya da başka bir sebebin mi olduğunu saptamak zor olduğundan her olayı kendi koşullarında değerlendirmek gerektirmektedir.

Charlie Hebdo olayı medyanın provokatif faaliyetlerine örnek olarak gösterilebilir. Dergi, 20 Eylül 2012 özel sayısında Hz. Muhammed’i çıplak olarak tasvir etmiştir. Derginin genel yayın yönetmeni, Fransa’da dinin bir düşünce alanı olarak değerlendirildiğini ve bu yüzden, Hz. Muhammed’in karikatürünü yapmanın, Karl Marx’ın karikatürünü yapmaktan bir farkının olmadığını ileri sürerek kendini savunmuştur. Müslümanlarca dergi aleyhine açılan davalar ise Fransız mahkemeler tarafından reddedilmiştir (Radikal.com.tr, 07.01.2015). Oysa Avrupa Konseyi’nin bir üyesi olarak Fransa, 10. maddesinde ifade hürriyetinin, “başkalarının şöhret veya haklarının

¹ Hollanda’da aşırı sağcı Pegida (Batının İslamlaşmasına Karşı Vatansever Avrupalılar) örgütüne Rotterdam’da Diyanet’e bağlı Laleli Camii önünde, iftar saatinde domuz eti mangal partisi için izin verilmesi buna bir örnektir (Bkz. Bbc.com,05.06. 2018). ABD’nin Arizona Eyaletindeki Pohenix şehrinde bulunan İslami Toplum Merkezi’nin önünde provokatif bir eylem için araya gelen İslam karşıtı kalabalık polisin müdahalesi sonucu dağıtıldı (Bkz, Yeni-asya.com.tr, 15.06.2015).

korunması" (*Resmi Gazete*, 19.03.1954, No.: 8662; *Düstur*, cilt 35: 1567) amacı doğrultusunda sınırlandırılabilceğini öngören Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'ne taraf bir Devlettir.

Hız Muhammed başta olmak üzere Müslümanlara yönelik ağır hakaretler içeren ve İslam dünyasında infiale sebep olan Nikoula Bassaley Nakoula imzalı "Müslümanların Masumiyeti" (2012) adlı film de tam olarak bir kara propaganda örneğidir. Film; Yemen, Tunus, Mısır ve Libya'da kanlı eylemlere neden olmuş, Bingazi'de ABD'nin Libya Büyükelçisi ve üç çalışanı öldürülmüştür. "İslam kanserdir, Müslümanlar da yok edilmesi gereken böceklerdir. Bu film ile İslam'ın nefret içerikli bir din olduğunu göstereceğim" şeklinde açıklama yapan Nikoula, (*Sakaryarehberim.com*, 14.09.2012) kaynağını evrensel ilkelerden alan düşünce ve ifade özgürlüğünün provokasyon amaçlı nasıl kullanılabilceğinin örneğini göstermiştir. Benzer şekilde Hollanda'nın aşırı sağcı partisi olan Özgürlük Partisi Milletvekili Geert Wilders tarafından hazırlanan film de tam anlamıyla bir provokasyon ürünüdür. 16 dakikalık bir kısa film olan "Fitna" (Fitne) İslam karşıtı görüntüler içermektedir. Filmde, dünyadaki terörün sebebi olarak İslam ve onun kutsal kitabı Kur'an-ı Kerim gösterilmektedir. Ayrıca İslam'ın Batı uygarlığını yok etmek istediği de iddia edilmektedir (*p.dw.com*, 29.03.2008). Ülkedeki Müslümanların itidalli davranmaları söz konusu provokasyonun başarısız olmasını sağlamıştır (*Cnnturk.com*, 29.03.2018).

İslamofobi'nin en yaygın olduğu mecralardan birini de bilgisayar oyunları oluşturmaktadır. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın 2016 yılında yaptığı bir araştırmada, çocuklar ve gençler başta olmak üzere insanların oyunlardan nasıl etkilendiği ortaya konmuştur. *Bilgisayar Oyunlarında İslamofobi* (Docplayer.biz.tr, 2016) isimli bu çalışmada, küresel boyutlu en popüler oyunlar başta olmak üzere birçok oyunda İslam'ı sembolize eden subliminal içeriklerle insanların etkilenmeye çalışıldığı belirlenmiştir. Araştırmaya göre, oyun içeriklerinde Türk kültürü, gelenekleri, milli ve ahlaki değerleri ile ilgili, hakaret boyutuna varan mesajlar verildiği ve bunların bilinçaltına yerleştirilmeye çalışıldığı tespiti yapılmaktadır. Araştırmada mesajların oyuncuya hissettirilmeden nasıl verildiği de açıklanmaktadır. Buna göre, oyunu kurgulayanlar mesajları oyundaki görüntü ve ses gibi özellikle odaklanılan noktanın farklı bir boyutunda ve fark edilmeyecek şekilde vermekte, gizlice verilen olumsuz mesajlar çocukların bilinçaltına yerleşerek onları yönetmektedir. "Devil May Cray 3", "Guitar Hero 3", "Resident Evil 4", "Call of Duty 1, 2", "Counter Strike", "Serious Sam", "Clive Barker's Undying", "Zack & Wiki", "Ayo Dance", "Tekken Tag Tournament", "Little Big Planet 3" gibi oyunlarda bu türden içeriklere rastlandığı bildirilmektedir. Gençlik ve Spor Bakanlığı ayrıca, bu tarz içeriklerin bildirilmesi için "Oyunlarda İslamofobi" isimli bir web sitesi kurmuştur.

Aynı çalışmada, "Muslim Massacre", "Bomb Gazze", "Minarett Attack" gibi bazı oyunların ise doğrudan İslamofobik amaçla kurgulandığı tespiti yer almaktadır. Örneğin "Muslim Massacre" oyununda, oyunculardan Müslüman karakterleri öldürerek ilerlemeleri ve en sonunda Hz. Muhammed'i öldürmeleri istenerek oyun üzerinden doğrudan İslam hedef alınmakta ve öldürülmesi gerek insanlar olarak Müslümanlar hedef yapılmaktadır. "Bomb Gazza" oyununda ise oyunculardan Gazze şehri üzerinde uçuş yaparken sivillerin üzerine bomba bırakmaları istenmekte ve orada yaşayan Müslümanların öldürülmesi fikri bilinçaltına yerleştirilmeye çalışılmaktadır. İsviçre'deki Aşırı Sağcı politikacılar tarafından piyasa sürülen "Minarett Attack" oyunu ise, içerisinde sarıklı, sakallı müezzinlerin bulunduğu minarelerin bombalanarak imha edilmesi üzerine kurgulanmıştır. İsmiyle birlikte İslam karşıtlığını ön plana çıkaran oyunun kurgusu ise, sakallı müezzinlerin bulunduğu minarelerin bombalanmasıdır. Oyuncu minareleri bombalarken

bilinçaltına, İslam’ın ve Müslümanlığın ortadan kaldırılması gerektiği mesajı yerleştirilmeye çalışılmaktadır (oyunlardaislamofobi.com, 2016; Docplayer.biz.tr).

5. Yöntem

5.1. “The Stone Merchant” filminin künyesi



The Stone Merchant (II Mercante di Pietre)

Vizyon Tarihi: 15 Eylül 2006

Yapım: 2006 – İngiltere, İtalya

Yer: Kapadokya, İskoçya, Piedmont

Süre: 119 Dakika

Tür: Drama, Gerilim, Politik

Yönetmen: Renzo Martinelli

Yapımcı: Renzo Martinelli

Senaryo: Corrado Calabrò

Oyuncular: Harvey Keitel (The Merchant), Jane March (Leda), Jordi Mollà (Alceo), F. Murray Abraham (Shahid), Paco Reconti (Valerio Vergotto), Bruno Bilotta (Libero)

Yapımcı Şirket: Box TV, Creative Partners International, Martinelli Film Company International

Resim 1: “The Stone Merchant” Filminin Afişi (imdb.com, 15.09.2006)

5.2. “The Stone Merchant” filminin içeriği hakkında

İtalyan asıllı bir Müslüman olan Ludovico Vicedomini/The Merchant (Harvel Keitel), babasının işlerinden dolayı Afganistan’da doğmuştur. Sovyetlerin burayı işgal etmesiyle birlikte, ailesi İtalya’ya geri dönmüştür. Ludovico Vicedomini burada kalıp arkadaşlarıyla birlikte Ruslara karşı mücadele etmiştir. Bu şekilde El-Kaide ile yolları kesişen Vicedomini’nin, Kapadokya’da bir mücevherci olarak görünse de amacı, Leda’yı gelecekteki bir terör eylemi beklentisiyle kullanmaya ikna etmektir.

Jordi Molla (Alceo), bir üniversitede profesördür ve aynı zamanda Valerio Vergotto’nun (Paco Reconti) başında olduğu *Messaggero* isimli gazetede köşe yazarıdır. Alceo’nun takıntısı ve temel savı, dünyanın hemen her yerinde yaşanan terör ve kanlı eylemler üzerinde İslam’ın rolünü ortaya koyup, İslam’ı terörizmle özdeşleştirmeye çalışmaktır. Zira yıllar evvel bir çalışma için gittiği Nairobi/Somali’de, Amerikan Büyükelçiliğine gerçekleştirilen bir terör saldırısında bacaklarını kaybetmiştir. Yıllar sonra bu kez yine İslam’la ilişkilendirilen terör saldırısının kurbanı, Alceo’nun karısı Leda (Jane March) olur. Leda, havaalanındaki kanlı bir terör saldırısına şahit olmakla kalmaz; esir alınır. Kısa süreli bir çatışmanın ardından kurtulan Leda’nın ruhsal sarsıntısını atması için geldikleri tatil mekânı Kapadokya’dır. Buraya gelirken arabaları bozulan çiftin yardımına Shahid (F. Murray Abraham) yetişir. Shahid, Kapadokya’ya getirdiği çifti Mücevher dükkanının önünde bırakır ve bu dükkana uğramalarını tavsiye eder. Tavsiye üzerine dükkana giren çift, Vicedomini ile tanışır. Bundan sonra her fırsatta Vicedomini, Leda ile duygusal bir yakınlık

kurmaya çalışır ve İtalya'ya döndüklerinde Vicedomini Leda'yı kendine bağlamayı başarır. Asıl amacı Leda'yı terör faaliyetlerinde kullanmak olan Vicedomini, zaman içinde Leda'ya yakınlık duymaya başlar.

Shahid, Vicedomini ve diğer arkadaşları büyük kanlı bir eylemin planlamasını yaparlar. Plan Fransa/Calais'ten, Dover'e (Büyük Britanya) hareket eden bir feribotu patlatmaktır. Bu amaçla, feribottaki bir arabaya güçlü bir patlayıcı yerleştirirler. Plana göre, Alceo gönderilen iki örgüt militanına öldürülecek, Leda da patlatılacak olan feribota binmeye ikna edilecektir. Eylem, planlanandan bir hafta önceye çekilince, Vicedomini buna hazırlıksız yakalanır. Eylemin başarılı olmasını riske atmamak için, örgüt elemanlarınca Vicedomini'nin, feribota binmesi engellenir. Buna karşılık Leda, olanlardan habersiz bir şekilde feribota biner. Alceo, polislerin zamanında müdahalesiyle kurtulmayı başarsa da, Leda'nın içerisinde olduğu feribot havaya uçurulur. Davasına ihanet ettiği düşüncesinde dolayı Vicedomini de başından vurularak orada öldürülür. Filmin başından itibaren yaşananların, Profesörün tezini doğrular nitelikte olduğu görülmektedir.

Film, Mark Twin'in şu sözüyle başlamaktadır: "İnsan canlılar içinde dine inanan tek hayvandır. Cennete giden yolu kolaylaştırmak için dünyayı bir cehenneme çevirdi." Ancak yönetmenin hedefinde din olarak sadece İslam vardır. Zira film genel olarak, İslam'ın, terör ve şiddet eylemlerini besleyen ve tetikleyen bir felsefesinin olduğu tezi üzerine kurgulanmaktadır. Bu tezin koyu savunucusu ise, Profesör Alceo'dur. Alceo, dünyada yaşanan terör ve şiddet olaylarında İslam'ın rolünü kanıtlamanın gayreti içerisinde. Diyaloglarında, "İslami terör" nitelemeleri yapmaktadır. Örneğin, Somali'deki şiddet olaylarının temel sebebinin cihat anlayışına dayandırarak savunur. Ona göre "cihat yaşayan tüm Müslümanların görevi. Herkes bir taraf tutmalı. Bu, İslam'ı korumak ve geliştirmek için önemli ve İslamcı savaşçılara göre son düşman dönene veya ölene kadar cihat devam etmelidir." Bir başka örnek de, Alceo'nun yazdığı makaleyi Valerio ile tartıştıkları sahnedir. Alceo "Dinle, 10 yıldır bunu araştırıyorum. Sence onlarla bizim aramızdaki sadece askeri mi? Değil. Bu tümüyle dinler arasındaki fark. Ve şimdi dini bir rejimin dünyayı sardığını görüyoruz. Git oraya bir bak (pencereden dışarıya bakmasını işaret ediyor). Git. (Valerio pencereden bakarken Alceo devam ediyor.) Sıradan insanlar. Onlar her yerde görebileceğin insanlar. Londra, Paris, New York. Teröristler dünyayı değiştirmeye çalışıyor. Kafaları karışık. Bizler gibiler. Başka bir yerde Martta bir uçak kaçırıp bir kuleye çarpabilirler. Ve biliyor musun? Böyle düşünmekten nefret ediyorum ama olacak bu gibi gözüküyor." Çalışmalarında İslam'ı, "İslamî terörizm" nitelemesiyle birlikte kullanan Alceo, ikiz kuleler hakkında yazdığı makalesinde, Müslümanların İslam'ın ilk kurbanları olduklarını ve onları kurtarma görevinin de batıya ait olduğunu savunur. Makalesini yayımlamak istemeyen Valerio'yu Somali'den getirdiği bir videoyla ikna etmeye çalışır. Videoda yarı bedenlerine kadar gömülüp taşlanarak öldürülenler ve elleri kesilenlerin görüntüleri vardır.

Kapadokya'nın ardından bu kez Torino/İtalya'da ortaya çıkan Shahid, cemaate imamlık yapmaktadır. Shahid'in yaptığı duada, "İslam'ın askerlerinin kazanmasına izin ver. İslam'ın düşmanlarının evlerini yık. İslam düşmanlarını yok etmemize yardım et. İslam ulusunun her yeri ele geçirmesine yardım et." şeklinde dua etmektedir. Ayrıca feribotu havaya uçurma görüntülerini medyaya gönderen Shahid burada da "Allah adına, kurtarıcı bağışlayıcı Allah adına İslam'ın düşmanlarını bir kez daha çökerttik. Allah'ın yardımıyla onları yok edeceğiz. Allah'ın yardımıyla haksızlığa karşı olan savaşı kazanacağız. Allah düşmanlarına uyarı. Ölüm her yerde dolaşüyor" ifadelerini kullanmaktadır.

Ayrıca filmde Türkiye, kadınların yalnız başlarına seyahat edemeyecekleri, El-Kaide benzeri yapılanmaların özgürce hareket alanı bulduğu ve özellikle Batılılar için pek de güvenli olmayan bir ülke olarak tasvir edilmektedir. Zira Leda ve Alceo Türkiye’ye tatile geldikleri gün yolda arabaları bozulduğunda Shahid (F. Murray Abraham) -ki kendisi terör yapılanmasının lideridir- ile tanışır ve Shahid Leda’ya “bu ülkede yalnız gezmemesi gerektiğini” söylemektedir. Ayrıca, filmin başlangıç ve final müziği de Türkçe “benden selam söyle dağlara” türküsidir. Sadece başlangıç ve finalde değil film aralarına da müzikten parçalar serpiştirilerek, Türkiye bu karartılmış İslam senaryosuyla doğrudan ilişkilendirilmektedir (Martinelli, 2006).

5.3. “The Stone Merchant” film afişin göstergebilimsel analizi

Grafik tasarımının en önemli ögesi olarak kabul edilen afiş, kitlelere plastik sanatlar yoluyla mesajlar veren en etkili araçlardan biridir. Afişle birlikte bir bilgi ve mesajın geniş kitlelere ulaştırılması mümkündür. Ancak basit bir bilgi sağlayıcı olmanın ötesinde afiş, yeni şeyler söyleyen, uyarıcı ve hatta tehdit eden bir iletişim aracıdır. Ayrıca afiş, birey ve kitleler üzerinde ideolojik ve estetik bir baskı da yaratabilmektedir. Kitleler üzerindeki etkisiyle toplumsal rolü olan bir kitle iletişim aracıdır. Dolayısıyla yaşamımızı şekillendiren önemli olgulardan biridir. İşte onun asıl gücü de insanları aydınlatması, ikna etmesi ve yönlendirmesinden ileri gelmektedir (Fındıkcı, 2015: 25-26).

Film afişleri filmlerin ayrılmaz bir parçasıdır. Filmler afişler üzerinden tanıtılmaktadır. Afişe bakan seyirci filmin içeriği ile ilgili genel anlamda fikir sahibi olur. Denilebilir ki afiş, filmin kimliğidir. Bu yüzden afiş tasarımı azami özen gerektiren sanatsal bir faaliyettir. Bu düşünceden hareketle profesyonel bir ürün olan film afişinde herhangi bir imgenin rastlantıyla ya da salt estetizm anlamında yorumlanması mümkün değildir. Afişte kullanılan tüm imgelerin birbirleriyle bir anlam bütünlüğü oluşturacak şekilde ve filmin ana temasını yansıtacak biçimde bir araya getirilmesine çalışılmaktadır. Bunun yolu ise göstergebilimden geçmektedir.

Göstergebilim (Fr. sémiologie, İng. Semiotics), Cenevreli dilbilimci Ferdinand de Saussure tarafından ortaya atılmıştır. Saussure, dilbilimin çok daha genel ve kapsayıcı olarak göstergeler biliminin bir alt dalı olacağını ifade etmiş ve bunu da sémiologie olarak adlandırmıştır (Barthes, 1993: 163). Saussure, göstergelerin toplum içindeki yaşamını inceleyecek bir bilimin tasarlanabileceğini savunmuş ve buna da göstergebilim adını vermiştir. Ona göre göstergebilim, bize göstergelerin ne olduğunu ve hangi yasalara bağlandığını öğretecektir. Kurulması gerekli olan bu dal, dilbilimin de içinde olduğu genel nitelikli bir bilim olacaktır (Saussure, 1998: 46).

Göstergebilimi ortaya atan kişi yalnızca Saussure değildir. Çağdaşı olan Amerikalı Pierce de aynı yıllarda göstergebilime vurgu yapmıştır. Saussure göstergebilimin toplumsal işlevini vurgularken (Saussure, 1998: 47; Guiraud, 1994: 18), Pierce mantıksal işlevini vurgulamıştır (Pierce, 1955: 98; Guiraud, 1994:18). Ancak göstergebilim alanında 1956’lardan sonra daha fazla çalışma yapılmıştır (Barthes, 1993: 13).

Guiraud (1994: 17) için göstergebilim diller, düzgüler, belirtgiler, vb. gibi gösterge dizelerini inceleyen bilimdir. Bu tanımla birlikte dil, göstergebilimsel konuların bir bölümü olmaktadır. Göstergebilim açısından dilin ayrıcalıklı bir yeri olduğunu ifade eden Guiraud, göstergebilimi dilsel olmayan göstergelerin incelenmesi olarak tanımlamaktadır. Öte yandan Barthes (1993: 23), göstergebilimi dilin bir alt kolu olarak göstermektedir. Gerçek bir derinliği olan konular göstergebilimsel açıdan incelendiğinde yeniden dil ile karşılaşacaktır. Nesnelere, görüntülere ve

davranışlar anlam taşıyabilirler ama bu hiçbir zaman yalnız olmaz, çünkü gösterge dizgesi dil ile karışacaktır.

Göstergebilimsel çalışmanın amacı, dil dışındaki anlamlama dizgelerinin işleyişini belirleyip ortaya koymaktır. Bunu yaparken başvurulacak ilk esas, belirginlik ilkesi gereğince derlenmiş olguların tek bir açıdan betimlenmesidir (Barthes, 1979: 93). Barthes, göstergebilimin ilkelerini ise ikili karşıtlıklar halinde dört başlık altında toplamaktadır. Bunlar; *I. Dil ve Söz; II. Gösterilen ve Gösteren; III. Dizge ve Dizim; IV. Düzanlam ve Yananlam*’dır (1979:2; 1993: 19-21). Bu çalışma, Barthes’in Görüntünün Retoriği (2017) adlı çalışmasından hareketle gerçekleştirilmiştir. Buna göre çözümlendiğimiz fotoğrafın üç iletisi vardır. Bunlar; dilsel ileti, kodlanmamış ikonsal (simgesel) ileti ve kodlanmış ikonsal (simgesel) iletidir. Buradan hareketle göstergebilimsel bir araştırmada amaç, bu üç iletiyi bir bütünsel yapı içerisinde ayrı ayrı ele alırken, iletilerin kendi aralarındaki nihai ilişkisini anlamaya çalışmaktır. Tüm bu iletiler bir araya gelerek anlamı ortaya çıkarmaktadır (Sığırcı, 2016: 127).

5.3.1. Kodlanmamış ikonsal /simgesel ileti

Afiş temsil ettiği film adına bir reklam faaliyetidir. Reklam analiz edilirken bilinmesi gereken ise reklamda görüntünün anlamlandırılışının kasıtlı olduğudur (Barthes, 2017: 24). Diğer bir ifadeyle, sinemada olduğu gibi (Ryan ve Lenos, 2012: 9, 49), reklamda kullanılan metin ve görsel göstergelerin hiç birisi tesadüfen orada değildir ve tamamı bir bütünlük içerisinde bir amaç ve anlam yaratma hedefine hizmet etmektedir. Bu afişte, yukarıdaki çizelgede gösterilen üç düzey ayrı ayrı ele alındığında kodlanmamış ikonsal ileti, afişin düz anlam katı, başka bir ifadeyle nesnelere insan zihninde ilk beliren anlamıdır. Bu bağlamda afişe bakıldığında ilk olarak, yarı profil bir insan fotoğrafının, afişin sol ve alt taraflarını kapladığı görülmektedir. Bu kişi orta yaşın üzerinde bir erkektir ve ilk bakışta sert mizaçlı bir görüntü sunmaktadır. Daha detaylı olarak bakıldığında bu kişinin saçlarının geriye doğru düzgün bir biçimde tarandığı, sakal ve bıyık bıraktığı görülmektedir. Bu kişinin üzerinde ise, beyaz bir ceket ve hâkim yaka gömlek vardır.

İkinci olarak, büyük harf ve puntolarla, beyaz ve lekeli karakterlerle sağa yaslı bir şekilde filmin orijinal İtalyanca ismi “II MERCANTE DI PIETRE” göze çarpmaktadır. Onun altında, turuncu renkle ve daha küçük puntolarla filmin İngilizce ismi “THE STONE MERCHANT” görülmektedir. İtalyanca isminin üstünde ise turuncu ve tamamen küçük puntolarla “harvey keitel” yazmaktadır. Metin olarak en üste ise “vive come noi. parla come noi. ma ci odia.” yazmaktadır.

Üçüncü olarak, profil ve metinlerin arka planı kısmen aydınlatılmış siyah taş duvar yapı şeklinde tasarlanmıştır. Yazıların olduğu alana doğru yaklaştıkça bir parlama söz konusuysen, yazıdan uzaklaştıkça karartı artmaktadır. Son olarak, afişteki kişinin omzuna denk gelen, ceketinin üzerinde minareler ve kubbeler göze çarpmaktadır. Bunların arka planının ise, ufuk kıvrımından beyaza doğru bir gradyan renklendirmeyle oluşturulmuş olduğu görülmektedir.

Afişteki görüntüsel iletiye dilsel ve kodlanmamış iletiyi dâhil etmeden baktığımızda görülen şeyler, görüp hemen tanıdığımız nesnelere oluşmaktadır. Ancak, burada kullanılan renkler, yazılar ve profil fotoğrafı ile görülen diğer unsurların her birinin ayrı ayrı farklı anlamlar da ifade ettiği ve bir araya geldiklerinde kastedilen anlamı oluşturdukları gözden uzak tutulmamalıdır. Burada nesnelere anlam çözümlenmelerinin yapılması, film afişinin amacı ve hedef kitle üzerinde yaratmaya çalıştığı etkinin ortaya çıkması açısından önemlidir. Diğer materyaller gibi film afişlerinde de düz anlamla birlikte ve Barthes’in de belirttiği gibi bundan daha önemli olarak çözümlenmesi gereken asıl katmanı şifrelenmiş yan anlam oluşturmaktadır. Barthes, yan anlam

olgusunun kitle iletişimle sıkı ilişkisine vurgu yapmıştır. Gazete okurken, herhangi bir film izlerken, televizyon seyredirken, radyo dinlerken veya satın aldığımız bir ürünün ambalajına bakarken daima yan anlamsal bildirimler aldığımız ve algıladığımız hemen hemen kesindir (Barthes, 1993: 159).

5.3.2. Kodlanmış ikonsal/simgesel ileti

Her ileti, bir gösteren düzlemi ile bir gösterilen düzleminin birleşiminden oluşmaktadır (Barthes, 1993:157). Gösteren düzlemi, düz anlam katını yani kodlanmamış iletiyi oluştururken, gösterilen düzlemi kodlanmış iletiyi oluşturmaktadır. Kodlanmış ikonsal iletinin çözümlenmesinde renklerin ve biçimlerin çok önemli bir işlevi vardır. Kaldı ki renklerin eski çağlardan beri simgesel bir iletişim aracı olarak kullanıldıkları bilinmektedir. Renkler, insan duygularını olumlu ya da olumsuz etkileyen, bilinçli ya da bilinçsiz olarak farklı tepkilerin ortaya çıkmasını sağlayan unsurlardan biridir. Çünkü renklerin insanların ruhsal ve duygusal yönlerini uyarmaktadır. İletişimde ise anlam yaratıcı öge işlevleri de vardır. Bunun yanında, renkleri anlamlandırırken her rengin salt bir anlamı olduğu yanlışına düşmemek gerekir. Çünkü renklerin anlamı kültüre, zamana ve konuma göre değişiklik göstermektedir (Öztürk, 2015; Sığircı, 2016: 129-130).

Afişteki profil resmine bakıldığında ilk etapta bunun yarı profil bir yakın çekim olduğu görülmektedir. Profilin bu şekilde olması, kişinin bilinmeyen ve karanlık yüzüne bir atıftır. Ayrıca görüntüden, kişinin buğday tenli olduğu izlenimini edinmek mümkündür. Bu ten renginin hâkim olduğu bölge Batı değil Doğu kesimleridir. Aslında bu kişi mücevher uzmanı rolündeki Harvey Keitel'dir. Filmde bu kişi sonradan Müslüman olmuş bir İtalyan'dır. Karakterin bu şekilde bir tonlamayla resmedilmesi, karakteri dış görünüş olarak dini dönüşümüyle uyumlu hale getirmiştir. Karakterin göz rengi, gözünün yapısı, saç ve sakalı gibi değişkenler de bu dönüşümü destekler niteliktedir. İlk olarak göz rengine bakıldığında koyu tonlardaki göz rengi Batıda değil Doğuda yaygındır. Örneğin 2011'de yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye'de en yaygın göz renklerinin (%70) kahverengi ve siyah olduğu saptanmıştır (Halklailiskiler.com, 2011: 20).

Göz şekline bakıldığında, gözlerin çekik olmadığı rahatlıkla görülmektedir. Çekik gözler uzak doğuda yaygın olduğundan bu kişinin uzak doğudan olmadığı da söylenebilir. Ayrıca bıyık ve sakal İslam'ın şiarındandır. Sakal bırakmak ve bıyıkları üst dudakları açığa gösterecek şekilde kesmek İslam Peygamberince sıkça tavsiye edilmiştir (Yalçın, 2009: 36/1-2). Kişi profili üzerinden devam edildiğinde, siyah güçlü saçlar dikkat çekmektedir. Siyah güçlü saçların otoriter ve sert mizacı sembolize ettiği söylenebilir. Ayrıca yine siyah saçlı bu kişinin Batılı bir karakter olma ihtimali olsa da ağırlıklı olarak Doğulu bir tipe daha uygun olduğu saptamasında bulunulabilir. Son olarak beyaz renkli ceket, böyle karanlık bir karakterin zenginliğini ve prestijini vurgulamaktadır. Son olarak, kişinin omzunun üzerinde büyük bir cami silüeti vardır. Kişi böylece İslam ile ilişkilendirilmiştir.

Renklerden sonra karakterin beden dilinin çözümlenmesi önemlidir. Zira karakterin duruşu, bakışı, tarzı, jest ve mimikleri renklerle bir bütünsellik oluşturarak anlamı bütünlemeye yardımcı olmaktadır. İlk olarak karakterin asabi duruşu bir olumsuzluk ve güvensizlik havası katmaktadır. Bu durum karakterin bakışlarıyla kendini doğrudan ele vermektedir. İnmiş kaşlar, dik bakışlar, kırışmış ve belirginlik kazanmış alın hatları ile dudak yapısı bu sert mizacı ortaya çıkarmaktadır. Düzgün bir şekilde arkaya doğru taranmış saçlar ile alnın genişçe ortaya çıkması kendine güvenin ve gücün göstergesi olarak görülmektedir. Hâkim yaka gömleğin ilk düğmesinin bile iliklenmiş olması bir ağırlığın göstergesidir ve ayrıca kişiye bir gizem havası katmaktadır. Sakal ve bıyık ise

Şiari İslam'dandır ve burada sert mizaçta erkeksiliği desteklemektedir. Bıyıkların sakalla birleşen keskin biçiminin yüze paralel olarak tasarlandığı görülmektedir.

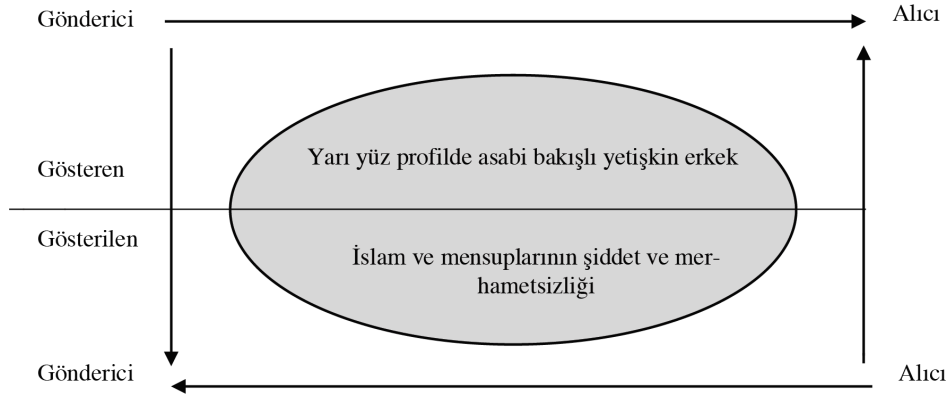
Arka plana hâkim olan renk koyu ve yer yer parlak siyah bir renktir. Karakter ve afiş bütün olarak göz önüne alındığında, filmin romantik ve komedi tarzında değil, bilakis gerilim türüne daha uygun olduğu söylenebilir. Karakterin arka planının koyu renkli bir taş ile kaplı olması, filmin adıyla ve karakterin yaptığı işle anlamsal bütünlük ilişkisi kurmayı kolaylaştırmaktadır. Bu kişi, değerli taş ticareti yapan El-Kaide mensubu bir karakterdir. Bu arka plandaki koyu renkler işlenmemiş değerli taşları sembolize etmektedir. Arka planın koyu bir şekilde verilmesi karakterle birlikte düşünüldüğünde karanlık işlere gönderme yapmaktadır. İşlenmemiş olmaları onların belirli önemli aşamalardan geçirilip bir sanat eserine dönüştürülmemiş özvarlıklarına göndermede bulunmaktadır.

Afişin alt kısmında karakterin ceketi üzerinde minare ve kubbe topluluğu dikkati çekmektedir. Bu semboller doğrudan İslam'a göndermede bulunmaktadır. Anlaşılmaktadır ki İslam, bu karanlık dünyanın önemli bir parçasıdır. Ayrıca beyaz ceket üzerinde minare ve kubbelerin siyah tonlaması bir taraftan caminin görünürlüğünü artırırken diğer taraftan İslam, cami üzerinden karanlıkla ilişkilendirilmiştir.

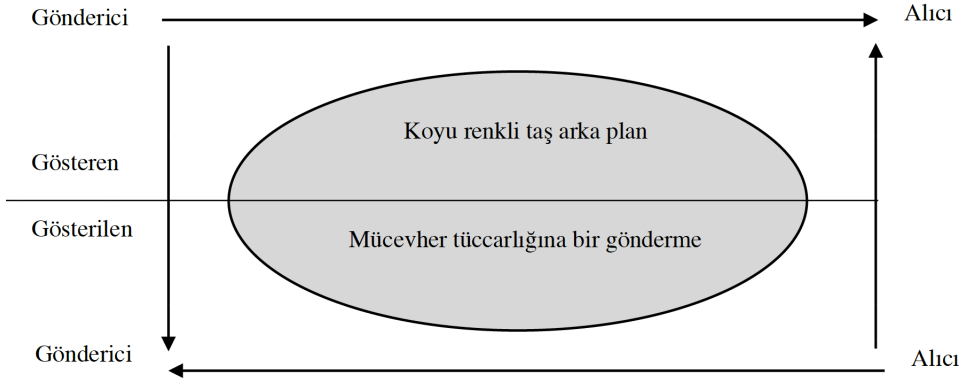
Buradaki cami, 1356-1393 yılları arasında Kahire'de Memlûk hükümdarı Sultan Hasan tarafından yaptırılan "Sultan Hasan Camii ve Medresesi"dir (Atayli.net, 29.05. 2016). Geçmişte Sünnî ekolünün 4 mezhebinin tamamını kapsayan bir eğitim vermesiyle bilinen cami, döneminin en önemli eğitim merkezlerinden biri olarak uzun süre adından söz ettirmiştir. Yapıldığı dönemde cami, İslam dünyasının en görkemli camisi olmuştur (Beksaç, 2006; timeturk.com/tr; Atayli.net, 29.05. 2016)). Bu özellikleriyle cami, İslam'ın ehli-sünnet ekolünün bütünü temsil eden ender örneklerindedir. Gösterge, afiş bütünlüğü içerisinde düşünüldüğünde, İslam'ın ağırlıklı kesimini oluşturan ehli-sünnet, karanlıkla, gizemle ve katılıkla ilişkilendirilmiştir.

Afişteki diğer unsurların referansı bir anlamda cami ve medrese görüntüsü olmaktadır. Karakter, giyim, imaj, kullanılan renklerle oluşturulan olumsuzluk cami ve medrese üzerinden İslam'a yönlendirilmektedir. Filmi izlemeyen bir kişi afişe baktığı zaman muhtemelen cami ve medrese görüntüleri üzerinde İslam'a yönelik bir olumsuzluğu bilerek veya bilmeyerek zihnine yerleştirecektir. Esrarengiz ve karanlık bir izlenim uyandıran diğer unsurlar cami ve medrese üzerinden İslam'a gönderilerek hedef kitlede beklenen etkiyi yaratması amaçlanmıştır. Afişi görenler oradaki cami ve medresenin adını ve nerede olduğunu bilmeseler de afişi tasarlayan ve fikri oluşturanlar tarihi bir mekânın görüntüsünü afişe yerleştirerek bir anlamda tarihi açıdan da İslam'ı şiddet ve suçla yan yana göstermeye çalışmışlardır. Afişteki cami ve medresenin rastgele değil özellikle seçilmesi böyle bir amacın varlığını güçlendirmektedir.

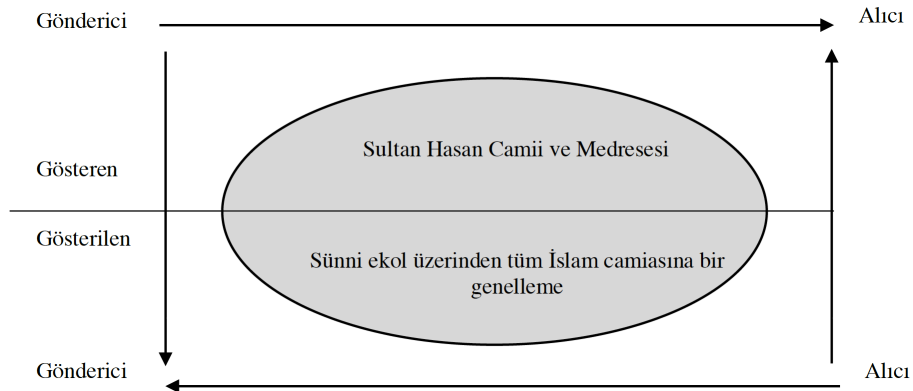
Afişte üç farklı temel göstergenin kullanıldığı söylenebilir:



Şekil 2. Gösterge-1 *Gösteren*: Yarı yüz profilde asabi bakışlı yetişkin erkek - *Gösterilen*: İslam ve mensuplarının şiddet ve merhametsizliği



Şekil 3. Gösterge-2 *Gösteren*: Koyu renkli taş arka plan - *Gösterilen*: Mücevher tüccarlığına bir gönderme



Şekil 4. Gösterge-3 *Gösteren*: Sultan Hasan Camii ve Medresesi - *Gösterilen*: Sünni ekol üzerinden tüm İslam camiasına bir genelleme

5.3.3. Dilsel ileti

Barthes (2017: 29-31), ikonsal iletiye nazaran dilsel iletinin görünürde “sabitleme” ve “bağdaştırma” işlevleri olduğunu ifade etmektedir. Dilsel ileti, belirsiz göstergeler dizisini önleme ve sabit olmayan gösterilenler dizisini sabitleştirmek için çözümlenmede kullanılan önemli bir tekniktir.

Buna göre, metin doğrudan ya da kısmi bir biçimde *bu nedir?* sorusuna yanıt vermektedir. Diğer bir deyişle metin, resmin düz anlamlı kısmî bir betimlemesini sunarak, kompozisyonu daha doğru bir şekilde algılamamıza ve yorumlamamıza yardımcı olur. Ayrıca metin, okuru görüntünün gösterilenlerine yönlendirir ve yan anlamlardan bazılarını alımlatırken bazılarını göz ardı ettirmek suretiyle okuru ustaca bir şekilde uzaktan kumanda ederek seçilmiş anlamlara yönlendirir.

Afişteki dilsel ifadelerle bakıldığında ilk görülen kirli beyaz bir renkle ve oldukça büyük puntolarla yazılmış filmin İtalyanca adıdır: "IL PERCANTE DI PIETRE". Onun hemen altında turuncu bir tonla ve daha küçük bir puntoyla filmin İngilizce adı yazmaktadır: "THE STONE MERCHANT". Böylece filmin bir mücevher taciriyle ilgili olduğu anlıyoruz. Koyu taş arka planın film için ne anlam ifade ettiğini bu başlıkla sabitleme imkânı buluyoruz. Ancak burada koyu siyah bir tonun kullanılması, bu mücevher tüccarı üzerinden olumsuz ve karanlık işlere gönderme yapmamıza vesile olmaktadır. İtalyanca film başlığının hemen üstünde ise yine turuncu renkle ve küçük harflerle "harvey keitel" yazmaktadır. Böylece bu metin, profildeki karakterin, Hollywood yıldızı Harvey Keitel olduğuna dair düşüncemizi pekiştirmektedir. Aynı zamanda İtalyan filminde ünlü bir Hollywood yıldızının oynadığı vurgusunun yapılması, filmin pazarlanmasına katkı sağlanmasına çalışıldığını düşündürmektedir.

Filmle ilgili dikkat çeken ve filmin ana temasını da oluşturan ayrıştırıcı ifadeler ise şunlardır:

"vive come noi." (o da bizim gibi yaşıyor)

"parla come noi." (o da bizim gibi konuşuyor)

"ma ci odia." (ama o bizden nefret ediyor)

Bu ifadelerle ilk etapta afişteki Harvey Keitel isimli "Merchant" karakterine gönderme yapıyor izlenimi edinilse de doğru teşhis için filmin de bilinmesi ve film, afiş ve ifadelerin bir bütünlük içerisinde analiz edilmesi gerekir. Filmin Müslüman nefreti üzerinden ayrıştırıcı bir temayla işlendiği düşüncesinden hareketle ifadelerin muhatabı da ortaya çıkmaktadır. Yani "o" zamirinin muhatabı, şiddet ve terörizmle ilişkilendirilen Müslümanlardır. Keza filmde de bu ifadelerle, Batıdaki Müslüman algısı, oryantal bir bakış açısıyla ortaya konmaktadır.

Söz konusu ifadeler, özünde ötekileştirici ve nefret söylemleri barındırması hasebiyle İslamofobik bir faaliyet kapsamında değerlendirilebilir. "Gibi" edatı "benzerlik" anlamı katar, ancak "aynılık" anlamı katmaz; "gibi" ile iki tür varlığın tözünün farklılığı, birbirine benzeyen tarafları üzerinden ifade edilir. Burada, "gibi"lerle iki nosyon, tür ve medeniyet karşılaştırılmakta, "bizim gibi ama bizden değil" sonucuna ulaşılmaktadır. "Ama bizden nefret ediyor." ifadesi aslında oryantalist bakışın klasik bir dışavurumudur. Türk ve Müslümanların Batının bakış açısıyla, Batıdan nefret ettikleri yargısı ile arka planda İslamofobi desteklenmektedir.

6. Sonuç ve değerlendirme

Küreselleşmeyle birlikte artık medya tarafından üretilip dağıtılan içerikler dünyanın hemen her köşesinde tüketilmektedir. Dolayısıyla İslamofobik içeriklerin hedef kitlesi üretildiği yer ile sınırlı olmayıp aksine tüm dünyadır. Son yıllarda İslamofobi konusundaki yanlış bilinç oluşturma gayreti oldukça yüksek seviyelerdedir. Müslümanlar dünyanın en demokratik olduğu iddia edilen ülkelerinde bile zaman zaman ötekileştirilme, haksızlığa ve zulme uğrama gibi hukuk ve vicdan dışı fiil ve davranışlara maruz kalmaktadırlar.

Bu çerçevede “The Stone Merchant” film afişinin, Barthes’in “Görüntünün Retoriği” çalışmasından hareketle göstergebilimsel olarak yapılan analizinde, İslamofobik mesajlar içerdiği sonucuna ulaşılmaktadır. Film afişinin genelde bütün Müslümanları, özelde ise Türkleri küçük düşürücü, aşağılayıcı ve onlara karşı nefret oluşturabilecek içerikler barındırdığı şeklinde değerlendirmelerde bulunmak mümkündür. Son olarak, bir film afişinde bile İslamofobi’nin bu denli yoğun işlendiği göz önünde bulundurulunca, kitle iletişim araçları vasıtasıyla yapılan tüm diğer İslamofobik faaliyetlerin küresel anlamdaki etkisi oldukça düşündürücü olacaktır.

Kaynakça

- Akgönenç, O. (2011). İslama Fobya İle Mücadele. *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi (Sivas, 18-19 Kasım 2011)*. (Ed. Osman Alacahan v. dğr.), 13-20.
- Aktaş, M. (2014). Avrupa’da Yükselen İslamofobi ve Medeniyetler Çatışması Tezi. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 13 (1), 31-54.
- Altındal, A. (2011). Batının Ateist Literatüründe İslam Düşmanlığı. *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi (Sivas, 18-19 Kasım 2011)*, (Ed. O. Alacahan v. dğr.), 233-240.
- Aslan, S., Kayacı, M., Ünal, R. R. (2016). İslamofobi ve Batı Dünyasındaki Yansımaları. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (6), 451-463.
- Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (AİHS). Resmi Gazete: (19.03.1954). No.: 8662; Düstur, cilt 35: 1567.
- Avşar, Z. (2011). İslami Terörizm Nitelemesine İtiraz. *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi Sempozyumu*, (Sivas, 18-19 Kasım 2011), (Ed. O. Alacahan v. dğr.), 149-162.
- Bakırcıoğlu, R. (2012). Ansiklopedik Eğitim ve Psikoloji Sözlüğü, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Barthes, R. (1979). Göstergebilim İlkeleri, (Çev. B. Vardar, M. Rıfat), Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Barthes, R. (1993). Göstergebilimsel Serüven, (Çev. M. Rıfat, S. Rıfat), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları,.
- Barthes, R. (2017). Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik, (2. Basım), (Çev. A. Koş, Ö. Albayrak), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Beksaç, E. (2009). TDV İslam Ansiklopedisi, (37. Cilt), İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Bulaç, A. (2011). İslamofobia’nın Zihni Arkapları: Avrupa’nın Hristiyan Kimliği ve İslam, *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi (Sivas, 18-19 Kasım 2011)*, (Ed. O. Alacahan v.dğr.), 157-173.
- Çağırıcı, M. (2011). İslamofobi Bağlamında Bir Özeleştirir, *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi (Sivas, 18-19 Kasım 2011)*, (Ed. O. Alacahan v.dğr.), 255-260.
- Çetinkaya, B. A. (2011). Batıda Hz Muhammed Üzerinden İslamofobi’nin Yansımaları. *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi (Sivas, 18-19 Kasım 2011)*, (Ed. O. Alacahan v.dğr.), 117-152.
- Fındıkçı, M. B. (2015). *Görsel Kültür Kuramına Dayalı Grafik Tasarım Eğitiminin Öğrencilerin Afiş Tasarımlarına Etkisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Galen, J. (2000). Muhammad and Ideology in Medieval Christian Literature, *Islam and Christian-Muslim Relations*, 11:3, 333-346, DOI: 10.1080/713670328.
- Guiraud, P. (1994). Göstergebilim, (Çev. M. Yalçın), Ankara: İmge Kitabevi.
- Güler, İ. (2011). “Batıdaki “Öteki” Korkusunun Analizi ve İslam Dünyasında Direnişin Terör’e Kayması- nın Psikanalizi”, *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi (Sivas, 18-19 Kasım 2011)*, (Ed. O. Alacahan v.dğr.), 153-156.
- Güngör, N. (2013). İletişim Kuramlar Yaklaşımlar, (2. Baskı), Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güz, N., Bingöl, M., Yanık, H. (2020). Islamophobia and media: semiological analysis of film poster of "The Stone Merchant" *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 11-30.

- Güz, N. (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- İnternet: Avşar, Z. İslamofobinin Kaynağı Önyargı. URL: <https://www.amerikaninsesi.com/a/İslamofobinin-kaynagi-onyargi/4435498.html>, Son Erişim Tarihi: 20.02.2019.
- İnternet: Baştürk, D. Avrupa'nın Ötekileri Müslümanlar. URL: <http://turkiyedeiktidardergisi.com/dunyadan/avrupanin-yeni-otekileri-muslimanlar/> Son Erişim Tarihi: 30.04.2017.
- İnternet: Bayhan, A. A. Mısır'da Memlûk Sanatı. URL: <http://www.altayli.net/misirda-memluk-sanati.html>, Son Erişim Tarihi: 06.02.2019.
- İnternet: Bilgisayar Oyunlarında İslamofobi, URL: <https://docplayer.biz.tr/34794849-Bilgisayar-oyunlarinda-islamofobi.html>, Son Erişim Tarihi: 10.11.2019.
- İnternet: Charlie Hebdo Dergisi Hangi Karikatürleri Yayınlamıştı?, Radikal, URL: <http://www.radikal.com.tr/dunya/charlie-hebdo-dergisi-hangi-karikaturleri-yayinlamisti-1266975/>, Son Erişim Tarihi: 13.11.2017.
- İnternet: Fobi Kelime Kökeni, URL: <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/fobi>, Son Erişim Tarihi: 10.10.2017.
- İnternet: Gülsüm, N. "Obama da İslamofobiyi Güçlendirdi", (Röportaj), URL: <https://www.yenisafak.com/roportaj/obama-da-İslamofobiyi-guclendirdi-568827>, Son Erişim Tarihi: 27.09.2019.
- İnternet: Hollanda'yı Karıştıran "Fitne", URL: <https://p.dw.com/p/DWSu>, Son Erişim Tarihi: 10.12.2018.
- İnternet: II Mercante di Pietre, URL: <http://www.imdb.com/title/tt0775090/>, Son Erişim Tarihi: 19.10.2017.
- İnternet: Mısır'da bir Memlûk eseri: Sultan Hasan Camii, URL: <https://www.timeturk.com/tr/fotogaleri/dunya/misir-da-bir-memluk-eseri-sultan-hasan-camii>, Son Erişim Tarihi: 17.11.2017.
- İnternet: Müslümanlardan "Fitne" Filmi Hakkında Dava, URL: <https://www.cnn-turk.com/2008/dunya/03/29/muslimanlardan.fitne.film.hakkinda.dava/442952.0/index.html>, Son Erişim Tarihi: 29.03.2018.
- İnternet: Müslümanların Papa'ya Tepkisi Büyüyor. URL: <http://p.dw.com/p/AZhn>, Son Erişim Tarihi: 25.11.2017.
- İnternet: Oyunlarda İslamofobi, URL: <http://www.oyunlardaislamofobi.com/default.aspx#section-5>. Son Erişim Tarihi: 17.11.2017.
- İnternet: Peygamberimize Hakaret Eden Film Nelere Yol Açtı?, URL: <http://www.sakaryarehberim.com/haber-peygamberimize-hakaret-eden-film-nelere-yol-acti-172268.html>, Son Erişim Tarihi : 13.11.2017.
- İnternet: Rotterdam'da Aşırı Sağcı Pegida Örgütüne Cami Önünde Domuz Çevirme İzni, URL: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-44372481>, Son Erişim Tarihi: 12.08.2018.
- İnternet: The Stone Merchant, URL: <http://www.beyazperde.com/filmler/film-187054/>, Son Erişim Tarihi: 11.11.2019.
- İnternet: Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük. URL: <https://sozluk.gov.tr/>, Son Erişim Tarihi: 10.10.2018.
- İnternet: Türkiye'yi Anlama Kılavuzu, URL: http://www.halklailiskiler.com/pdf/Turkiyeyi-Anlama-Kilavuzu-EKitap_1347963063.pdf, Son Erişim Tarihi: 10.11.2018.
- Kahraman, A. (2011). İslamofobiyi Besleyen Unsurlardan Biri Olarak "İslam Şeriatı" Algısı. *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi (Sivas, 18-19 Kasım 2011)*, (Ed. O. Alacahan v.dğr.), 189-201.

Güz, N., Bingöl, M., Yanık, H. (2020). İslamofobi ve medya: “The Stone Merchant” film afişinin göstergebilimsel analizi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 11-30.

- Karlı, N. (2013). İslamofobi'nin Psikolojik Olarak İncelenmesi, *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 13 (1), 75-100.
- Lewis, B. (1993). *Islam and the West*, New York: Oxford University Press.
- Martinelli, R. (15.10.2006). *Il Mercante di Pietre (The Stone Merchant)*, İtalya.
- Miranda, R. (2015). İslam'ı Protesto Eden Nifakçılar Hıristiyan ve Yahudiler Tarafından Susturuldu, URL: https://www.yeniasya.com.tr/robert-miranda/islami-protesto-eden-nifakcilar-hiristiyan-ve-yahudiler-tarafından-susturuldu_340917, Son Erişim Tarihi: 12.08.2018.
- Nakoula, B. N. (2012). *Innocence of Muslims*, (Film), ABD.
- Öztürk, Ş. (2015). *Türk Kültüründe Renk Kavramı ve Renklerin Maddi Kültüre Yansıması*, (Yayımlanmış Doktora Tezi), Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pierce, C. (1955). *Philosophical writings of Pierce*, (Ed. J. Buchler), New York: Dover Publications.
- Ryan, M., Lenos, M. (2012). *Film Çözümlemesine Giriş*, Ankara: De Ki Basım Yayın.
- Sausure, F. D. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri*, (Çev. B. Vardar), İstanbul: Multilingual.
- Schnapper, D. (2005). *Sosyoloji Düşüncesinin Özünde Öteki ile İlişki*, (Çev. A. Sönmezay), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Servante, A. (2005) “Batılıların Gözünde Türk İmajının Geçirdiği Değişimler”, *Dünyada Türk İmgesi*, (Ed. Ö. Kumrullar), İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Sığırcı, İ. (2016). *Göstergebilim Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Uluslararası Hak İhlalleri İzleme Merkezi. (2015). *Avrupa'da Yükselen Ayrımcılık Nefret, İslamofobi ve Irkçılık*, (Editör: Hüseyin Türkan), İstanbul.
- Yalçın, İ. (2009). *TDV İslam Ansiklopedisi*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Yılmaz, H. (2011). İslam Karşıtlığında (İslamofobi) “Cihad” Algısının Rolü, *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi (Sivas, 18-19 Kasım 2011)*, (Ed. O. Alacahan v.dğr.), 175-188.
- Yüksel, M. (2011). İslamofobi'nin Tarihsel Temellerine Bir Bakış: Oryantalizm ya da Batı ve Öteki. *İslamofobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi (Sivas, 18-19 Kasım 2011)*, (Ed. O. Alacahan v.dğr.), 103.116.

Extended abstract in English

Although the concepts of “phobia” and “fear” are sometimes used interchangeably, they differ in their essence. As a matter of fact, "fear" sometimes has a positive and necessary feature such as warning people against dangers and pushing them to take precautions. However, “phobia” is a concept that has completely negative content as meaningless, unconscious dismay. However, when used with a different characterization or name, the concept refers to conveying feelings of hatred and hostility towards the concept which is characterized and conveying meaning of putting it into words and deeds. As a matter of fact, when the concept of Islamophobia is thought, the meaning it carries means such as fear of Islam and fostering hostility and hatred towards Islam. The concept is also associated with exclusion, marginalization and discrimination. However, the concept of Islam has meanings that are incompatible with the concept of phobia such as well-being, trust, peace and tranquility.

Islamophobia dates back to the birth of Islam. There are numerous cases that exemplify the acts of violence suffered by Muslims in the early years of Islam. Subsequently, Islamophobic actions have taken place on a more mass scale in the face of the rapid expansion of Islam first into the Arabian Peninsula and then into Asia, Africa and Europe. The Papal coordinated battles referred to in history as the Crusades are obvious examples of this. As a matter of fact, the source of Islamophobia today is a Europe-based course as a post-colonial and orientalist global power. In some of the most important works of the world-renowned orientalist writers of the West, the hatred of Turkish and Islam is clearly expressed.

After the Second World War, the world witnessed a bipolar struggle, which was referred to as the cold war led by the United States and Soviet Russia. After the collapse of the Soviet Bloc in 1991, the cold war ended. However, Islam has emerged as the new enemy that emerged as a requirement of the West's philosophy of establishing itself from "the other". Especially after the September 11 attack anti-Islamism in the West peaked globally.

Considering the reasons of Islamophobia, political, religious, economic, sociological and philosophical reasons come to the fore. In other words, the fact that the philosophy of Islam standing against the fundamental dynamics of the West and poses a threat to them brings along the position of Islam against the West. The fact that Islam is not researched directly from the essence and the fundamental elements of Islam and that it is learned from the media and anti-Islamic opinion leaders also triggers Islamophobia. In addition, as a self-criticism, the situation in the Islamic geography and the failure of Muslims the way of practicing and taking model of Islam support the Islamophobia.

The media plays an important role in the global spread of Islamophobia. It is known that the media has an important place in creating perception and attitude, and transforming these attitudes into behavior. In today's globalizing world, media contents meet readers, audiences, listeners, users with every moment almost anywhere in the world. In this context, the activities of Western-led global media are more important. The media provocative Muslims with provocative publications, shed light on the increase and the occurrence of acts of violence, and thus endeavor to identify and promote Islam with violence and terrorism. It is possible to come across anti-Islamic publications and content in all kinds of media, from computer games to cinema films, newspapers and radio and television. As a matter of fact, the provocative caricature of "Charlie Hebdo" magazine, the films "Innocence of Muslims" and "Fitnah", and the subsequent ones illustrate this situation.

In this context, the subject of the study is to explain Islamophobia, to reveal the role of the media in the spread of Islamophobia and to analyze the concept of Islamophobia through the poster of "The Stone Merchant". The aim of the study is to draw attention to the extent of Islamophobic activities in all media through Islamophobic fiction, which makes its presence felt intensively even in a movie poster.

The poster of "The Stone Merchant", which was installed in IMDB (2006), was used in the study. There are many indications in the film that marginalizing and giving a bad name to Islam and the Turks, briefly triggering the "Islamophobia". This case clearly can be seen in the poster of the film.

In fact, "the poster" is accepted as the most important tool of graphic design that can effectively send messages to the masses. Any information and message can be easily delivered to a large audience with a poster. Beyond being an ordinary information provider, the poster is a mass media tool that can create ideological and aesthetic pressure on individuals and societies, says new things, warns and even threatens them. Its real strength comes from its enlightening, persuading and leading people. The same situation is also true for movie posters. Movie posters are an integral part of films and they are introduced through posters. The audience looking at the poster will have a general idea about the content of the film. It can be said that the poster is the identity of the film. Therefore, poster design is an artistic activity that requires utmost care. From this point of view, it is unlikely any image in the film poster which is professional product, can be interpreted by chance or in the sense of aestheticism. It is tried to bring together all the images used in a poster in such a way that they form a unity of meaning and reflect the main theme of the film.

The poster was interpreted from Barthes' semiotic perspective. The aim of the semiotic study is to determine and explain the functioning of the semantic systems which is non-linguistic. Barthes collects the principles of semiotics under four headings in dichotomic opposition These; I. Language and Parole; II. signifier and signified; III. System and Syntagma; IV. denotation and connotation. Based on Barthes' work, Rhetoric of the Image, there are three messages of poster that we analyze. These; linguistic message, uncoded iconic (symbolic) message, and encoded iconic (symbolic) message. Thus, in a semiotic research, the aim is to deal with these three messages in a holistic structure and to try to understand the final relationship between the messages. Indeed, all these messages come together to reveal the meaning.

In the study, the semiotic analysis reveals the Islamophobic judgment of the poster. When indicators used in the poster, linguistic messages and the connotations of these messages are integrated with the content of the film, it is determined that the meaning of the messages was revealed more clearly. In this context, it is concluded that the movie poster of "The Stone Merchant" contains Islamophobic messages in the semiotic analysis.

The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy

Filiz Kara¹

Received date: 01 / 01 / 2020

Accepted date: 05 / 04 / 2020

Abstract

In this research, it is aimed to determine the knowledge and opinions regarding renewable energy of 64 prospective teachers. The study data were collected by using a questionnaire consisting of 12 open-ended questions, and analyzed using the descriptive analysis method. The study results showed that the prospective teachers were generally of the opinion that renewable energy sources are mainly used by developed countries. In addition, most of the prospective teachers thought that media organs, and scientific meetings and schools should be utilized as platforms for increasing social awareness on renewable energy sources. However, it was also determined that the number of prospective teachers who learned about renewable energy sources from their parents was considerably limited.

Keywords: *Renewable energy, Prospective science teacher, Teacher education, Sustainable energy*

1. Introduction

Due to environmental harm caused by non-renewable energy sources and possible depletion of these reserves in the near future, there is a recent, active search for alternative sources to meet current energy demands. For this reason, the importance accorded to renewable energy sources that have the advantage of being reusable, inexhaustible, and environment-friendly has increased considerably in recent times (Thomas, Jennings & Llyod, 2008; Sevinç, 2009). Due to environmental pollution and global warming caused by fossil fuels used in traditional energy production methods, various international conventions regarding the environment envisage the gradual reduction of fossil fuel consumption (Spence, 2007). The use of renewable energy technologies is necessary to reduce the numerous problems associated with fossil fuel use (Pimental et al., 2002). In this respect, the current century is expected to be one of significant innovations, advances, and developments in the use of renewable energy sources, which represent a clean and inexhaustible source (Marda & Şahin, 2007).

The term “renewable energy source” refers to sources of energy that are naturally renewed, and can hence be used continually without the risk of depletion. Sources of renewable energy include solar energy, wind energy, hydraulic energy, biomass, geothermal energy, and wave energy (Daugherty & Carter, 2010; Yıldız, Sipahioğlu & Yılmaz, 2000).

Nowadays, many countries allocate considerable sums from their budgets to research that seek to resolve environmental problems and to leave a livable environment for future generations. However, a far simpler approach against environmental problems would involve raising individuals with greater environmental awareness (Sevinç, 2009). In order to raise individuals who are environmentally aware, and who contribute to the well-being of their societies with their novel

¹ Dr., Merkez Şehit İlhan Kusan Secondary School, Samsun, Turkey, karafilizkara@gmail.com

Kara, F. (2020). The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 31-40.

and innovative ideas, measures should be taken to provide education regarding the sources of environmental pollution and to instill positive attitudes towards the environment. Such measures would contribute considerably to efforts focusing on the reduction and prevention of pollution.

Teachers play an important role in the development of environmental awareness among students. Ensuring that prospective teachers are knowledgeable regarding renewable energy and energy sources will also allow their students to develop awareness on this subject. In this context, it is important to place emphasis on the education of prospective teachers on renewable energy sources. According to McLaughline (2008), reducing the deterioration of the environment around the globe necessitates a change in the technology-related and social behaviors of students. In institutions that raise teachers, curricula should be planned in such a way that they include courses and topics on renewable and sustainable energy (Marker, 1991; Keser, Özmen & Akdeniz, 2003). In a research, it is remarked the less educated people who have lacks of knowledge about renewable energy are an obstacle for using these sources (Muresan et al., 2017).

This study was performed to determine the knowledge and opinions regarding renewable energy of prospective teachers receiving their education at the Department of Elementary School Science Teaching of a university in the Black Sea Region of Turkey.

2. Method

Single survey model as one of the general survey models has been used in the research. Instant survey model as one of the single survey models was preferred and it is aimed to reveal the current states of students. General survey model is the survey model used to work with the whole universe or a particular group of the universe in order to reach a general judgment about a universe where a large number of elements are available (Bailey, 1982). Single survey model is the identification of the variables in the research separately as variety or amount. In this model, the variables such as events, matters groups, institutions, issue in question are dealt separately (Karasar, 2014). It is possible to make some predictions about the future situations by the data obtained through single survey model. The data obtained in this model can be evaluated by being analyzed by statistical techniques such as arithmetic mean, mode, median, standard deviation, variance analysis, frequency and percentage (Köse, 2010).

The study was conducted with 64 prospective teachers receiving their education at the Faculty of Education, Department of Elementary School Science Teaching of a university in the Black Sea Region of Turkey.

The study used a questionnaire consisting of 12 open-ended questions to determine the knowledge and opinions of science prospective teachers regarding renewable energy sources. The use of open-ended questions allows researchers to evaluate significant variables and to investigate a particular subject by using a flexible approach (Yıldırım & Şimşek, 2011). The prospective teachers were requested to answer the questions based on their current knowledge, and were allowed sufficient time to answer each question.

The study data were analyzed using the descriptive analysis method. The answers of the prospective teachers were classified into different groups. The ratios of the answers provided by the prospective teachers were shown as frequency (f).

Kara, F. (2020). The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 31-40.

3. Results

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "Where did you first hear about the concept of renewable energy?" is provided in Table 1.

Table 1. The sources from which prospective teachers first heard about the concept of renewable energy

Answers	Frequency
School	55
Television	30
Newspaper	30
Internet	25
Friend	11
Family	5

Table 1 shows that most of the prospective teachers first heard about the concept of renewable energy from school, television, and newspapers. This observation indicates that schools assume an important role in raising awareness regarding renewable energy, and that television and newspapers are also important tools for raising awareness. In addition, it is interesting to note that the number of prospective teachers who first heard of the concept of renewable energy from their parents was five.

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "What is renewable energy?" is provided in Table 2.

Table 2. The opinions of the prospective teachers on what renewable energy is

Answers	Frequency
An inexhaustible form of energy	34
A renewable form of energy	17
A recycled form of energy	14
Energy that is less detrimental to the environment	11
Energy formed by natural processes	7
Energy that exists naturally in the environment	6
An abundant form of energy	1
Energy that is more economical	1
Non-fossil fuel energy	1

As can be seen in Table 2, the prospective teachers described renewable energy as a form of energy that is inexhaustible, renewable, and less detrimental for the environment. The prospective teachers who provided these answers were fairly knowledgeable regarding renewable energy. However, 14 of the prospective teachers described renewable energy as a type of energy obtained through recycling, which indicated that they confused the concept of renewable energy with recycling.

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "What are examples of renewable energy sources?" is provided in Table 3.

Table 3 shows that the prospective teachers correctly mentioned the sources for biomass energy and hydrogen energy (which are, evidently, biomass and hydrogen). However, the other responses provided by the prospective teachers described "forms" of energy rather than "sources"

Kara, F. (2020). The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 31-40.

of energy. In addition, one of the prospective teachers erroneously described fossil fuels as a type of renewable energy source.

Table 3. Examples of renewable energy sources described by the prospective teachers

Answers	Frequency
Wind energy	62
Solar energy	59
Geothermal energy	48
Biomass	11
Hydrogen	9
Electrical energy	8
Wave energy	4
Hydroelectric energy	3
Heat energy	2
Light energy	1
Fossil fuels	1

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "What are examples of non-renewable energy sources?" is provided in Table 4.

Table 4. Examples of non-renewable energy sources described by the prospective teachers

Answers	Frequency
Coal	43
Oil	35
Natural gas	35
Fossil fuels	25
Lignite	8
Wood	7
Electrical energy	4
Light energy	3
Heat energy	2
Solar energy	1

Table 4 shows that most of the prospective teachers correctly provided examples of non-renewable energy sources. However, it was noted that one of the prospective teachers erroneously listed solar energy as a form of non-renewable energy.

As can be seen in Table 3 and Table 4, some of the prospective teachers erroneously described forms of energy such as heat, light, and electrical energy as renewable or non-renewable sources of energy. In addition, it was observed that some of the prospective teachers lacked the level of knowledge to correctly distinguish renewable energy sources from non-renewable energy sources.

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "What are the differences between renewable and non-renewable sources of energy?" is provided in Table 5.

As can be seen in Table 5, some of the prospective teachers expressed that renewable energy sources are less detrimental for nature than non-renewable energy sources, and that renewable energy are renewable and inexhaustible. This indicated that many of the prospective teachers were aware of the differences between renewable and non-renewable energy sources. However, it was noted that seven of the teachers believed that renewable energy sources can be recycled, indicating that they confused the concept of renewable energy with recycling.

Kara, F. (2020). The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 31-40.

Table 5. The opinions of the prospective teachers regarding the differences between renewable and non-renewable energy sources

Renewable energy source / Non-renewable energy source	Frequency
Not detrimental to nature / Detrimental to nature	25
Renewable / Not renewable	21
Inexhaustible / Exhaustible	16
Economical / Not economical	7
Can be recycled / Cannot be recycled	7
Formed over a short period of time / Formed over a long period of time	6
Obtained from the natural environment / Obtained from fossil sources	4

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "What are the advantages of using renewable energy sources to meet energy demands?" is provided in Table 6.

Table 6. The opinions of the prospective teachers regarding the advantages of using renewable energy sources

Answers	Frequency
Reduction of environmental pollution	30
Lower costs	26
Risk of depletion for traditional energy sources	13
Reusability	9
Utilization of sources that are natural	4
No waste or byproducts associated with their use	2
Reduction of dependency on other countries and imports	2

Table 6 shows that the prospective teachers associated the use of renewable energy sources with the reduction of environmental pollution and the elimination of any risk regarding the depletion of sources. This result demonstrated that the prospective teachers were aware of the advantages of using renewable energy sources.

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "Should information on renewable energy sources be covered during formal education?" is provided in Table 7.

Table 7. The opinions of the prospective teachers regarding the inclusion of information on renewable energy sources to formal education

Answers	Frequency
Education on renewable energy sources should be provided to ensure that future generations are more knowledgeable and have greater awareness regarding the environment.	42
Education should be provided on the importance of renewable energy sources for a pollution-free environment.	18
Ensuring that future generations are knowledgeable about renewable energy sources might allow new projects and innovations to be developed with these energy sources.	3
There is no link between education and renewable energy sources.	1

Among the prospective teachers participating in the study, 63 expressed that the subject of renewable energy sources should be included in formal education. As reasons, they have mentioned the necessity to raise individuals who more knowledgeable and have greater awareness

Kara, F. (2020). The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 31-40.

regarding the environment, and also that renewable energy sources are necessary for a pollution-free environment. However, one prospective teacher described that there is no potential relationship between renewable energy and education.

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "How can we raise awareness within society regarding renewable energy?" is provided in Table 8.

Table 8. The opinions of the prospective teachers on how to raise awareness within society regarding renewable energy

Answers	Frequency
Television	27
Conference	22
School	17
Newspaper	12
Seminar	10
Banner	10
Journal	8
Advertising	7
Panel	7
Brochure	7
Internet	6
Media	6
Symposium	5
Billboards	3
Civil society organizations	3
Trip	3
Book	2
Radio programs	2
Foundation	1
Public service ad	1
Project competitions at school	1
Theater activities at school	1

As can be seen in Table 8, most of the prospective teachers believed that awareness raising activities should be conducted through media organs (television, newspapers, periodicals, advertisements, and brochures), and through scientific meetings (conferences, seminars, panels, and symposiums). Among the prospective teachers, 17 also believed that awareness raising activities should be conducted in schools.

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "What is the relationship between the use of renewable energy sources and the environment?" is provided in Table 9.

Table 9. The opinions of the prospective teachers regarding the relationship between the use of renewable energy sources and the environment

Answers	Frequency
Renewable energy sources do not harm the environment	27
Renewable energy sources cause less harm to the environment than other energy sources	17
Renewable energy sources are environment-friendly	7
Renewable energy sources can harm the environment	1

Kara, F. (2020). The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 31-40.

As can be seen in Table 9, some of the prospective teachers described that renewable energy sources do not harm the environment, while others described that renewable energy sources cause less harm to the environment than other sources of energy. These results demonstrated that most prospective teachers were aware of the relationship between renewable energy sources and the environment. However, one of the prospective teachers erroneously expressed that renewable energy sources could harm the environment.

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "Do you believe that renewable energy sources are being sufficiently used in Turkey?" is provided in Table 10.

Table 10. The opinions of the prospective teachers regarding the use of renewable energy sources in Turkey

Answers	Frequency
They are not being sufficiently used in Turkey	33
Their use in Turkey should be increased	8
Their use in Turkey has increased in recent years	5
They are not being used at all in Turkey	2
No opinion	1

As can be seen in Table 10, most of the prospective teachers were of the opinion that renewable energy sources are not being sufficiently used in Turkey, and that their use should hence be increased.

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "What are the types of renewable energy used in Turkey?" is provided in Table 11.

Table 11. The views of the prospective teachers regarding the types of renewable energy used in Turkey

Answers	Frequency
Wind energy	22
Solar energy	13
Geothermal energy	6
Hydroelectric energy	5
Biomass energy	2

As can be seen in Table 11, most of the prospective teachers were of the opinion that wind energy and solar energy are the most commonly used types of renewable energy in Turkey.

The frequency distribution of the prospective teachers' answers to the question, "To what extent are renewable energy sources being used around the world?" is provided in Table 12.

Table 12. The views of the prospective teachers regarding the use of renewable energy sources around the world

Answers	Frequency
They are used widely around the world	25
They are used only in developed countries	17
Their use is limited and should be increased	13
Their use has increased in recent years	5
They are not used around the world	1
No opinion	3

Kara, F. (2020). The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 31-40.

As can be seen in Table 12, some of the prospective teachers described that renewable energy sources are widely used around the world. However, 17 of the prospective teachers believed that renewable energy sources are only used in developed countries.

4. Discussion

According to the study results, most of the prospective teachers first heard of the concept of renewable energy from school, television, and newspapers. This indicated the importance of education institutions and media organs in raising awareness among individuals regarding renewable energy sources. However, it is also important to bear in mind that education regarding renewable energy sources is a process that begins with the family, and continues during the different and successive stages of education. In fact, as described (Wilson, 1996), education on the environment provided at an early age to students has a positive effect on their future attitudes towards the environment. Yet, the current study results showed that the number of students who first heard of the concept of renewable energy from their parents was limited, indicating that the families themselves lacked any significant awareness regarding renewable energy. This finding was in agreement with the results of a research, which observed that most of respondents pointed out that they don't have enough knowledge about renewable energy and using it in daily life (Muresan et al., 2017).

The most important characteristics of renewable energy sources that distinguish them from non-renewable energy sources are that they are renewable and environmentally friendly. Based on the study results, it was observed that the prospective teachers were fairly knowledgeable regarding these two characteristics of renewable energy. However, some of the prospective teachers described renewable energy as a type of energy obtained through recycling, which indicated that they confused the concept of renewable energy with recycling.

Renewable energy is a type of energy obtained by using renewable and sustainable natural sources such as the wind, sun, underground waters, biomass, hydrogen, rivers, seas, and oceans. They can hence be provided and used continuously without the risk of depletion or pollution. Based on the study results, it was observed that the prospective teachers listed only hydrogen and biomass as renewable sources of energy. The other items they listed were "kinds" of energy rather than "sources" of energy. The underlying reason why the prospective teachers were better at providing examples of non-renewable energy sources (coal, petroleum, natural gas, lignite, and wood) might be associated with the fact that the use of these fossil fuel-based energy sources is more common and widespread. The fact that prospective teachers erroneously listed electricity, heat, and light as renewable or non-renewable sources of energy indicated that they had limited knowledge regarding the production of energy from energy sources.

It was also observed that the prospective teachers associated the use of renewable energy sources with the reduction of environmental pollution and the elimination of any risk regarding the depletion of energy sources. This reflected that the prospective teachers were mostly aware of the advantages of using renewable energy sources. It is supported in a research that a large of respondents accepted that use of renewable energy can supply reduction of energy consumption and can affect climate change positively (Boutakidis, Aggelopoulos, Pavlouti & Soutsas, 2014).

Among the prospective teachers participating in the study, 63 expressed that the subject of renewable energy sources should be included into formal education. This finding was in agreement with the results of a study, which also observed that most science prospective teachers

Kara, F. (2020). The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 31-40.

considered education on renewable energy sources as important (Çelikler, 2013). In the current study, the prospective teachers described that it is necessary to raise awareness among individuals, to educate future generations with greater awareness towards the environment, and to emphasize the importance of renewable energy sources for a pollution-free environment.

The prospective teachers also described that individuals should be informed regarding renewable energy sources through television broadcasts, newspapers, periodicals, advertisements, brochures, conferences, seminars, panels, symposiums, and schools. This result indicated that the prospective teachers were aware of the importance of media organs, and scientific meetings and schools for increasing social awareness on renewable energy sources.

Most of the prospective teachers were of the opinion that renewable energy sources are not being sufficiently used in Turkey, and that their use should hence be increased. Furthermore, many prospective teachers also thought that renewable energy sources are only used by developed countries. This is likely to be associated with their knowledge of the high initial costs necessary to obtain energy from renewable sources, and of the strong incentives provided in developed countries for the production of renewable energy. Due to the gradual increase in the worldwide demands for energy and the rapid depletion of fossil fuels reserves, it is necessary to further develop the use of renewable energy sources and to increase their share in the overall energy consumption. The production of energy from renewable energy sources will contribute to the protection of the environment and also to decreasing a country's dependence on energy imports. In this respect, it is important to increase the usage of renewable energy sources by making the necessary investments, and to raise awareness among individuals regarding the characteristics and benefits of energy produced from renewable energy sources. In this context, it is essential for prospective teachers (as well as the students they will later instruct) to be properly informed about renewable energy sources, and to be knowledgeable about their significance for sustainable development.

5. Conclusion

Based on the study results, it was determined that the prospective teachers had adequate knowledge regarding renewable energy sources, and were mostly aware of their importance and advantages.

It was determined that prospective science teachers remarked that heard the expression of renewable energy from school, television and newspaper. However, it was also determined that the number of prospective teachers who learned about renewable energy sources from their parents was considerably limited.

It was determined that the prospective science teachers were awareness that renewable energy sources are renewable and environmentally friendly. In addition, they pointed out that use of renewable energy sources can be effective on reduction environmental pollution and elimination risk of depletion of energy sources.

In this study results, it was determined that the prospective teachers remarked only hydrogen and biomass as renewable sources of energy but they listed the other renewable sources as “kinds” of energy rather than “sources” of energy.

63 of prospective science teachers remarked that formal education should include subject of renewable energy.

Kara, F. (2020). The knowledge and opinions of prospective elementary school science teachers in Turkey regarding renewable energy. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 31-40.

Prospective teachers thought that educational institution like school, scientific meetings like conference, seminar, panel, symposium, and media organs like television, newspaper, banner and journal should be effective for increasing people's social awareness about renewable energy sources.

The study results showed that the prospective teachers thought that renewable energy sources are mainly used by developed countries. They also thought that renewable energy sources are not used sufficiently in Turkey and should be increased the using of them.

References

- Bailey, K. D. (1982). *Methods of social research (2nd edition)*. New York: The Free Press.
- Boutakidis, D., Aggelopoulos, S., Pavludi, A. & Soutsas, K. (2014) Attitudes and opinions of social media users on renewable energy. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 15(4), 1727-1734.
- Çelikler, D. (2013). Awareness about renewable energy of pre-service science teachers in Turkey. *Renewable Energy*, 60, 343-348.
- Daugherty, M. K. & Carter, V. R. (2010). Renewable energy technology: It Is imperative that current students become aware of and familiar with emerging renewable energy technologies and how these technologies will continue to influence their lives in the 21st century. *The Technology Teacher*, 69(5), 24-28.
- Karasar, N. (2014). *Scientific research method (27th edition)*. Ankara: Nobel Publication Distribution.
- Keser, Ö. F., Özmen, H. & Akdeniz, F. (2003). Energy, environment, and education relationship in developing countries' policies: A case study for Turkey. *Energy Sources*, 25, 123-133.
- Köse, E. (2010). "Scientific research models", Scientific research methods, R. Y. Kincal (ed.). Ankara: Nobel Publication Distribution, 97-120.
- Marda, O. & Şahin, Ü. (2007). *Global warming and climate crisis: Why cannot we wait more*. Istanbul: Agora Library Publishing.
- Marker, G. W. (1991). Has the time come to revive energy education? *Social Studies*, 82(5), 183-187.
- McLaughlin, C. (2008). Career connections: Environmental occupations. *Technology and Children*, 13(1), 14-15.
- Muresan, I. C., Chiciudean, G. O., Harun, R., Arion, F. H., Porutiu, A., Chiciudean, D. I., Oroian, I. G & Jitea, M. I. (2017). Constraints on use of renewable energy technologies in the rural area: A Case Study from the North-West Region of Romania. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 18(4), 1746-1753.
- Pimental, D., Herz, M., Glickstein, M., Zimmerman, M., Allen, R., Becker, K., Evans, J., Hussain, B., Sarsfeld, R., Grosfeld, A. & Seidel, T. (2002). Renewable energy: Current and potential issues. *Bioscience*, 52(12), 1111- 1120.
- Sevinç, V. (2009). *General environment science*. Ankara: Maya Academy.
- Spence, S. (2007). *Global warming* (Translate by S. Gönen, S. Apar). Ankara: Pegasus Publishing.
- Thomas, C, Jennings, P. & Llyod, B. (2008). Issues in renewable energy education. *Australian Journal of Environmental Education*, 24, 67-73.
- Wilson, R. A. (1996). Environmental education programs for preschool children. *Journal of Environmental Education*, 27(4), 28-33.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Qualitative research methods in the social sciences (8th edition)*. Ankara: Seçkin Publishing.
- Yıldız, K., Sipahioğlu, Ş. & Yılmaz, M. (2000). *Environment science*. Ankara: Gündüz Education and Publishing.

Akademisyen dijitalleşme ölçeği geliştirilmesi

The development of academician's digitalization scale

Pınar Koç¹ ve Mehmet Albayrak²

Gönderilme tarihi/Received date: 14 / 02 / 2020

Kabul tarihi/Accepted date: 28 / 04 / 2020

Öz

Çalışma, akademisyenlerin dijitalleşme derecelerini belirlemek için bir ölçek geliştirme üzerine odaklıdır. Çalışma kapsamında; dijitalleşme derecesinin belirlenmesi adına, teknolojinin eğitimde kullanımı, teknoloji ve mesleki gelişim, sosyal yaşamda teknoloji kullanımı olarak üç boyut altında ve demografik değişkenler arasındaki ilişkiler ile incelemeler yapılmıştır. Amaca yönelik, 2017-2018 eğitim-öğretim yılında, Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi'nde görev yapan akademisyenlere uygulama yapılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda; akademisyenlerin çalıştığı alana, mezuniyet durumuna, sahip olunan unvana ve bilgisayar kullanım süresi oranlarında farklılıklar gözlemlenmiştir. Çalışma kapsamında, akademisyenlerin ve akademisyen adaylarının; teknolojiyi amaca ve eğitime yönelik kullanmaları için yönlendirme amaçlı kullanılabilmesi ve Türkiye'de bu alanda yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olması, özellikle de yüksek öğretim alanındaki çalışmaların azlığı göz önüne alındığında, ölçek geliştirme çalışmalarının literatürde görülen bir eksikliğe katkı sağlaması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Dijitalleşme, Dijitalleşme düzeyi, Ölçek, Dijitalleşme ölçeği, Akademisyen dijitalleşmesi*

Abstract

The aim of the work is to improve the scale to determine the degree of digitization of the academicians. In the determination of the degree of digitization in the study, the use of technology in education, technology and professional development, and the use of technology in social life are examined under the three dimensions and relations between demographic variables. The aim was implemented in 2017-2018 academic year for academicians working at Suleyman Demirel University. As a result of this study, there was a difference in the field of academicians working, graduation status, the number of titles and computer usage. This study is aimed at academicians and academician candidates; the technology can be used for guidance purposes and for educational purposes.

Keywords: *Digitization, Digitization grade, Scale, Digitization scale, Academician Digitalization*

1. Giriş

Bilgisayarlar insanoğlunun hayatına girdiğinden itibaren ihtiyaçlar doğrultusunda geliştirilmekte ve bu gelişime entegre bir halde eğitim – öğretim hayatında da kullanımı nerede ise zorunluluk haline gelmiştir (Yılmaz ve Horzum, 2005). Bilgisayarlar eğitim alanında klasik eğitim anlayışının da değişmesini sağlamış olup eğitimi her alanında kullanımı söz konusudur. Bilgisayarın eğitim hayatında kullanımı sonucunda Bilgisayar Destekli Eğitim (BDE) kavramı oluşmuştur (İşman, 2001). BDE kavramı ile Bilgisayarlı Eğitim, Bilgisayar Eğitimi vb. gibi kavramlar türemiştir. BDE; eğitim – öğretim hayatında bilgisayarın öğrenme ve öğretme sürecine yardımcı olduğu ya da sistem tamamlayıcısı ve sistemin güçlendiricisi olduğunu vurgulanmaktadır (Varol, 1997).

¹Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri EABD, Isparta, Türkiye, pinarkoc1995@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6772-0980

²Dr.Öğr.Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Teknolojileri Bölümü, Isparta, Türkiye, mehmetalbayrak@isparta.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7089-122X

Okul öncesi eğitiminde BDE sisteminin Geleneksel Eğitim (GE) sistemi ile karşılaştırıldığı deney-kontrol çalışmasında BDE sistemi uygulanan çocukların GE sistemi uygulanan çocuklara oranla daha iyi oldukları ve bu oranlarda hiçbir şekilde okulların etkisinin olmadığı vurgulanmaktadır (Kacar ve Doğan, 2007).

Eğitim alanında görülen değişiklikler ve gelişimler incelendiğinde, bilginin farklı boyutlarda ve şekillerde aktarıldığı gözlemlenmektedir. Elde edilen bu değişim ve gelişim süreci eğitimde de küreselleşme kavramını ortaya çıkarmıştır (Çalık ve Sezgin, 2005). Küreselleşme kavramı incelendiğinde 1961' de İngiliz alan yazına "Webster" sözcüğü ile girdiği, bilimsel alan yazında kullanımının yeni olduğu ve 1980' lerde küreselleşme kavramına olan ilginin arttığı söylenilmiştir (İspir vd. 2013). Küreselleşme kavramı ile bilginin üretimi, gelişimi ve güncellenmesi sağlanmıştır. Ancak geliştirilen ve güncellenen bilgilerin aktarılması, yayılması noktasında İnternet kullanımının önemini arttırmıştır. Bilgilerin elde olan doküman ortamından bilgisayar ortamına aktarılması yani analog verilerin kodlama sistemi ile bilgisayar verilerine dönüştürülmesi dijitalleşmenin büyük bir parçasıdır.

Günümüzde gelişmiş veya gelişmekte olan tüm ülkelerde süregelen eğitim sistemlerindeki yeni arayışlar neticesinde, öğrenen profilindeki üst düzey düşünme becerilerinin önemi anlaşılmıştır. Bu sebeple çağdaş öğrenme sistemlerinin gerektirdiği yaparak-yaşayarak öğrenme ortamları oluşturmak hedeflenmiştir. Bu kapsam dâhilinde yapılan araştırmalarda, eğitim sisteminde teknolojik araçların kullanımının yapılandırmacı çağdaş eğitim anlayışına etkisine bakıldığında, ortaya çıkan sonuçlara göre eğitimde bilgisayar kullanımının öğrenenlere pozitif yönde etkisi görülmüştür (Kozma, 1991; Yolcu, 2018).

Gelişmekte olan ülkelerde toplumlarda, kaliteli bir yaşam sürebilmek için sürekli olarak gelişim gösteren çeşitli teknolojilere uyum gösterilmesi kaçınılmaz bir durum haline gelmektedir. Bilgi çağını yaşadığımız dönemde, sürekli gelişen teknoloji ve değişen bilgiler neticesinde modern toplumlar, eğitimde yeni teknikler bulmak için sürekli araştırmalar gerçekleştirmektedir. Bu anlamda eski geleneksel eğitim yöntemlerinin etkisi giderek azalmış, yerini teknoloji destekli eğitim ortamları hızla yerini almaktadır. Eğitim alanındaki bu paradigmanın çözümü için eski yaklaşımlar sonuç üretmemektedir. Buradaki en önemli çözüm yaklaşımı; bilgi teknolojilerinin bulunduğu imkânlardan faydalanmak olarak görülmektedir (Çavaş, Huyugüzel Çavaş & Taşkın Can, 2004).

Geçmişten günümüze teknoloji ve eğitim kavramları incelendiğinde, bu yapının yükseköğretimdeki değişim dönüşümü de kapsayan "küreselleşme" kavramı ile birleşerek, yükseköğretimin yapısına ve öğretim uygulamalarında değişime de yön çizdiği görülmektedir (Gülbahar, 2012).

2. Çalışmanın amacı

Çalışma kapsamında; 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesinde çalışan ve minimum yüksek lisans düzeyinde olan akademisyenlerle, akademisyenlerin hayatlarında dijitalleşme çalışmalarına ne derece önem verdikleri ve teknoloji kullanım oranları bulunmuştur. Buna bağlı indeks değerlerinin hesaplanabilmesi için ölçek geliştirilmiştir. Geliştirilen ölçek ile akademisyenlerin dijitalleşme indeks dereceleri ile belirlenmektedir. Akademisyenlerin eğitim-öğretim sürecinde, akademik çalışmalarında ve günlük yaşantılarında hem bilişim teknolojilerini hem de diğer dijital teknolojileri ne derece kullandıkları, hayatlarında dijital teknolojilere ne derecede yer ayırdıkları ve bu teknolojiler hakkında düşüncelerini belirlemek amacıyla, beşli Likert tipi ("1=Hiçbir zaman, 2=Çoğunlukla, 3=Bazen, 4=Nadiren, 5=Çoğu

zaman”) ölçek kullanılmıştır (Gökçe, 2012). Çalışma amacına uygun değerlerin belirlenmesi noktasında “*Can we teach digital natives literacy?*” isimli makaleden esinlenilmiştir (Ng, 2012). Araştırmada toplanan veriler, SPSS 22.0 ve AMOS 22.0 yazılımlarında analiz edilerek akademisyenlerin dijitalleşme ölçeği yorumlanmıştır. Yorumlamalar ışığında elde edilen bilgilerden bir akademisyenin hayatında dijitalleşme seviyesinin belirlenmesi, dijitalleşmek isteyen akademisyenlerin dijitalleşme adına çalışmalarına nasıl yön vermeleri gerektiği hakkında bilgi verilmesi planlanmıştır. Çalışmada yanıt aranan sorular:

1- Akademisyenlerin demografik bilgilerinin dijitalleşme düzeyine etkisi var mı?

- Cinsiyet
- Yaş
- Çalıştığı Alan
- Son Mezuniyet Derecesi
- Unvan
- Donanımlara sahiplik durumları

2- Akademisyenlerin teknoloji kullanım sıklıklarının dijitalleşme düzeyine anlamlı katkısı var mı?

- Teknolojinin eğitimde kullanımı,
- Teknoloji ve mesleki gelişim ilişkisi,
- Teknolojinin sosyal yaşamda kullanımı boyutları altında değerlendirilmektedir.

Akademisyen dijitalleşme ölçeğinin geliştirilmesi ve uygulamaya aktarılmasının sağlayacağı avantajlardan bazıları;

- Üniversite yönetiminin akademisyenlerin eğitim boyutunda, mesleki boyutta ve sosyal yaşam boyutunda dijitalleşme düzeylerini öğrenme,
- Dijitalleşme çalışması yapan akademisyenlerin dijitalleşmeye düzeylerinin hangi boyutlarda gerçekleştirildiği,
- Geliştirilen ölçeğin uygulaması yapılan üniversitelerde dijitalleşme çalışmaları ve akademisyenlerin dijitalleşme düzeyi ile kıyaslama yapılabilmesinin sağlanması,
- Dijitalleşme düzeylerinin ölçümlenmesi sonucu çıktılarına göre eksik ya da çalışılması gereken boyutların öğrenilmesi gibi üniversite yönetiminin akademisyenler ve dijitalleşme düzeyleri hakkında bilgi edinmelerini sağlamaktadır.

3. Yöntem

Çalışma bilimsel araştırma yöntemlerinde nicel araştırma paradigmalarından tarama araştırması desenine uyarlanmıştır. Tarama (Survey) araştırması, çalışma yapılan konuda evrenin tamamının incelenmesi zor ve imkânsız/gereksiz olmasından dolayı, evreni temsil edecek örneklem üzerinde yapılan (Gökçe, 2012), evrenin kendine özgü özelliklerin anlaşılması (Metin, 2015), katılımcıların konuya ilişkin ilgi, yetenek, beceri, vb. durumların belirlendiği çalışmalardır (Büyükköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2015).

Çalışma kapsamında analizler iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada oluşturulan madde havuzu üzerinden ölçeğin faktör yapısı incelenmiştir. Örnek büyüklüğünün faktör eşmeye uygunluk derecesine bakmak için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett değerlerine bakılmıştır.

Ölçeğin faktör yapısını incelemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi için SPSS 22 ve AMOS 22 yazılımları kullanılmıştır. Ayrıca ölçek geliştirme çalışması kapsamında güvenilirlik analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analiz sonuçları yığın olarak kullanılan uyum değerleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini incelemek için iç tutarlık (α) değerlerine bakılmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında elde edilen ölçek yapısı üzerinden akademisyenlerin dijitalleşme düzeyi farklı değişkenler açısından incelenmiştir. Geliştirilen ölçeğin uyumuna ilişkin karşılaştırmalı uyum indeksine (Comparative Fit Index-CFI), yaklaşık hataların ortalama kareköküne (Root Mean Square Error of Approximation-RMSEA) ve standardize edilmiş artık ortalamaların kareköküne (Standardized Root Mean Square Residual-SRMR) bakılmıştır. Analizlere ilişkin varsayımlara bakılmış ve değişkenlerin normallik ve homojenlik varsayımını karşıladığı görülmüştür. Cinsiyet değişkeni açısından akademisyenlerin dijitalleşme düzeyi bağımsız örneklem için t-testi, diğer değişkenler için ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Tüm analizler SPSS 22 üzerinde ve 0,05 anlamlılık düzeyiyle test edilmiştir.

Geliştirilen ölçek 3 boyuttan oluşmaktadır. Birinci boyutta teknolojinin eğitim ve öğretim alanında kullanımına ilişkin maddeler yer almıştır. Bu nedenle bu boyuta teknolojinin eğitimde kullanımını adı verilmiştir. Birinci faktör toplam varyansın yaklaşık '%21' ini açıklamış ve 4,447 öz değerine sahiptir. İkinci boyutta mesleki gelişim amacıyla teknolojiden yararlanmaya ilişkin maddeler yer almıştır. Dolayısıyla bu boyuta teknoloji ve mesleki gelişim ismi verilmiştir. İkinci faktörün varyansa katkısı %16 civarında olmuştur. Bu boyutun öz değeri 2,093'tür. Son boyutta ise sosyal yaşamda teknoloji kullanımına ilişkin maddelerin yer aldığı görülmüştür. Bu nedenle bu boyuta da sosyal yaşamda teknoloji kullanımı adı verilmiştir. Son faktörün ölçekte yine yaklaşık %16 varyans katkısı ve 1,459 öz değeri ile üçüncü faktör yer almıştır. Bu üç boyut toplam varyansın %53' ünü açıklamıştır.

Veri toplama aracı olarak, araştırmacılar tarafından geliştirilen ölçek kullanılmış olup, ilgili örneklem grubuna yüz yüze iletişim yoluyla ölçek uygulaması yapılmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgi değerleri

	Cinsiyet	Yaş Aralığı (23 – 46+)	Alan				Mezuniyet Derecesi			Unvan		
			Teknik	Sosyal	Fen	Sağlık	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora	Öğretim Elemanı	Asistan	Öğretim Üyesi
Kadın	145	140	19	62	63	1	13	48	84	23	49	69
Erkek	194	190	63	59	68	2	17	69	107	49	45	100
Kayıp Değer	3	12		5				4			7	
Toplam	342	342		342				342			342	

Katılımcılardan 145 tanesi kadın, 194 tanesi erkek ve 3 tane kayıp değer olmak üzere toplamda 342 kişiye ölçek ulaştırılmıştır. Katılımcıların yaş aralığı 23-64 değer aralığıdır. Alan katılımlarından 19 kadın 63 erkek olmak üzere 82 kişi teknik alandan, 62 kadın 59 erkek olmak üzere 121 kişi sosyal alandan, 63 kadın 68 erkek olmak üzere 131 kişi fen alanından, 1 kadın 2 erkek olmak üzere 3 kişi sağlık alanından ve 5 tane kayıp değer vardır. Mezuniyet derece bilgileri 13 kadın, 17 erkek olmak üzere 30 kişi lisans mezunu, 48 kadın 69 erkek olmak üzere 117 kişi yüksek lisans

mezunu, 84 kadın 107 erkek olmak üzere 191 kişi doktora mezunu ve 4 tane kayıp değer vardır. Son olarak unvanlardan 23 tane kadın 49 tane erkek olmak üzere 72 kişi öğretim elemanı (öğretim görevlisi, uzman vs.), 49 kadın 45 erkek olmak üzere 94 kişi araştırma görevlisi, 69 kadın 100 erkek olmak üzere 169 kişi öğretim üyesi unvanına sahip olup 7 tane kayıp değer vardır.

Çalışmada ölçek geliştirilirken akademisyenlerin dijitalleşme derecesini belirlemek için 37 sorudan oluşan madde havuzu oluşturulmuştur. Ölçek geliştirme aşamasında ve 37 soruluk madde havuzu oluşturulurken ölçek geliştirme ilkeleri dikkate alınarak hazırlanmıştır (DeVellis, 2017). Araştırma kapsamında yapılan analizler iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada oluşturulan madde havuzu üzerinden ölçeğin faktör yapısı incelenmiştir. Örnek büyüklüğünün faktör eşmeye uygunluk derecesine bakmak için KMO ve Bartlett değerlerine bakılmıştır. Ölçeğin faktör yapısını incelemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. Açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi için SPSS 22 ve AMOS 22 yazılımları kullanılmıştır. Ayrıca ölçek geliştirme çalışması kapsamında güvenilirlik analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analiz sonuçları yığın olarak kullanılan uyum değerleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini incelemek için iç tutarlık (α) değerlerine bakılmıştır.

4. Bulgular

Geliştirilen akademisyen dijitalleşme indeksi ölçek çalışması kapsamında, geliştirilen ölçeğin uygulaması yapılmıştır. Uygulamada toplanan veriler SPSS 22 yazılımına aktarılmış faktör yapısı, faktör yapısına ilişkin doğrulamalar ve diğer testler ile uygulaması yapılan ölçek analiz edilmiştir. Ölçek uygulamalarından elde edilen verilerin yapılarının incelenmesinde açımlayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi, t-test ve ANOVA analizleri yapılmıştır. Ölçeğin faktör yapısının belirlenmesi için açımlayıcı faktör analizi, ölçeğe ait belirlenen faktör yapısının doğrulanması için doğrulayıcı faktör analizi, bağımsız örneklem için t-testi ve diğer değişkenler için ANOVA analizi yapılmıştır. Analizlerden elde edilen bilgilerin değerlendirmeleri yapılmış ve Tablo 2' de yer verilmiştir.

Tablo 2. Değişkenlere ilişkin betimleyici istatistikler

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma	Basıklık	Çarpıklık
Tek. Eğt. Kul	9,00	25,00	19,7811	3,32056	-,475	,048
Tek. Mes. Gel.	11,00	25,00	20,3036	2,94073	-,330	-,290
Sos. Yaş. Tek. Kul.	5,00	25,00	12,5672	4,04993	,392	,030
Toplam	29,00	71,00	52,6985	7,61789	-,094	-,056

Değişkenlere ilişkin betimleyici istatistikler incelendiğinde, tüm değişkenlerin normal dağılıma sahip olduğu görülmektedir. Kline' nın (2005) Tablo 2' de görülen basıklık ve çarpıklık değerleri için, kesim noktaları esas alındığında, normallik varsayımının sağlandığı görülmektedir.

Tablo 3. Cinsiyete göre dijitalleşme düzeyi

	Cinsiyet	N	Ortalama	SS	t	sd	p
Tek. Eğt. Kul.	Kadın	142	19,6056	3,22437	-,965	333	,335
	Erkek	193	19,9585	3,36625			
Tek. Mes. Gel.	Kadın	142	20,5915	2,96828	1,523	331	,129
	Erkek	191	20,0942	2,93105			
Sos. Yaş. Tek. Kul.	Kadın	141	12,2979	3,89642	-1,135	331	,257
	Erkek	192	12,8073	4,15528			
Toplam	Kadın	135	52,4370	7,34705	-,579	321	,563
	Erkek	188	52,9362	7,84313			

Yapılan t-testi sonuçları akademisyenlerin dijitalleşme düzeyinin cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığını göstermiştir. Elde edilen tüm p değerleri kriter olarak kabul edilen 0,05 değerinin üzerindedir.

Tablo 4. Yaşa göre dijitalleşme düzeyi

		Kareler toplamı	SD	Kareler ortalaması	F	p
Tek. Eğt. Kul.	Gruplararası	43,746	2	21,873	1,988	,139
	Grupiçi	3598,751	327	11,005		
	Toplam	3642,497	329			
Tek. Mes. Gel.	Gruplararası	59,883	2	29,941	3,468	,032
	Grupiçi	2797,145	324	8,633		
	Toplam	2857,028	326			
Sos. Yaş. Tek. Kul.	Gruplararası	33,141	2	16,570	1,018	,362
	Grupiçi	5288,908	325	16,274		
	Toplam	5322,049	327			
Toplam	Gruplararası	40,861	2	20,430	,351	,704
	Grupiçi	18384,863	316	58,180		
	Toplam	18425,724	318			

Yaşa ilişkin yapılan tek yönlü varyans analiz sonuçları, teknolojinin mesleki gelişimde kullanımı boyutunda yaşa göre anlamlı bir farklılaşmanın olduğunu göstermiştir ($F(2-325)=3,468$, $p<0,05$). Farkın kaynağına bakmak için Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin sonuçlar Tablo 4' de verilmiştir.

Tablo 5. Çalışılan alana göre dijitalleşme düzeyi

		Kareler toplamı	SD	Kareler ortalaması	F	p
Tek. Eğt. Kul.	Gruplararası	16,304	2	8,152	,731	,482
	Grupiçi	3680,892	330	11,154		
	Toplam	3697,195	332			
Tek. Mes. Gel.	Gruplararası	148,688	2	74,344	8,906	,000
	Grupiçi	2737,886	328	8,347		
	Toplam	2886,574	330			
Sos. Yaş. Tek. Kul.	Gruplararası	73,238	2	36,619	2,233	,109
	Grupiçi	5378,786	328	16,399		
	Toplam	5452,024	330			
Toplam	Gruplararası	291,278	2	145,639	2,519	,082
	Grupiçi	18385,339	318	57,816		
	Toplam	18676,617	320			

Tablo-5' de çalıştığı alana göre akademisyenlerin dijitalleşme düzeyinde anlamlı bir fark olup olmadığına ilişkin yapılan varyans analiz sonuçları, yaşta olduğu gibi mesleki gelişimde teknoloji kullanımına ilişkin anlamlı bir farklılaşmanın olduğunu göstermiştir ($F(2-328)=8,906$, $p<0,001$).

Tablo-6' da; mezuniyet durumuna ilişkin yapılan analiz sonuçları, sosyal yaşamda teknoloji kullanımı boyutunda akademisyenlerin mezuniyet durumuna göre anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmektedir ($F(2-331)=9,255$, $p<0,001$).

Akademisyenlerin sahip oldukları unvana göre dijitalleşme düzeyine ilişkin varyans analizi sonuçları, sosyal yaşamda teknoloji kullanımı ($F(2-328)=17,085$, $p<0,001$) ve genel dijitalleşme ($F(2-319)=7,848$, $p<0,001$) düzeyi açısından unvana göre anlamlı bir farklılaşmanın olduğu Tablo-7' de görülmektedir.

Tablo 6. Mezuniyet durumuna göre dijitalleşme düzeyi

		Kareler toplamı	SD	Kareler ortalaması	F	p
Tek. Eğt.	Gruplararası	5,684	2	2,842	,256	,774
Kul.	Grupiçi	3708,625	334	11,104		
	Toplam	3714,309	336			
Tek. Mes.	Gruplararası	44,504	2	22,252	2,595	,076
Gel.	Grupiçi	2847,209	332	8,576		
	Toplam	2891,713	334			
Sos. Yaş.	Gruplararası	289,094	2	144,547	9,255	,000
Tek. Kul.	Grupiçi	5169,436	331	15,618		
	Toplam	5458,530	333			
Toplam	Gruplararası	86,002	2	43,001	,738	,479
	Grupiçi	18705,514	321	58,273		
	Toplam	18791,515	323			

Tablo 7. Sahip olunan unvana göre dijitalleşme düzeyi

		Kareler toplamı	SD	Kareler ortalaması	F	p
Tek. Eğt.	Gruplararası	30,535	2	15,268	1,373	,255
Kul.	Grupiçi	3680,510	331	11,119		
	Toplam	3711,045	333			
Tek. Mes.	Gruplararası	50,300	2	25,150	2,933	,055
Gel.	Grupiçi	2829,598	330	8,575		
	Toplam	2879,898	332			
Sos. Yaş.	Gruplararası	510,467	2	255,233	17,085	,000
Tek. Kul.	Grupiçi	4899,884	328	14,939		
	Toplam	5410,350	330			
Toplam	Gruplararası	879,694	2	439,847	7,848	,000
	Grupiçi	17878,083	319	56,044		
	Toplam	18757,776	321			

Tablo 8. Akıllı telefon kullanım süresine göre dijitalleşme düzeyi

		Kareler toplamı	SD	Kareler ortalaması	F	p
Tek. Eğt.	Gruplararası	10,920	2	5,460	,501	,607
Kul.	Grupiçi	3543,979	325	10,905		
	Toplam	3554,899	327			
Tek. Mes.	Gruplararası	13,660	2	6,830	,802	,449
Gel.	Grupiçi	2751,224	323	8,518		
	Toplam	2764,883	325			
Sos. Yaş.	Gruplararası	37,538	2	18,769	1,158	,315
Tek. Kul.	Grupiçi	5234,204	323	16,205		
	Toplam	5271,742	325			
Toplam	Gruplararası	120,460	2	60,230	1,066	,346
	Grupiçi	17678,578	313	56,481		
	Toplam	17799,038	315			

Tablo-8' deki varyans analizi sonuçları incelendiğinde, akademisyenlerin dijitalleşme düzeyinin akıllı telefon kullanım sürelerine göre farklılaşmadığı görülmüştür. Elde edilen tüm p değerleri 0,05 değerinin üzerindedir.

Tablo-9' dan anlaşılacağı üzere, akıllı telefona ilişkin elde edilen sonuçlar benzer şekilde, akademisyenlerin dijitalleşme düzeyinin tablet kullanım süresine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmüştür. Elde edilen tüm p değerleri 0,05 değerinin üzerindedir.

Tablo 9. Tablet kullanım süresine göre dijitalleşme düzeyi

		Kareler toplamı	SD	Kareler ortalaması	F	p
Tek. Eğt. Kul.	Gruplararası	5,010	2	2,505	,245	,783
	Grupiçi	1530,885	150	10,206		
	Toplam	1535,895	152			
Tek. Mes. Gel.	Gruplararası	4,016	2	2,008	,255	,775
	Grupiçi	1179,644	150	7,864		
	Toplam	1183,660	152			
Sos. Yaş. Tek. Kul.	Gruplararası	35,415	2	17,708	1,169	,314
	Grupiçi	2257,638	149	15,152		
	Toplam	2293,053	151			
Toplam	Gruplararası	76,224	2	38,112	,711	,493
	Grupiçi	7770,668	145	53,591		
	Toplam	7846,892	147			

Tablo 10. Dizüstü bilgisayar kullanım süresine göre dijitalleşme düzeyi

		Kareler toplamı	SD	Kareler ortalaması	F	p
Tek. Eğt. Kul.	Gruplararası	124,065	2	62,032	5,858	,003
	Grupiçi	3378,125	319	10,590		
	Toplam	3502,189	321			
Tek. Mes. Gel.	Gruplararası	44,310	2	22,155	2,565	,079
	Grupiçi	2737,890	317	8,637		
	Toplam	2782,200	319			
Sos. Yaş. Tek. Kul.	Gruplararası	55,709	2	27,855	1,714	,182
	Grupiçi	5151,763	317	16,252		
	Toplam	5207,472	319			
Toplam	Gruplararası	427,597	2	213,798	3,775	,024
	Grupiçi	17386,097	307	56,632		
	Toplam	17813,694	309			

Bilgisayar kullanım süresine göre akademisyenlerin dijitalleşme düzeyleri incelendiğinde, elde edilen analiz sonuçları, teknolojinin eğitimde kullanımını ($F(2-307)=3,775, p<0,05$) ve toplam dijitalleşmede ($F(2-319)=5,858, p<0,05$) anlamlı düzeyde bir farklılaşmanın olduğunu göstermiştir. Bu fark Tablo 10' dan net olarak görülmektedir.

Tablo 11. Masaüstü bilgisayar kullanım süresine göre dijitalleşme düzeyi

		Kareler toplamı	SD	Kareler ortalaması	F	p
Tek. Eğt. Kul.	Gruplararası	71,010	2	35,505	3,375	,036
	Grupiçi	2335,773	222	10,521		
	Toplam	2406,782	224			
Tek. Mes. Gel.	Gruplararası	49,105	2	24,553	2,977	,053
	Grupiçi	1830,743	222	8,247		
	Toplam	1879,849	224			
Sos. Yaş. Tek. Kul.	Gruplararası	105,772	2	52,886	4,030	,019
	Grupiçi	2873,728	219	13,122		
	Toplam	2979,500	221			
Toplam	Gruplararası	376,053	2	188,027	3,606	,029
	Grupiçi	11107,275	213	52,147		
	Toplam	11483,329	215			

Son olarak Tablo 11' de katılımcıların masaüstü bilgisayar kullanım süresi açısından dijitalleşme düzeyleri verilmiştir. Tek yönlü varyans analiz sonuçları, teknolojinin eğitim alanında ($F(2-222)=3,375, p<0,05$) ve sosyal yaşamda kullanım ($F(2-219)=4,030, p<0,05$) boyutları ile

toplam dijitalleşme düzeyinde ($F(2-213)=53,606$, $p<0,05$) anlamlı bir farklılaşmanın olduğunu göstermiştir.

5. Tartışma ve sonuç

Teknoloji aktif bir şekilde hayatın her noktasında kullanılmakta ve kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı alanlardan biri de eğitim ve özellikle yükseköğretim alanıdır. Eğitim alanında kullanılan teknolojinin önemi bilgisayar destekli eğitim ve uzaktan eğitim sistemlerinin hayatımızdaki yerini alması ile birlikte daha da artmış durumdadır. Güncel çalışmalar incelendiğinde; robotik ve kodlama, yapay zekâ uygulamaları, artırılmış/sanal gerçeklik uygulamaları, büyük veri ve analizi, siber güvenlik gibi alanlarda yeni teknolojiler ve eğilimler yoğunlaşmaktadır. Akademisyenlerin eğitim ve sosyal hayatlarında teknolojiyi nasıl kullandıkları, hangi alanlarda kullanım farklılığı olduğu, çalışmada belirlenen boyutlara göre nasıl değişiklik gösterdiği vb. durumların gözlemlenmesi için geliştirilen “Akademisyen Dijitalleşme Ölçeği” nde akademisyenlerin teknoloji kullanım dereceleri incelenmiştir.

Değişkenlere ilişkin betimleyici istatistikler incelendiğinde, tüm değişkenlerin normal dağılıma sahip olduğu görülmektedir. İlk olarak cinsiyete göre akademisyenlerin dijitalleşme düzeyi incelenmiştir. Yapılan t-testi sonuçları akademisyenlerin dijitalleşme düzeyinin cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığını göstermiştir. Çetin (2016); öğretmen adayları üzerinde yaptığı çalışmada dijital okuryazarlık düzeylerini ölçmüş ve erkek öğretmenlerin kadın öğretmenlere oranla teknolojiye daha çok meraklı ve günlük hayatlarında etkileşim içerisinde oldukları sonucuna ulaşmıştır. Korkmaz ve Mahiroğlu (2009) ‘da yaptığı “Üniversiteyi yeni kazanmış öğrencilerin bilgisayar okuryazarlık düzeyleri” isimli çalışmasında Çetin (2016)’ nın aksine kadınların erkeklere oranla bilgisayar okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yaşa ilişkin yapılan tek yönlü varyans analiz sonuçlarında t-test ve ANOVA tip hatasını artırmamak için Bonferroni düzeltmesi yapılmış ve anlamlı bir farklılık olmadığı gözlenmiştir.

Çalıştığı alana göre akademisyenlerin dijitalleşme düzeyinde anlamlı bir fark olup olmadığına ilişkin yapılan varyans analiz sonuçları, yaşta olduğu gibi, mesleki gelişimde de teknoloji kullanımına ilişkin anlamlı bir farklılaşmanın olduğunu göstermiştir. Fen alanında çalışan akademisyenlerin daha yoğun olarak teknolojiyi kullandıkları ve dolayısıyla almış oldukları puan ortalamasının da teknik ve sosyal bilimler alanında çalışan akademisyenlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu bulunmuştur. Yarımçam (2017) çalışmasında sosyal bilimlerde bulunan akademisyenleri incelemiş ve alan içerisinde yer alan akademisyenlerin değerlendirilmesi sonucunda akademisyenlerin bilgi-iletişim teknolojilerini bilgi üretiminde, iş hayatlarında ve özel hayatlarında vazgeçilmez gördükleri sonucuna ulaşmıştır.

Çalışma kapsamında yapılan alan değerlendirmesi durumunda vurgulanması gereken önemli bir nokta şudur ki; akademisyenlerin bağlı oldukları alan ile değil de daha çok çalışma konusu ile bağlantılı olduklarını düşünen alan işaretlemeleri ya da çalışma konusunun birden fazla alana hizmet etmesi durumu ile bağlı oldukları alandan farklı bir alan işaretlemelerin ayrıştırılamaması da analiz sonucunda elde edilen farka sebep olabileceği unutulmamalıdır.

Mezuniyet durumuna ilişkin yapılan analiz sonuçları, sosyal yaşamda teknoloji kullanımı boyutunda akademisyenlerin mezuniyet durumuna göre anlamlı bir farklılaşma olduğunu göstermiştir. Mezuniyet derecesi yüksek lisans olanların doktora derecesine sahip olan akademisyenlere oranla daha fazla teknoloji kullandıkları görülmüştür. Elde edilen farka sebep olarak doktora mezunu olan akademisyenlerin yüksek lisans mezunu olan akademisyenlere nazaran yönetim

tarafından verilen görev, ders yükü, danışmanlık yaptıkları öğrenci sayıları vb. gibi durumlar incelendiğinde doktora mezunu olan akademisyenlerin iş yükünün yüksek lisans mezunu akademisyenlere oranla daha fazla olduğu veya yaş itibari ile zamanlarını ve ilgilerini farklı alanlara/önceliklere yönlendirmek şeklinde değerlendirmek mümkündür. Bu değerlendirmeden elde edilebilecek çıktı ise; doktora mezunu akademisyenlerin akademik hayatlarında olan yoğunlukları, sosyal yaşamlarında kendilerine ve ailelerine ayırabilecekleri zamanın daha kısıtlı hale gelmesi teknoloji kullanım süresini de kısıtlaması söz konusudur.

Akademisyenlerin sahip oldukları farklı akademik unvanlara göre dijitalleşme düzeyine ilişkin varyans analizi sonuçları, sosyal yaşamda teknoloji kullanımı ve genel dijitalleşme düzeyi açısından unvana göre anlamlı bir farklılaşmanın olduğunu göstermektedir. Öğretim elemanlarının (öğretim görevlisi, uzman vs.) dijitalleşme düzeyinin diğer üst unvanlara sahip akademisyenlere göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu farklılık üst ünvanlı akademisyenlerde genel anlamda fazla iş yükü, ders yükü, danışmanı olunan öğrenci sayısı, idari görevlerin sebep olabileceği göz ardı edilmemelidir. Yapılan varyans analizi sonuçları incelendiğinde, akademisyenlerin dijitalleşme düzeyinin akıllı telefon kullanım sürelerine göre ve tablet kullanım süresine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmüştür.

Bilgisayar kullanım süresine göre akademisyenlerin dijitalleşme düzeyleri incelendiğinde, teknolojinin eğitimde kullanımı ve toplam dijitalleşme anlamlı düzeyde bir farklılaşmanın olduğunu göstermiştir. Bilgisayar kullanım süresi 0-1 yıl arası kullanım süresi olan akademisyenlerin kullanım süresi 4 yıl ve üzeri kullanım süresi olanlara göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcıların masaüstü bilgisayar kullanım süresi açısından dijitalleşme düzeyleri incelenmiştir. Tek yönlü varyans analiz sonuçlarına t-test ve ANOVA tip hatasını artırmamak için Bonferroni düzeltmesi yapılmıştır. Yapılan düzenleme sonucunda anlamlı bir fark bulunmamıştır. Genel olarak bilgisayara sahip olma süresi azaldıkça kullanımın arttığı söylenebilir. Elde edilen bu değer ışığında kullanım derecesi ile sahip olma süresi arasında ters orantılı bir süreçten bahsetmek mümkündür. Yani teknolojisini kullanım derecesini arttırmak için sahip olma süresini azaltmak etkili olabilecektir. Bunun başka bir yorumu da sahiplik süresi arttıkça birim zamandaki iş yükünün azalması ve teknoloji kullanımından sıkılma, ya da sürekli el altında bulunması sebebi ile kullanım zamanlarının daha esnek olması şeklinde değerlendirme yapılabilir.

6. Öneriler

Çalışmada belirli demografik bilgiler (yaş, cinsiyet, unvan, mezuniyet derecesi, vb.) kullanılmış, yapılacak diğer çalışmalarda demografik bilgiler genişletilerek daha detaylı bilgilere ulaşılması mümkündür.

Çalışma minimum yüksek lisans eğitimi devam eden akademisyenlere uygulanmış ve örneklem sayısından dolayı unvanlar üç grup altında (öğretim elemanı, araştırma görevlisi, öğretim üyesi) incelenmiştir. Daha geniş alanda yapılan uygulamalar ile unvan dereceleri; öğretim görevlisi, araştırma görevlisi, doktor, doktor öğretim üyesi, doçent doktor, profesör doktor şeklinde genişletilebilir.

Geliştirilen ölçek, akademisyen dijitalleşme düzeyini belirlemede kullanılmaktadır. Ancak gelecekte yapılacak çalışmalarda geliştirilen ölçek; farklı üniversitelerin personeline, üniversite öğrencilerine, kamu çalışanlarına gibi farklı gruplara ya da birimlere uyarlanabilir. Elde edilen sonuçlara göre uygun dijitalleşme eğitimlerinin verilmesi/alınması sağlanabilir.

Gerekli uyarlamalar ışığında üniversite, lise, ortaokul öğrencilerinin dijitalleşme düzeyleri değerlendirilip, öğrenciler çağın belirleyicisi olan dijitalleşme ve teknolojik okuryazarlık seviyelerini artırmaları için, eğitim, uygulama, etkinlik gibi kısımlara yönlendirilebilir. Benzer yapı yaşam boyu öğrenme kapsamında farklı ve daha ileri yaş gruplarında kullanılabilir.

Yöneticiler, çalışanlarını teşvik etmek amacıyla, dijitalleşme düzeyini artıran ya da dijitalleşme düzeyini artırma çalışmaları yapan birimlere ya da çalışanlarına teknolojik cihazları ya da eğitimleri ödül vermesi motivasyonlarını arttırabilir. Bu durum, çalışanların birbirlerini örnek almaları göz önüne alındığında, yapılacak başarılı uygulamaların çalışanların motivasyonlarını olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

Yöneticiler kendilerine bağlı alt birimlerde çalışanlara sunabilecekleri farklı teknoloji kullanımı deneyimleri ve teknolojik ortamlarda yapabilecekleri yeni iş birlikleri sayesinde farklı çalışma ortamları oluşturarak, çalışanların dijitalleşme düzeylerinin olumlu yönde artması sağlanabilir.

Kaynakça

- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F., (2015). “Bilimsel Araştırma Yöntemleri”. Pegem Akademi, Ankara.
- Devellis, R. F. (2017). “Ölçek Geliştirme: Kuram ve Uygulamalar”. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gülbahar, Y. (2012). “e-Öğrenme” (2. Baskı). Pegem Akademi, Ankara.
- İspir, B., Birsen, H., Binark, F. M., Özata, F. Z., Bayraktutan, G., Öztürk, M. C., Ayman, M. (2013). “Dijital İletişim ve Yeni Medya”. Web-Ofset. Eskişehir.
- İşman, A. (2001). “Bilgisayar ve Eğitim”. Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, (2). 1-34.
- Kacar, A. Ö., Doğan, N. (2007). “Okulöncesi Eğitimde Bilgisayar Destekli Eğitimin Rolü”. Akademik Bilişim, 31.
- Kline, R. B. (2005). “Principles and Practice of Structural Equation Modeling”. Guilford Publications. New York, NY.
- Metin, M. (Ed.) (2015). “Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri”. Pegem Akademi, Ankara.
- Ng, W. (2012). “Can We Teach Digital Natives Digital Literacy?” *Computers & Education*, 59(3), 1065-1078.
- Ulusal Tez Merkezi, (2018) <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>, 29.04.2018.
- Varol, N. (1997). “Bilgisayar Destekli Eğitim”, *Türk Cumhuriyetleri ve Asya Pasifik Ülkeleri Uluslararası Eğitim Sempozyumu*, 24-26 Eylül, Elazığ, 138-145.
- Yılmaz, K., Horzum, M. B. (2005). “Küreselleşme, Bilgi Teknolojileri ve Üniversite”. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 6(10), 103-121.
- Korkmaz, Ö., Mahiroğlu, A. (2009). “Üniversiteyi yeni kazanmış öğrencilerin bilgisayar okuryazarlık düzeyleri”. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 17(3), 983-1000.
- Yarımcam, E. Ç. (2017). “Sosyal Bilimler Alanındaki Akademisyenlerin Bilgi ve İletişim Teknolojileri Anlatıları”. *Moment Dergi*, 4(2), 326-351.

Extended Abstract in English

In the “Academician Digitalization Scale”, which was developed in order to observe how academicians use technology in their educational and social lives, in which areas there is a difference in usage, how they change according to the dimensions determined in the study, the technology usage levels of academicians were examined. When descriptive statistics related to variables are examined, it is seen that all variables have normal distribution. Firstly, the digitization level of academicians by gender was examined. The t-test results showed that the level of digitization of academicians did not differ significantly according to gender. According to the field of study, variance analysis results on whether there is a meaningful difference in the level of digitalization of academics showed that there is a significant difference regarding the use of technology in professional development as in age. It was found that the academicians working in the field of science used technology more intensively and therefore the average score they got was significantly higher than the academicians working in the field of technical and social sciences.

The results of the analysis on graduation status showed that there was a significant difference in the use of technology in social life according to the graduation status of academicians. It has been observed that those with a graduate degree use more technology than academics with a doctorate degree. As a result of the difference obtained, the academicians who graduated from a doctorate, according to the academicians who graduated from master's degree, have administrative duties, course load, number of students they consult, etc. When examining such situations, it is possible to evaluate the workload of graduates who are PhD graduates compared to graduate graduates or to direct their time and interests to different fields / priorities by age. The output that can be obtained from this assessment is; PhD graduates have a more limited time in their academic lives, and the time they can allocate to themselves and their families in their social lives will also limit technology usage time.

According to the different academic titles that academicians have, the results of variance analysis regarding the level of digitalization show that there is a significant difference according to the title in terms of technology use and general digitalization level in social life. It can be said that the level of digitalization of lecturers (lecturers, experts, etc.) is higher than academicians with other top titles. This difference should not be overlooked in academicians with high titles in general terms due to excessive workload, course load, number of students admitted, and administrative duties. When the variance analysis results were examined, it was seen that the digitization level of academicians did not differ significantly according to the smartphone usage time and tablet usage time.

When the digitization levels of academicians are analyzed according to the duration of computer use, the use of technology in education and total digitalization showed a significant difference. It has been observed that academicians who have a computer usage period of 0-1 years have a significantly higher usage period than those with a usage period of 4 years or more. The digitalization levels of the participants were examined in terms of desktop computer usage time, but no significant difference was found. Generally, it can be said that usage increases as the time to have a computer decreases. In the light of this value obtained, it is possible to talk about an inversely proportional process between the degree of use and the duration of ownership. In other words, it can be effective to reduce the time of ownership to increase the use of technology. Another interpretation of this is that as the ownership period increases, the workload in unit time decreases and the usage times are more flexible due to getting bored with the use of technology or being constantly at hand.

The study was applied to academics with minimum graduate education and titles were examined under three groups (faculty member, research assistant, lecturer) due to the number of samples. Degree of titles with applications in a wider area; can be expanded as lecturer, research assistant, doctor, doctor lecturer, assistant professor, associate professor, professor doctor.

The developed scale is used to determine the academic digitization level. However, the scale developed in future studies; It can be adapted to different groups or units such as staff of different universities, university students, public employees. According to the results obtained, proper digitalization trainings can be provided/received.

Managers/directors can increase their motivation to reward the technological devices or trainings to units or employees who increase the level of digitalization or work to increase the level of digitalization in order to encourage their employees. Considering this situation, where the employees take each other as examples, successful practices are thought to affect the motivation of the employees positively. By creating different working environments, managers can increase their digitalization levels positively by creating different working environments thanks to the different technology usage experiences they can offer to employees in subordinate units and new collaborations they can make in technological environments.

Restoran aydınlatmasının menüden yemek seçimine etkisi¹

The effect of restaurant lighting on food selection from the menu

Esra Şahin² ve İrfan Yazıcıoğlu³

Gönderilme tarihi/Received date: 23 / 01 / 2020

Kabul tarihi/Accepted date: 28 / 04 / 2020

Öz

Bu araştırmanın amacı; restoran ambiyans faktörlerinden olan aydınlatmanın menüden yemek seçimine olan etkisini, nöropazarlama araçlarını kullanarak araştırmaktır. Konunun teorik temellerine katkı sağlamak amacıyla deneysel bir araştırma modeli geliştirilmiştir. Araştırma kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenen 13 gönüllü katılımcı ile İstanbul'da fine dining bir restoranda yapılmıştır. Aynı menü deney koşulu olan loş ışıkta (25 lux) ve kontrol koşulu olan parlak ışıkta (250 lux) katılımcılara gösterilerek menüden seçim yapmaları istenmiştir. Araştırmada sıradışı bir yaklaşımla nöropazarlama araçlarından eye tracking, EEG ve GSR cihazları birlikte kullanılarak veri toplanmış ve üç cihazdan toplanan veriler birlikte analiz edilerek değerlendirme yapılmıştır. Katılımcıların beğeni, dikkat, hafıza ve bilişsel yük parametrelerine göre nörometrik verilerden elde edilen sonuçlar istatistiksel analizlerle desteklenmiştir. Araştırmanın alan yazına teorik katkı sağlaması, işletmeler açısından da pazarlama faaliyetlerini planlamalarına yardımcı olması beklenmektedir.

Anahtar kelimeler: Nöropazarlama, eye tracking, aydınlatma, restoran, menü

Abstract

The aim of this research is to investigate the effect of lighting, which is one of the restaurant ambience factors, on the food choices from the menu by using neuromarketing tools. An experimental research model has been developed to contribute to the theoretical foundations of the subject. The research was conducted in a fine-dining restaurant in Istanbul with 13 volunteer participants who were chosen by using snowball sampling technique. The same menu was shown to the participants in dim light (25 lux) and bright light (250 lux) and participants were asked to choose from the menu. The research was carried out by combining the data obtained through a pioneering approach via EEG, GSR and eye tracking devices. The results obtained through the neurometric data according to the participants' acclaim, attention, memory and evaluation scores and heat maps were supported by statistical analysis. The research is expected to provide theoretical contribution to the literature and to help businesses marketing activities.

Keywords: Neuromarketing, eye tracking, lighting, restaurant, menu

1. Giriş

Bir restorana gidip elimize menüyü aldığımızda hangi yemeği seçeceğimize nasıl karar verdikimiz veya hangi faktörlerden etkilendiğimiz tam olarak aydınlatılamamış konulardan biridir. Fizyolojik, biyolojik, psikolojik ve sosyal pek çok değişken yemek seçimimizi etkilemektedir. Günümüzün işletmeler için oldukça rekabetçi olan ortamında kişilerin içsel motivasyonlarını çevresel koşulları düzenleyerek etkileyebilmek, işletmelerin satış ve pazarlama faaliyetleri için önem arz etmektedir. Müşterinin bilinçaltına etki ederek seçim kararlarını etkileyebildiği bilinen

¹ Bu çalışma, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında hazırladığı doktora tezinden üretilmiş, 26-28 Eylül 2019 tarihleri arasında Mersin'de düzenlenen 3. Uluslararası Futourism 2019 Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuş ve 2. En İyi Bildiri Ödülü almıştır.

² Dr. Öğr. Gör. Akdeniz Ün., Manavgat Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Antalya, Türkiye

³ Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Ün., Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, Türkiye

ambiyans kavramı (Stroebele ve De Castro, 2004; Mattila ve Wirtz, 2001; Areni ve Kim, 1993; Milliman,1986) da bu gerekçeyle üzerinde durulması gereken kavramlardan biridir. Ambiyans kavramını çevrenin bir parçası olan ancak sınırlandırmanın zor olduğu ve organizmayı tamamıyla çevreleyen ısı, koku, ses, ışık vb. gibi faktörler olarak açıklamak mümkündür. Bu faktörlerin organizmayı neredeyse her seviyede (motivasyon, ruh hali, davranış, biliş ve sosyal etkileşim) etkileme gücü bulunmaktadır (Stroebele ve De Castro,2004).

Ambiyans faktörlerinden biri olan aydınlatma, kişilerin ruhsal durumları üzerinde farklı etkiler göstermektedir. Kimileri karanlık veya loş ortamda kendilerini daha güvende ve iyi hissederken kimileri aydınlık ortamlarda olmaktan hoşnutluk duyarlar. Baron (1990)'a göre insanlar yüksek ışık seviyesine oranla düşük ışık seviyesinden daha olumlu etkilenmektedirler. Hopkinson, Peterbridge ve Longmore (1966) konfor seviyesinin nispeten daha düşük ışık seviyelerinde arttığını, yüksek ışık seviyelerinde azaldığını belirtmişlerdir. Restoran işletmeleri de kişilerin rahat hissetmek, keyifle yemek yemek ve hoşça vakit geçirmek isteyeceği yerlerdir. Bu işletmelerde aydınlatmanın restoranın satış ve pazarlama faaliyetlerine sağlayacağı etki önemli görülmeyle birlikte bu konuda sınırlı sayıda araştırma yapıldığı görülmektedir. Aydınlatmanın yoğunluğu, seviyesi, rengi, doğallığı gibi birçok etken, işletme faaliyetlerine katkısı bakımından değerlendirilebilir.

Bu çalışmada ise parlak ve loş ışık koşullarında katılımcıların menüden yemek seçimlerinin nasıl etkilendiği araştırılmak istenmiştir. Bu amaçla 13 kişi ile grup içi desen oluşturularak deneysel bir çalışma kurgulanmıştır. Veri toplama aracı olarak nöropazarlama araçlarından EEG, GSR ve eye tracking cihazları kullanılmış ve katılımcıların beğeni, dikkat, hafıza ve bilişsel yük parametrelerine göre ölçüm ve analizleri gerçekleştirilmiştir. Yanı sıra istatistiksel analizlerle katılımcı tercihleri incelenmiştir. Araştırma İstanbul'da fine-dining konseptinde hizmet veren bir işletmede yapılmıştır. Bu araştırma ile hem literatüre hem de işletmelerin satış ve pazarlama faaliyetlerine katkı sağlamak amaçlanmıştır.

2. Literatür

Atmosfer kavramı ve bu kavramı oluşturan boyutlar restoran işletmeleri için özel bir önem arz etmekte ve araştırmacılar tarafından değişik açılardan ele alınmaktadır. Atmosfer kavramını oluşturan boyutlar içerisinde ambiyans, çevre psikolojisi alanında yapılan çalışmalarda da kişinin davranışlarını etkileyen önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bölümde öncelikle ambiyans kavramı ve aydınlatmanın tüketici davranışı üzerindeki etkisine değinilecektir. Daha sonra araştırmanın ayırt edici unsurlarından biri olan nöropazarlama kavramı kısaca açıklanacaktır.

2.1. Ambiyans kavramı ve aydınlatmanın etkisi

Tüketici davranışını anlamaya yönelik yapılan çalışmalar, özellikle ağırlama hizmetlerinde atmosfer kavramının önemine değinmektedir (Countryman ve Jang, 2006; Robson, 1999). Kotler (1973) atmosferi; tüketicide satın alma olasılığını artıran belirli duygular üretmek üzere bilinçli olarak yapılan mekân tasarımı olarak tanımlamaktadır. Atmosferin içerdiği boyutlar arasında yer alan ambiyans kavramı ise, mekânın arka planında yer alan ısı, ışık, koku, müzik gibi soyut faktörleri ifade etmektedir. Bu soyut faktörler genellikle tüketicinin bilinçli bir çabası olmadan fark edilmezler (Baker, 1987). Ancak duygular üzerinde önemli bir etkiye sahiptirler. Duygular ise satın alma kararının ve işletme ile ilgili memnuniyet seviyemizin önemli belirleyicilerindedir (Zhang, Ma ve Li, 2008; Ladhari, Brun ve Morales,2008; Ryu ve Jan, 2008).

Kişilerin ruhsal durumları ve duyguları üzerindeki etkisi uzun yıllardır araştırılan ambiyans faktörlerinden biri de aydınlatmadır. Ortam aydınlatmasının kişinin zihinsel uyarılma seviyesini, bilişsel bağlantılarını ve genel olarak tüm davranışlarını etkileyebileceği düşünülmektedir ve pazarlama alanında çalışanlar için potansiyel ve etkili bir araçtır. Diğer atmosfer bileşenleri içerisinde de nispeten ucuz ve kolay şekilde değiştirilebilir olanıdır (Biswas, Szocs, Chacko ve Wansink, 2017). Aydınlatmanın tüketici davranışına olan etkisini anlamak amacıyla farklı sektörlerde çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Kurtich ve Eakin (1993) bir ortamdaki ışıklandırma türünün doğrudan kişinin içinde bulunduğu alanı ve kalite algısını ve aynı zamanda da kişinin ruhsal, fiziksel, duygusal ve psikolojik farkındalığını etkileyen unsurlar olduğunu tespit etmişlerdir. Summers ve Hebert (2001) ise parlak ışık ortamında kişilerin daha fazla ürüne dokunduklarını ve ürünleri incelemek için daha fazla zaman harcadıklarını belirtmişlerdir. Areni ve Kim (1994) ise tüketicilerin parlak ışıkta soft ışık ortamına göre daha fazla sayıda şarap şişesini incelediğini ortaya koymuşlardır. Çalışmada daha aydınlık ortamlarda kişilerin daha fazla ürünü incelediklerini ancak bunun satışlara ya da mağazada geçirilen süreye bir etkisinin olmadığını belirtmişlerdir. Gal, Wheeler ve Shiv (2007) laboratuvar ortamında yaptıkları araştırmalarında, katılımcıların aydınlık ortamda daha sert, loş ortamda daha hafif kahveler içmekten hoşlandıklarını belirtmektedirler. Genel bir yaklaşım olarak kişilerin restoranlarda loş ışık ortamında daha rahat oldukları, daha uzun süre kaldıkları ve daha fazla yemek sipariş ettikleri düşünülmektedir. Ancak Wansink ve Van Ittersum (2012) tarafından yapılan bir çalışmada bunun tam tersi sonuçlara ulaşılmıştır. Bir fast-food restoranında düzenlemeler yapılarak daha soft müzik ve loş ışıkta yemek yiyen kişilerin ana yemek alanında yemek yiyen kişilerden daha az yedikleri görülmüştür. Parlak ışık ortamında ise daha fazla yemek yemişlerdir. Işığın varlığının olduğu ve olmadığı ortamda yani karanlıkta ve aydınlıkta yemek yeme davranışının incelendiği çeşitli çalışmalarda (Scheibehenne, Todd ve Wansink, 2010; Wansink, Shimizu, Cardello ve Wright, 2012) tamamen karanlık ortamda katılımcıların yemeklerinden daha fazla miktarda tükettikleri bulunmuştur. Aydınlık ortamda katılımcılar tüketim davranışlarını daha iyi kontrol edebilmiş ve yeme davranışını daha erken sonlandırabilmişlerdir. Katılımcıların tamamına aynı yiyeceklerin sunulduğu bu çalışmada ortamdaki ışığın yemek seçimlerini nasıl etkilediği ise araştırılmamıştır (Scheibehenne vd., 2010). Biswas vd. (2017) araştırmalarında loş ışıkta mental uyanıklık seviyesinin düşmesiyle beraber daha sağlıklı yiyecek seçimleri yapıldığını, parlak ışıkta ise daha sağlıklı ve daha az kalorili yiyeceklerin seçildiğini ileri sürmüşlerdir. Araştırmalar loş ışık ortamı gibi zihinsel uyarılma seviyesinin azaldığı ortamlarda daha düşüncesizce kararlar verme eğiliminde olduğumuzu ve düşüncesizce verilen kararların da sağlıklı gıda seçimine yol açtığını ifade etmektedir (Wansink, Just ve Payne, 2009).

Sıralanan bilgilerden hareketle yiyecek içecek işletmelerinin ışığın parlaklık ve loşluk seviyesini ayarlayarak tüketici seçimlerini ve yeme davranışlarını etkileyebilecekleri düşünülmektedir. Bu çalışmada restoranda aydınlık ve loş aydınlatma koşullarında katılımcıların ne tür seçimler yaptıkları incelenecektir.

2.2. Nöropazarlama kavramı

Nörolog Antonio R. Damasio'nun 1994 yılında yayınladığı *Descartes'in Yanılgısı* adlı kitabında bahsettiği duyguların akılcı insan davranışı üzerindeki etkisi, pazarlama çalışmalarını da etkilemiştir. İnsanların satın alma kararlarını verirken sadece rasyonel kararlar değil irrasyonel yani mantıksal olmayan seçimler de yapabileceği iddiası, duyguların davranışlar üzerindeki etkisini sorgulamaya başlamıştır. Harvard Üniversitesi profesörü Gerry Zaltman'ın benzer yıllarda

nörogörüntüleme araçları ile yaptığı beyin araştırmalarını pazarlama alanında kullandığını duyurması, pazarlama çalışmalarına farklı bir pencere açmıştır. Nörogörüntüleme reklam, iletişim ya da ürün gibi bir uyarının zihinde duygu, tercih ya da hafızada zihinsel bir yanıt oluşturup oluşturulmadığının araştırılması yöntemi olup, uyarıcının tüketim veya satın alma gibi daha sonraki davranışlarının sonucu üzerindeki etkilerinin öngörülmesidir (Zaltman, 2000). Nöropazarlama terimini 2002 yılında akademik literatüre kazandıran kişi ise Profesör Ale Smidts'tir (Fisher, 2014). Nöropazarlama; nörobilim ve psikofizyoloji çalışmalarından elde edilen bulguların pazarlama alanında kullanılması olarak tanımlanabilir (Hubert ve Kenning, 2008). Bir başka tanıma göre tüketicilerin pazar davranışını anlamak amacıyla nörobilimde kullanılan tekniklerin tüketicilere uygulanmasıdır (Ural, 2008). Nöropazarlama bilinçaltının sayısallaştırılmış tepkilerinin, özellikle, kişinin düşünce yapısının, etki, dikkat, ilgi ve duygusal çekiminin ölçülmesi olarak da ifade edilmektedir (Tüzel, 2010).

Nöropazarlama araştırmalarında yapılacak olan çalışmada, maddi ve diğer olanaklara bağlı olarak farklı yapı ve özellikte araçlar kullanılabilir. Bu araçlardan en bilinenleri Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme (fMRI) cihazı, Elektroensefalogram (EEG), yüz okuma ve mimik analizi (facial coding), göz izleme (eye tracking), galvanik deri geçirgenliği (GSR), Transkraniyal Manyetik Uyarım (TMS) cihazıdır.

3. Yöntem

Bu araştırma için katılımcılarla grup içi desen oluşturularak deneysel bir araştırma modeli uygulanmıştır. Grup içi desen oluşturulması bir katılımcının kişisel nedenlerle bir yemeği sevmeye ve o yemeği sipariş etme eğilimi varsa her iki koşulda da bu eğilimde olacağından sonuçların güvenilirliğinin sağlanması açısından önemli görülmüştür. Restoranlarda loş ışık ortamı 10-40 lux¹ arasındaki aydınlatmadır. Genellikle fast-food tarzı işletmelerde parlak ışık ve hızlı müzik kullanımı, fine-dining restoranlarda ise loş ışık ve rahatlatıcı müzik kullanımı beklenmektedir (Biswas vd., 2017). Mevcut çalışmada Biswas vd. (2017)'nin çalışması referans alınmış; 25 lux aydınlatma loş ışık ve deney koşulu olarak, 250 lux aydınlatma parlak ışık ve kontrol koşulu olarak kabul edilmiştir. Araştırmanın yapılacağı işletmede deneyin gerçekleştirileceği alan belirlenerek istenildiğinde 25 lux veya 250 lux aydınlatma koşulunu sağlayacak sistem önceden tanzim edilmiştir. Katılımcılara çalışma ile ilgili kısa bir bilgilendirme yapıldıktan sonra kullanılacak cihazlar takılarak kalibrasyon işlemi gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar tarafından hazırlanan aynı menü katılımcılara önce kontrol sonra deney koşulunda gösterilerek menüden seçim yapmaları istenmiştir. Menülerin verilmesi arasında ortalama 2 dakika zaman aralığı bırakılmıştır. Menüden seçim yaparken tamamen özgür oldukları, isterlerse aynı isterlerse farklı yiyecekler seçebilecekleri ve her menü deneyimini birbirinden bağımsız düşünmeleri istenmiştir. Katılımcılar tercihlerini yaptıktan sonra garson tarafından siparişleri alınmıştır. Tüm bu işlemler esnasında katılımcıların nörometrik verileri EEG, GSR ve eye tracking cihazları ile kaydedilmiştir.

3.1. Araştırmanın amacı

Bu araştırmanın amacı; restoran ambiyans faktörlerinden olan aydınlatmanın menüden yemek seçimine etkisini araştırmaktır. Bu amaçtan hareketle deney koşulu olan loş ışıkta (25 lux) ve

¹ Işığın parlaklık derecesi "lumens per square meter" kelimelerinin kısaltması olan "lux" ile ölçülür. Gün ışığı yaklaşık 10000 lux iken alacakaranlık 11 luxtur (Biswas vd., 2017).

kontrol koşulu olan parlak ışıkta (250 lux) katılımcıların menüden yemek seçimlerinin farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmek istenmiştir.

3.2. Araştırmanın önemi

Aydınlatmanın menüden yemek seçimi üzerine etkisine dair çeşitli varsayımlar ileri sürülmüşse de bu varsayımların doğruluğunu araştırmak amacıyla yapılan araştırma sayısı sınırlıdır. Alanyazın tarandığında bu konuda yapılmış çeşitli araştırmalar olmakla birlikte veri toplama ve analiz yöntemi olarak genellikle klasik yöntemlerin kullanıldığı görülmüştür. Araştırma konusu ile ilgili olarak, göz hareketlerini izlemenin yanı sıra başta beyin olmak üzere insan vücudunun verdiği fizyolojik tepkileri de ölçen ve üç farklı cihazın (EEG, GSR ve eye tracking) verilerini birleştirerek analiz eden başka bir çalışmaya ülkemizde ve yurtdışında yapılan çalışmalarda rastlanmamıştır. Bu açıdan araştırma, alanında öncü olma özelliği göstermektedir. Beğeni, dikkat, hafızaya alma, bilişsel yük gibi klasik yöntemlerle ölçülemeyecek (Gültekin Salman ve Perker, 2017) psikofizyolojik verilere ulaşılarak sonuçların beyan yerine şüpheye yer bırakmayacak şekilde fizyolojik ölçümlerle desteklenmesi bu çalışmanın ayırt edici özelliğidir.

3.3. Örneklem ve veri toplama

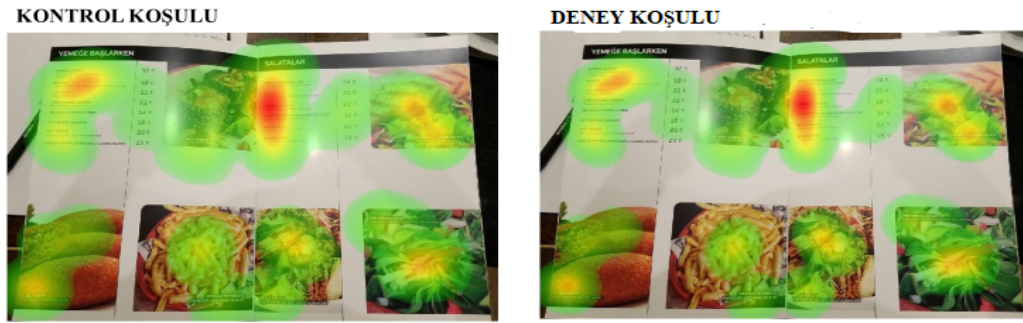
Araştırma A ve B grubu sosyoekonomik statü grubundan kartopu örnekleme tekniği ile seçilmiş 13 gönüllü katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Nöroaraştırmalarda kullanılacak örneklem büyüklüğü ile ilgili net bir görüş olmamakla birlikte mümkün olduğunca fazla kişi ile araştırmayı gerçekleştirmek arzulanmaktadır. Küçük bir örneklem büyüklüğü kullanılmasına rağmen, bulgular, insanların beyin mekanizmaları benzer olduğu için genelleştirilebilir (Bercea, 2012). EEG gibi tek bir yöntemin kullanıldığı araştırmalarda örneklem sayısının 10 olduğu araştırmalara rastlanmıştır (Vijayalakshmi, Sridhar ve Khanwani, 2010). Bu çalışmada üç farklı cihazdan elde edilen veriler değerlendirileceğinden, ayrıca gerek maddi kısıtlar gerekse de halihazırda faaliyetlerine devam eden bir işletmede çok sayıda kişi ile araştırmayı yapmak mümkün olmadığından katılımcı sayısı 13 kişi ile sınırlandırılmıştır.

4. Bulgular

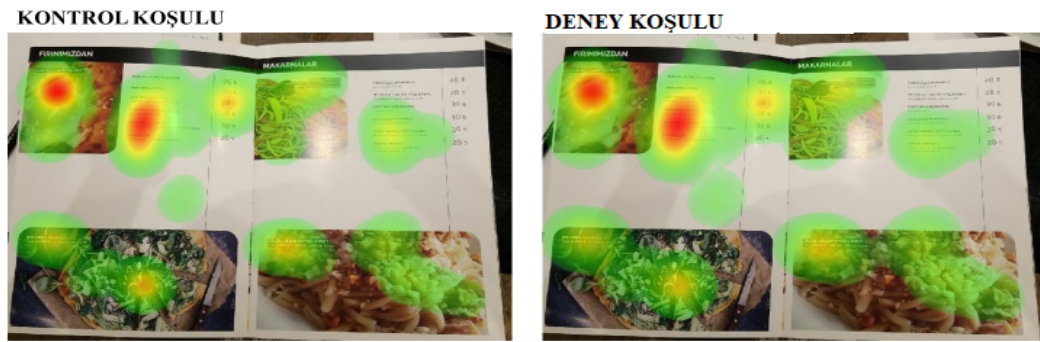
Araştırma için özel olarak hazırlanan menü katılımcılara kontrol koşulunda (250 lux) ve deney koşulunda (25 lux) gösterilmiş ve menüden seçim yapmaları istenmiştir. Öncelikle eye tracking aracılığı ile her iki koşulda katılımcıların baktıkları alanların ısı haritaları çıkartılmıştır. Isı haritaları göz izleme hareketleri neticesinde elde edilen yüklü miktardaki sayısal verinin daha kolay anlaşılmasını sağlayan bir gösterim şeklidir. Sayısal verilerin her birine bilgisayar programı tarafından grafiksel bir gösterim verilir. Gözün görüntünün belli bir yerine sabitleme sayısı veya süresi gibi ölçütler değerlendirilerek, göz her bir piksele işaret ettiğinde bu pikselin sayısı bir kat artar. Sabitleme sayısı arttıkça grafiksel olarak o bölgedeki yoğunluk artacaktır. Kısacası bir bölgedeki değer göreceli olarak arttıkça değeri en yüksek olanlara sıcak renk, değeri diğerlerine göre daha düşük olanlara ise soğuk renk verilmektedir (Farnsworth, 2016). İlgili sıralaması yeşil-sarı-turuncu-kırmızı şeklinde, soğuktan sıcak renklere doğrudur. Dolayısı ile odak noktası, yani en çok bakılan ve dikkat çeken noktalar kırmızı tonların yoğunlaştığı alanlardır.

Şahin, E., Yazıcıoğlu, İ. (2020). Restoran aydınlatmasının menüden yemek seçimine etkisi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 54-66.

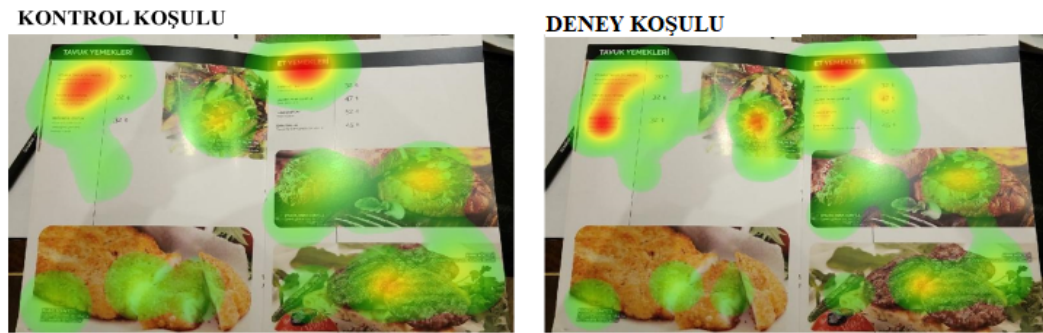
Resim 1. Kontrol ve deney koşullarında menünün 1. ve 2. sayfalarının ısı haritalarının karşılaştırması



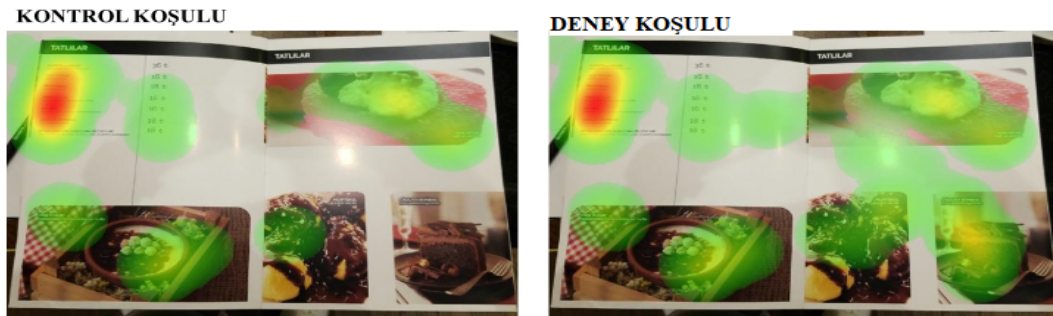
Resim 2. Kontrol ve deney koşullarında menünün 3. ve 4. sayfalarının ısı haritalarının karşılaştırması



Resim 3. Kontrol ve deney koşullarında menünün 5. ve 6. sayfalarının ısı haritalarının karşılaştırması



Resim 4. Kontrol ve deney koşullarında menünün 7. ve 8. sayfalarının ısı haritalarının karşılaştırması



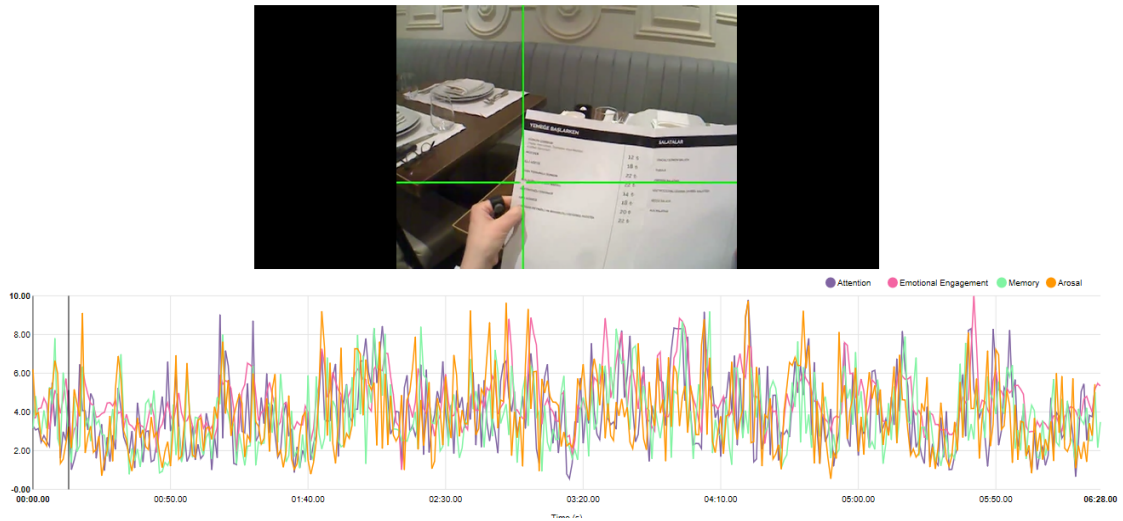
Deney ve kontrol koşullarının ısı haritaları incelendiğinde çok bariz bir farklılık görülmemekle birlikte loş ışık kullanılan deney koşulunda menüdeki görsellere bakma yoğunluğunun bir miktar daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Kontrol ve deney koşulunda menüden verilen toplam sipariş sayıları ve toplam harcama tutarlarının karşılaştırması

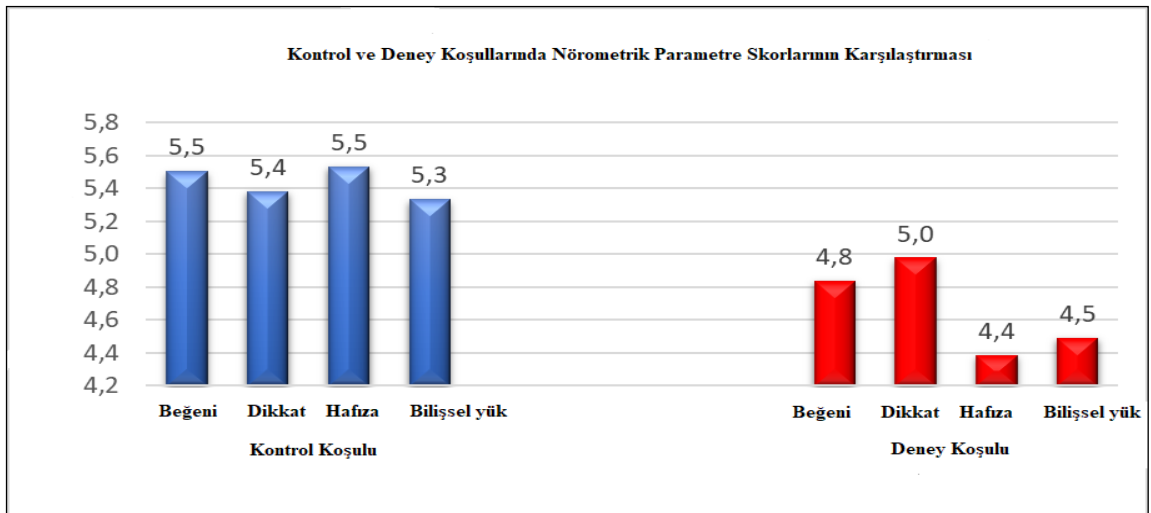
	Kontrol koşulu	Loş ışık koşulu
Toplam	34 Adet	36 Adet
Toplam harcama	987 TL	932 TL

Katılımcıların kontrol koşulunda ve deney koşulunda menüden seçim yaparken kaydedilen nörometrik verilerinin duysal bağlılık (beğeni), dikkat, hafıza ve bilişsel yük parametrelerine göre skorlamaları yapılmış ve değerler her iki koşul için karşılaştırılmıştır. Aydınlatma koşullarına göre nörometrik skorların karşılaştırma tablosu Tablo 2’de gösterilmiştir.

Resim 5. Bir katılımcının ölçüm skorları örneği



Tablo 2. Katılımcıların kontrol ve deney koşullarında nöroölçüm parametre skorlarının karşılaştırması

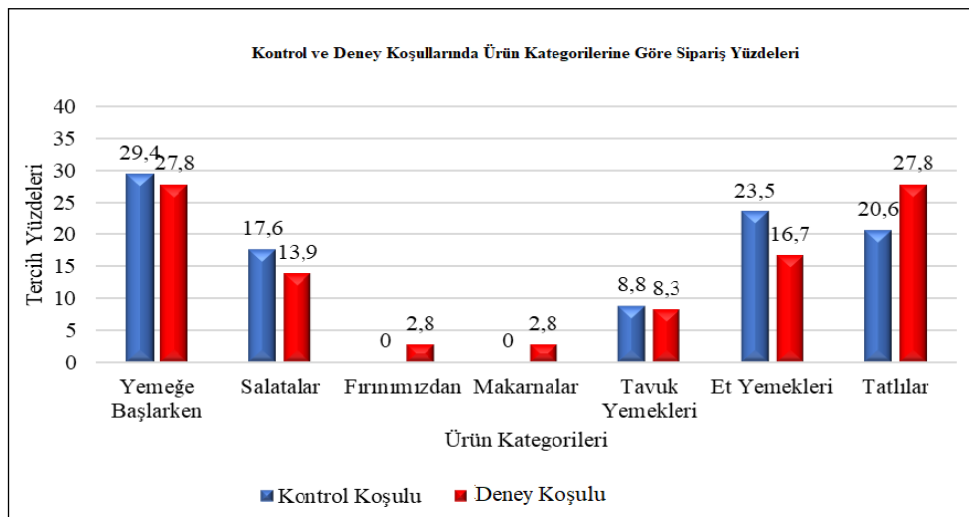


Katılımcıların deney ve kontrol koşulunda beğeni, dikkat, hafıza ve bilişsel yük skorlarının farklılaşp farklılaşmadığı araştırılmak istenmiştir. Aynı menüden restoranda deney koşulunda ve kontrol koşulunda tercih yapan bir grup katılımcının (N = 13) bu iki farklı koşuldaki nörometrik ölçümleri Wilcoxon İşaretili Sıralar Testi ile karşılaştırılmıştır. Bulgular, duygusal bağ ölçümlerinin kontrol koşulunda (Ort = 5.50, Mdn = 5.60) deney koşuluna kıyasla (Ort = 4.84, Mdn = 4.82) anlamlı olarak daha yüksek olduğunu, $Z = 2.97, p < .01$; dikkat ölçümlerinin kontrol koşulunda (Ort = 5.38, Mdn = 5.40) deney koşuluna kıyasla (Ort = 4.98, Mdn = 5.05) anlamlı olarak daha yüksek olduğunu, $Z = 2.62, p < .01$; hafıza ölçümlerinin kontrol koşulunda (Ort = 5.53, Mdn = 5.49) deney koşuluna kıyasla (Ort = 4.39, Mdn = 4.36) anlamlı olarak daha yüksek olduğunu, $Z = 3.18, p = .001$ ve menüyü kontrol koşulunda incelemenin (Ort = 5.33, Mdn = 5.34) deney koşulunda incelemeye kıyasla (Ort = 4.49, Mdn = 4.49) daha fazla bilişsel yük gerektirdiğini göstermektedir, $Z = 3.18, p = .001$.

Isı haritalarından elde edilen değerlendirmelerle ilişkili olarak katılımcıların menüden kontrol ve deney koşulunda yaptıkları seçimlerin değerlendirilmesi amacıyla birtakım istatistiksel analizler yapılmıştır. Deney koşulunun aynı katılımcıların aynı menüden yaptıkları tercih sayısı üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını incelemek amacıyla Wilcoxon İşaretili Sıralar Testi yapılmıştır. Analiz sonuçları, katılımcıların deney koşulunda (Ort = 3.46, Mdn = 4.00) ve kontrol koşulunda (Ort = 3.23, Mdn = 3.00) verdiği sipariş sayısının anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermiştir, $Z = -.65, p > .05$. Başka bir deyişle, iki gruptaki katılımcılar da benzer sayılarda sipariş vermişlerdir.

Aydınlatma koşulları ile katılımcıların seçtikleri yemek kategorisi arasında bir ilişki olup olmadığını incelemek amacıyla, Ki Kare Bağımsızlık Testi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları, bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermiştir, Fisher's exact = 2.88, $p > .05$. Tablo 3'te de görüldüğü üzere katılımcıların tercih ettikleri yiyecekler genel olarak loş ışık koşulunda azalma eğilimindedir. Sadece fırınımızdan ve makarnalar kategorilerinde kontrol koşulunda sipariş verilmemişken deney koşulunda sipariş verildiği ve tatlı siparişlerinin de deney koşulunda bir miktar arttığı görülmektedir.

Tablo 4.3. Katılımcıların her iki koşulda yaptıkları seçimlerin ürün kategorilerine göre karşılaştırması



Diğer yemek kategorilerinde deney koşulunda sipariş sayılarında azalma varken tatlı kategorisinde artma görüldüğünden, deney koşulu ile kontrol koşulunda tercih yapmanın tatlı siparişi verip vermemek açısından farklı olup olmadığının incelenmesi için, katılımcıların bu iki koşuldaki tatlı tercihleri üzerinden Mc Nemar Testi gerçekleştirilmiştir. Deney koşulunda tercih yapıldığında, katılımcıların çoğunluğu (%76,9) tatlı kategorisinden en az bir ürün seçmiş iken, kontrol koşulunda tercih yapıldığında katılımcıların yaklaşık yarısı (%53,8) tatlı tercihinde bulunmuştur. Katılımcıların %61,6'sının tatlı sipariş davranışı iki koşulda da aynıdır. Kontrol koşulunda tatlı söyleyip deney koşulunda söyleyen katılımcılar ise 4 kişidir (%30,8). Mc Nemar testi sonucuna göre, iki koşul ile katılımcıların tatlı kategorisinden yemek seçme davranışları anlamlı bir ilişki göstermemektedir, $p > .05$.

5. Sonuç

Bu çalışmada aydınlatma koşullarının menüden yemek seçimine etkisinin olup olmadığının araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaçla grup içi desen oluşturularak 250 lux kontrol aydınlatma koşulunda ve 25 lux deney aydınlatma koşulunda 13 katılımcıya aynı menü gösterilerek seçim yapmaları istenmiştir. Nöropazarlama araçlarından EEG, GSR ve eye tracking cihazları kullanılarak toplanan veriler özel bir yazılımla analiz edilmiş, aynı zamanda sipariş bilgileri istatistiksel yöntemlerle değerlendirilmiştir.

Katılımcıların ısı haritaları değerlendirildiğinde bakılan alanlar bakımından bariz bir ayrım görülmemiştir. Katılımcılar hemen hemen aynı alanlara yoğunlaşmakla birlikte deney koşulunda görsellere bir miktar daha yoğun bakıldığı fark edilmektedir. Areni ve Kim(1993)'in çalışması ile benzer şekilde düşük ışıkta ürünler daha dikkatle incelenmekle birlikte bu durum satışlar üzerinde bir etki oluşturmamıştır. Katılımcıların nörometrik ölçüm parametrelerinden elde edilen skorlar karşılaştırılmıştır. Analiz bulguları duygusal bağlılık (beğeni), dikkat, hafıza ve bilişsel yük parametrelerinde kontrol koşulunda elde edilen skorların deney (loş ışık) koşulunda elde edilen skordan anlamlı derecede yüksek çıktığını göstermektedir. Bu duruma, katılımcıların kontrol koşulunda menüyü ilk kez, loş ışık koşulunda ise aynı menüyü ikinci kez görmelerinin yol açmış olabileceği göz ardı edilmemelidir. Parametre skorları değerlendirildiğinde katılımcıların parlak ışık (250 lux) koşulunda menüyü daha dikkatli inceledikleri, daha fazla beğendikleri, daha akılda kalıcı olduğu ancak seçim yaparken bir miktar daha fazla zorlandıklarını söylemek mümkündür. Buna karşın loş ışık (25 lux) koşulunda beğeni ve dikkat seviyesinin azaldığını, menünün daha az akılda kalıcı olduğunu ve katılımcıların zorlanmadan seçim yaptıklarını söylemek mümkündür. Menünün akılda kalıcı olması müşterinin tekrar ziyaret niyetini ve sonraki ziyaretinde yapacağı ürün seçimini etkileyebileceğinden önemli görülmektedir. Bu etkilerin kişilerin loş ışık ortamında daha relax olmalarından mı yoksa menüyü ikinci kez görmelerinden mi kaynaklandığının daha detaylı araştırılmasının uygun olacağı düşünülmektedir.

Aydınlatma seviyelerinin belirlenmesinde referans alınan Biswas vd. (2017)'nin araştırmasında loş ışıkta mental uyanıklık seviyesinin düşmesiyle beraber daha sağlıksız yiyecek seçimleri yapıldığı, parlak ışıkta ise daha sağlıklı ve daha az kalorili yiyeceklerin seçildiği ileri sürülmüştür. Biswas vd. (2017)'nin çalışmasında sağlıklı ve sağlıksız olarak tanımlanan yiyecekler için tescilli bir gıda derecelendirme sistemi referans alınmış ve bu sisteme göre gıdalar sağlıklı ve sağlıksız olarak nitelendirilmiştir. Ancak araştırıldığı kadarıyla Türkiye için bu şekilde bir derecelendirme sistemine veya resmi makamlarca onaylanmış bir ayrıma (sağlıklı gıda/sağlıksız gıda) ulaşılamamıştır. Dolayısı ile böyle bir çalışma yapmak için öncelikle sağlıklı ve sağlıksız gıda ayrımının

doğru bir şekilde tanımlanmasına ihtiyaç vardır. Benzer bir çalışmanın ancak bu standartlar sağlandıktan sonra yapılabileceği düşünülmektedir. İki araştırmanın temel amaçları bakımından benzerlik bulunmamasıyla birlikte her iki aydınlatma koşulunda elde edilen ısı haritalarına ve sipariş sayılarına bakıldığında diğer tüm kategorilerde sipariş sayısında azalma olurken tatlılar kategorisi ile hamur işi olarak nitelendirilebilecek fırınımızdan ve makarnalar kategorilerinde artma olması, katılımcıların loş aydınlatma koşulunda daha haz odaklı ve görece sağlıklı seçimlere yöneldiği sonucuna ulaştırılabilir. Bu açıdan Biswas vd. (2017)'nin araştırmasına paralel bir sonuca ulaşılmıştır denilebilir. Burada her ne kadar yeterli kanıt bulunmaması da aydınlık ortamda daha yüksek protein, loş ışıkta ise daha yüksek karbonhidrat oranına sahip gıdaların seçilme ihtimalinin daha detaylı araştırılması gerektiği düşünülmektedir.

Her iki koşulda verilen siparişler incelendiğinde sipariş kalemlerinin düşük ışıkta daha fazla çeşitlilik gösterdiği sonucuna varılabilir. Ancak bu çeşitlilik ciroda artışa neden olmamıştır. Düşük ışık ortamında tatlı siparişlerinin arttığı, diğer kategorilerde ciroda düşüş yaşanırken tatlı kategorisinde sipariş sayısının ve toplam cironun yükseldiği fark edilmektedir. Katılımcıların menüye baktıkları ortamdaki ışığın seviyesi, tatlı kategorisinden tercih yapıp yapmamaları ile ilişkili bulunmamıştır. Ancak yine de katılımcıların %30,8'inin kontrol koşulunda tatlı söylemeyip deney koşulunda tatlı siparişi vermesinin önemli olduğu ve katılımcı sayısı artırılarak daha detaylı araştırılmasının uygun olduğu düşünülmektedir. Hem daha önce nöropazarlama araçları kullanılarak aydınlatmanın etkisini ölçen çalışmalara ulaşılamamış olması hem de daha önce bahsedilen gerekçelerle katılımcı sayısının sınırlı olması nedeniyle bu çalışmada genellenebilir sonuçlara ulaşılamamış olmakla birlikte, işletmelerin satmak istedikleri ürünlere yönelik olarak aydınlatma koşullarını değiştirmelerinin satış faaliyetlerini etkileyeceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Areni, C.S. ve Kim, D. (1993). The influence of background music on shopping behavior: Classical versus top-forty music in a wine store. *Advances in Consumer Research*, 20, 336-340.
- Areni, C. ve Kim, D. (1994). The influence of in-store lighting on consumers' examination of merchandise in a wine store. *International Journal of Research in Marketing*, 117-125.
- Baker, J. (1987). The role of the environment in marketing services: The consumer perspective. In: *The Services Challenge: Integrating for Competitive Advantage*. Czeoeil, J., Congram, C.A., Shanahan, J. (Eds.), Chicago, American Marketing Association, pp. 55-80.
- Baron, R.A. (1990). Lighting as a source of positive affect. *Progressive Architecture*, 71, 123-124.
- Bercea, M. D. (2012). Anatomy of methodologies for measuring consumer behavior in neuromarketing research. *Conference paper*.
- Biswas, D., Szocs, C., Chacko, R. ve Wansink, B. (2017). Shining light on atmospherics: How ambient light influences food choices. *Journal of Marketing Research*, 111-123.
- Countryman, C. C. ve Jang, S. C. (2006). "The effect of atmospheric elements on customer impression: The case of hotel lobbies. *Int. Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(7), 534-545.
- Farnsworth, B. (2016). "iMotions". Web: <https://imotions.com/blog/analyze-heat-maps/> Son Erişim Tarihi: 07 Haziran 2019.
- Fisher, M. (2014). *Neuromarketing 19 Success Secrets*. Australia: Emereo Publishing.
- Gal, D., Wheeler, S. C. ve Shiv, B. (2007). Cross - modal influences on gustatory perception. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1030197>

Şahin, E., Yazıcıoğlu, İ. (2020). The effect of restaurant lighting on food selection from the menu. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 54-66.

- Gültekin S., G. ve Perker, B. (2017). Dünya'da ve Türkiye'de nöropazarlama çalışmalarının incelenmesi ve değerlendirilmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 35-57.
- Hopkinson, R. G., Petherbridge, P. ve Longmore, J. (1966). *Daylighting*. London: Heinemann.
- Hubert, M. ve Kenning, P. (2008). A current overview of consumer neuroscience. *Journal of Consumer Behaviour*, 7: 272-292.
- Kotler, P. (1973). Atmospheric as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 49 (4), 48-64.
- Kurtich, J. ve Eakin, G. (1993). *Interior architecture*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Ladhari R., Brun I. ve Morales M. (2008). Determinants of dining satisfaction and post-dining behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 563-573.
- Mattila, A. ve Wirtz, J. (2001). Congruency of scent and music as a driver of in-store evaluation and behavior. *Journal of Retailing* (77), 273-289.
- Milliman, R. E. (1986). The influence of background music on the behavior of restaurant patrons. *Journal of Consumer Research*, 13(2), 286-289.
- Robson, S.K. A. (1999). Turning the tables: The psychology of design for high-volume restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40, 56-63.
- Ryu, K. ve Jang, S.C. (2008). DINESCAPE: A scale for customers' perception of dining environments. *Journal of Foodservice Business Research*, 11(1), 2-22.
- Scheibehenne, B., Todd, P. ve Wansink, B. (2010). Dining in the dark. The importance of visual cues for food consumption and satiety. *Appetite*, 55(3), 710-713.
- Summers, T. A. ve Hebert, P. R. (2001). Shedding some light on store atmospherics: Influence of illumination on consumer behavior. *Journal of Business Research*, 54, 145-150.
- Stroebele, N. ve De Castro, J. M. (2004). Effect of ambience of food intake and food choice. *Nutrition*, 20(9), 821-838.
- Ural, T. (2008). Pazarlamada yeni yaklaşım: Nöropazarlama üzerine kuramsal bir değerlendirme. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), s.421-432.
- Tüzel, N. (2010). Tüketicinin zihnini okumak: Nöropazarlama ve reklam. *Marmara İletişim Dergisi*, 16,164-165.
- Vijayalakshmi, K., Sridhar, S. ve Khanwani, P. (2010). *Estimation of effects of alpha music on EEG components by time and frequency Domain Analysis*. Paper presented at the International Conference on Computer and Communication Engineering (ICCCE'10) . Kuala Lumpur: IEEE.
- Wansink, B., Just, D. ve Payne, C. (2009). Mindless eating and healthy heuristics for the irrational. *American Economic Review*, 99(2), 165-169.
- Wansink, B. ve van Ittersum, K. (2012). Fast food restaurant lighting and music can reduce calorie intake and increase satisfaction. *Psychological Reports: Human Resources & Marketing*, 111(1), 228-232.
- Wansink, B., Shimizu, M., Cardello, V. ve Wright, A. (2012). Dining in the dark: How uncertainty influences. *Food Quality and Preference*, 24(1), 209-212.
- Zaltman G., (2000). *Neuroimaging as a marketing tool*, U.S. Patent Number 6,099,319 “neuroimaging techniques in marketing”.
- Zhang, Y., Ma, Q. ve Li, Y. (2008). *Impact of scenario-based customer process flow on customer emotion and loyalty, service operations and logistics, and informatics*. Paper presented at the IEEE International Conference, Monterey, California.

Extended abstract in English

In today's highly competitive environment, to be able to influence the internal motivations of individuals by setting the environmental conditions is important for the sales and marketing activities of businesses. The concept of ambiance which is known to affect the decision making of the customer by influencing the subconscious (Stroebele and De Castro, 2004; Mattila and Wirtz, 2001; Areni and Kim, 1993; Milliman, 1986), is one of the concepts that should be emphasized for this reason. Ambient lighting is thought to affect level of mental arousal, cognitive connections and overall behavior of people, and is a potential and effective tool for those working in the marketing field. Summers and Hebert (2001) stated that people touch more products and spend more time examining them in a bright light environment. Areni and Kim (1994) revealed that consumers examine more wine bottles in bright light compared to soft light environment. Gal, Wheeler and Shiv (2007) stated that the participants liked to drink strong coffees in the bright light environment and soft coffees in the dim light environment, in their research carried in a laboratory environment. Biswas et al. (2017) claimed in their studies that with the decrease of mental alertness level in dim light, unhealthier food choices were made, while in bright light healthier and less calorie foods were chosen. Research shows that we tend to make more thoughtless decisions in environments where the level of mental arousal decreases, such as the dim light environment, and that the decisions made thoughtlessly lead to unhealthy food choices (Wansink, Just and Payne, 2009).

For this research, an experimental research model was applied by creating an in-group pattern with the participants. 25 lux lighting is accepted as dim light and test condition, while 250 lux lighting is accepted as bright light and control condition (Biswas et al., 2017). Standardized menus were given to the participants and they were asked to select. At the same time, their physiological data were recorded with EEG, GSR and eye tracking devices. These devices are frequently used in neuromarketing researches. However, the use of these three devices together is a distinctive feature of this study. The data obtained was analyzed with a special software. Also, the customer preferences were analyzed with Wilcoxon signed-rank test, Chi-squared test and McNemar's test.

When the heat maps and neurological data of the participants are evaluated, it is seen that the scores obtained in the control condition were significantly higher than the scores obtained in the test condition (dim light). It should not be ignored that the participants saw the menu for the first time in the control condition and the same menu for the second time in the dim light condition, which may have caused this result. When the parameter scores are evaluated, it is possible to say that the participants examined the menu more cautiously, appreciated it more and thought it was more memorable in the bright light condition (250 lux), yet they had more difficulty in choosing. However, it is possible to say that the levels of appreciation and caution decreased, the menu became less memorable and the participants chose without difficulty in dim light condition (25 lux). The memorability of the menu is deemed important as it may affect the customer's intention to visit again and their product selection. It is thought that further research is needed to conclude whether these effects are caused by people being more relaxed in the dim light environment or seeing the menu for the second time. In the research of Biswas et al. (2017), which is taken as a reference in determining the lighting levels, it was suggested that more unhealthy food choices were made with the low level of mental alertness in dim light, while healthier and less calorie foods were chosen in bright light. In the study of Biswas et al. (2017), a registered food rating system was taken as a reference for food that was defined as healthy and unhealthy, and according

to this system, the foods were qualified as healthy and unhealthy. But such rating system or an officially approved separation (as healthy/unhealthy food) for Turkey could not be found. Therefore, in order to carry such a study, the distinction between healthy and unhealthy food needs to be accurately defined. It is thought that a similar study can be conducted only after these standards are met. Although there is no similarity in terms of the main objectives of the two studies, when the heat maps and amount of order obtained in both lighting conditions is examined, it is seen that while there was a decrease in the amount of order in all other categories, there was an increase in the categories of bakery and pasta, which can be described as deserts and pastries. This may lead to the conclusion that the participants are turning to more pleasure-oriented and relatively unhealthy choices in dim lighting. In this regard, it can be said that a parallel result to Biswas et al. (2017)'s research has been reached. Although there is not enough evidence, it is thought that the probability of choosing foods with higher protein levels in bright environment and choosing foods with higher carbohydrate level in dim light should be researched in more detail.

When the orders placed in both conditions are analyzed, it can be concluded that the menu items show more variety in low light. However, this variety did not cause an increase in income. It is noticed that in low light environment, the dessert orders increased, as well as an increase in the amount of order and the total income in the dessert category, while income decreased in other categories. The level of light in the environment in which the participants looked at the menu was not related to whether they chose from the dessert category or not. Still, it is still considered significant that 30.8% of the participants didn't order dessert under control condition and ordered it under test condition. It is also considered that detailed research is needed with an increased number of participants. Due to not being able to reach the studies measuring the effect of lighting by using neuromarketing tools and the limited number of participants because of the reasons mentioned before, generalizable results could not be achieved in this study. It is thought that the changes in lighting conditions for the products they want to sell will affect the sales activities of the businesses.

Turizm öğrencilerinin turizm bilinci ile ilgili algıları

The perception of tourism students about tourism awareness

Yeşim Koba¹

Gönderilme tarihi/Received date: 05 / 02 / 2020

Kabul tarihi/Accepted date: 28 / 04 / 2020

Öz

Turizm endüstrisi destinasyonlar üzerinde ekonomik, sosyal, kültürel ve toplumsal olarak olumlu ve olumsuz etkilere sahiptir. Destinasyonların sürdürülebilirliği için olumlu etkilerden mümkün olduğunca yararlanmak, olumsuz etkileri ise en aza indirmek hedeflenmelidir. Bu bakımdan sektör çalışanlarına önemli görevler düşmektedir. Günümüzün turizm öğrencileri, geleceğin sektör çalışanları olacağından, turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini iyi kavramış, turizm bilinci yüksek bireyler olmaları gelecekte destinasyonların sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Turizm eğitiminin temel amaçlarından bir tanesi de turizm bilinci yüksek çalışanlar yetiştirmektir. Çalışmada turizm öğrencilerinin turizm bilinci ile ilgili algılarının ölçülmesi hedeflendiği için, turizm öğrencilerinden gönüllü olanlara anket uygulanmıştır. Turizm işletmeciliği bölümünde okuyan öğrencilerden anketi geçerli sayılan 225 öğrencinin anketi değerlendirilmeye alınmıştır. Anket verileri ile araştırma konusuna yanıt aramak amacıyla keşfedici faktör analiz gerçekleştirilmiştir. Keşfedici faktör analizi sonucunda turizm öğrencilerinin turizm bilinci ile ilgili algıları 4 faktörden oluşmuştur. Bu faktörler (1) Ekonomik Yapı ve Doğal Çevre, (2) Sosyo-Ekonomik Durum, (3) Sosyal Yapı ve (4) Bilinç Düzeyi olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Bilinci, Turizm Algısı, Turizm Destinasyonu

Abstract

The tourism industry has positive and negative impacts on destinations economically, socially, culturally and socially. It should be aimed to take as much advantage of the positive effects as possible, while minimizing the negative effects for the sustainability of destinations. Since today's tourism students will be sector employees of the future, their having a good understanding of the positive and negative effects of tourism and their being a high tourism awareness individual is important in terms of sustainability of destinations. One of the main purpose of tourism education is to train employees with high awareness of tourism. In this study, it is aimed to measure the perceptions of tourism students about tourism awareness. For this purpose, a questionnaire was applied to 225 students studying in the tourism and hotel management department. Exploratory factor analysis was carried out in order to search for answers to the research topic. As a result of exploratory factor analysis, the perceptions of tourism students about tourism awareness were composed of 4 factors. These factors were determined as (1) Economic Structure and Natural Environment, (2) Socio-Economic Status, (3) Social Structure and (4) Level of Consciousness.

Keywords: Tourism Awareness, Tourism Perception, Tourism Destination

1. Giriş

Turizmin gelişimi ile birlikte etkileri de giderek önem kazanmaya başlamıştır (Ko ve Stewart, 2002). Turizm, destinasyonlar üzerinde sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik alanlarda olumlu ve olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bu etkiler genellikle ekonomik katkıları bakımından olumlu algılanmakla birlikte; yarattığı kalabalık ve çevresel değişim açısından olumsuz olarak

¹ Doç. Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, Seferihisar Fevziye Hepkon Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Seferihisar, İzmir. yesim.koba@deu.edu.tr

algılanmaktadır (Cottrell, Vaske, Shen ve Ritler, 2007; Zhang, Inbakaran ve Jackson, 2006; Korça, 1998; Raymond ve Brown, 2007). Bu açıdan turizm faaliyetlerinin, destinasyon üzerinde yarattığı etkiler sadece ekonomik bakımdan değil, sosyal, kültürel ve çevresel olarak da ele alınması gereken bir konudur.

Turizm geliştiği destinasyonlarda istihdam yaratmakta, alt ve üst yapının gelişimini sağlamakta, bölgeye yatırımcıları çekmekte ve turizme konu edilen tüm unsurların korunması ve gelişimini sağlamaktadır (Andereck ve Vogt, 2000; Andriotis, 2005). Dünyada bazı destinasyonlar için turizm bir gelişim ve kalkınma aracı olarak görülmüştür (Haley, Snaith ve Miller, 2005; Choi ve Sırakaya, 2005). Turizmin gelişmesi destinasyonun ekonomik kalkınmasına katkı sağlamakla birlikte ithal tüketiminin yol açtığı sızıntılara da neden olmaktadır (Ünlüöner ve Özekici, 2017). Özellikle 1970'li yıllardan itibaren kitle turizminin olumsuz etkileri ile birlikte turizmin etkileri literatürde yer almaya başlamıştır (Andereck ve Vogt, 2000; Sırakaya, Teye ve Sönmez, 2002; Choi ve Sırakaya, 2005; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Duran ve Özkul, 2012).

Destinasyonun turizmden sağlayacağı etkinin yönünün belirlenmesinde, turizm algısı önemli bir faktördür. Bu çalışma turizm öğrencilerinin turizmin olumlu ve olumsuz etkileri konusundaki algılarını ölçerek turizm konusunda bilinç düzeylerini belirlemeyi hedeflemektedir. Turizm alanında eğitim alan ve geleceğin turizm çalışanları olacak öğrencilerin turizm algıları, turizm politikalarının belirlenmesi ve planların geliştirilmesinde, turizmin olumlu etkilerinin artırılmasında ve olumsuz etkilerinin azaltılmasında önemli katkılar sağlayabilecektir. Turizmin planlanmasında ve gelişimde temel ilke olumlu yönleri çoğaltmak olumsuz yönleri asgari düzeye indirmek olmalıdır. Turizmin gelişiminin destinasyonu hangi yönde etkileyeceğinin belirlenmesinde, turizm algısının ölçülmesi önem taşımaktadır.

Turizmin etkilerinin algılanma düzeyini ölçen çalışmalar bulunmakla birlikte bu çalışmalar genellikle yerel halk üzerinde yapılmıştır (Liu ve Var, 1986; Keogh, 1990; Andereck ve Vogt, 2000; Chen, 2001; Sırakaya vd. 2002; Ko ve Stewart, 2002; Gürsoy ve Rutherford, 2004; Andriotis, 2005; Vargas-Snachez, Plaza-Meija ve Porras-Bueno, 2009; Gürsoy, Chi ve Dyer 2010; Brida, Osti ve Faccioli, 2011; Park, Lee ve Timothy, 2017). Bu çalışmanın amacı geleceğin turizm sektörü çalışanları olacak turizm öğrencilerinin turizm bilinci ile ilgili algılarını belirlemek olması nedeniyle daha önce yapılan çalışmalardan farklılaşmaktadır. Turizm bölümlerinin Avrupa Kredi Transfer Sistemi (AKTS) bilgi paketlerini incelediğimizde turizmin destinasyonlara yarattıkları etkileri inceleyebilme ve turizmin sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik etkilerini değerlendirebilme temel kazanımlar arasında yer almaktadır. Bu çalışma ile turizm eğitimi ile hedeflenen kazanımlara ne derece ulaşıldığı da ölçülmüş olacaktır.

2. Literatür

Bir destinasyonu ziyaret eden turist sayısının artmaya başlaması, destinasyonun ekonomik olarak gelişmesi; hoşgörü ortamının ve yerel halkın değerlerine sahip çıkma bilincinin oluşması ve kırsal bölgelerin kentleşmesini sağlaması gibi birçok etki yaratmaktadır (Doğan, 2004; Kozak, Kozak ve Kozak, 2011; Zaei ve Zaei, 2013). Turizmin etkilerini ölçmeye yönelik araştırmalar 1970'li yıllarda başlamıştır (Andereck ve Vogt, 2000). Bu etkiler içerisinde yeni iş olanakları yaratması ve işsizliği azaltmasından dolayı ekonomik etkiler olumlu olarak algılanmaktadır (Jurowski, Uysal, ve Williams, 1997; Lawson, Williams, Young ve Cossens, 1998; Mason ve Cheyne, 2000; Chen, 2001; Yoon, Gürsoy ve Chen, 2001; Ko ve Stewart, 2002; Dyer, Aberdeen ve Schuler, 2003; Andriotis, 2005; Haley, vd., 2005; Nepal, 2008; Aref, Redzuan ve Gill, 2009;

Brida, vd., 2011). Yatırım ve harcamaların artırması (Akis, Peritianis ve Warner, 1996), ekonomik kazanç sağlaması (Milman ve Pizam, 1995), gelir dağılımlarındaki adaletsizliği gidermesi (Perdue, Long, ve Allen, 1987), altyapı ve üstyapı yatırımlarını geliştirmesi (Yoon, 2002:39) diğer ekonomik etkilerden bazılarıdır. Turizmin gelişiminde en belirgin etki ekonomik yönlüdür (Vanegas ve Croes, 2003). 1980'li yıllardan itibaren özellikle gelişmekte olan ülkelerde, ülke ekonomileri üzerindeki olumlu etkileri nedeniyle turizmin ekonomik etkileri araştırma konusu olmuştur.

Yabancı turistlerin bir başka ülkede yapmış oldukları turizm amaçlı harcamalar, o ülkeye sağladığı döviz geliri açısından (mal ihracatında olduğu gibi) bir ihracat etkisi yapmakta ve turizmde görünmeyen ihracat olarak adlandırılmaktadır (Theobald, 2001). Destinasyonu ziyaret eden turist sayısı arttıkça, sunulan ürün ve hizmetlere olan talep artmaktadır. Destinasyon artan turizm talebini karşılayamadığında, talebi karşılamak için ithalata yönelmektedir. İthalat turistlerden elde edilen dövizin ülke dışına çıkmasına neden olmakta ve bu durum turizm gelirlerinde döviz sızıntısına yol açmaktadır. Destinasyonun turistik döviz gelirleri, döviz sızıntılarından daha fazla ise turizm ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunacaktır. Turizm literatüründe turizmin uzun dönemde ekonomik büyüme sağladığı kabul edilmektedir (Balaguer ve Jorda, 2002; Croes, 2006).

Turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonda yapmış oldukları tüm harcamalar doğrudan gelir etkisi; turizm işletmelerinin mal ve hizmet üretmek için diğer işletmelerden yapmış oldukları satın alımlar da dolaylı gelir etkisi yaratmaktadır. Turizmde istihdam edilen ya da turizmden kazanç sağlayan kişilerin yapmış oldukları harcamalar ise uyarılmış gelir etkisi olarak adlandırılmaktadır (Kozak vd., 2011:77). Turizmin emek yoğun bir sektör olduğu için destinasyonda doğrudan ve dolaylı istihdam olanakları yaratmaktadır. Ayrıca turizm sektörü kendi alt sektörleri (konaklama, yiyecek- içecek, ulaşım gibi) dışında tarım ve sanayi gibi sektörlerle yakın ilişki içerisinde ve bu sektörlerin gelişimine de doğrudan katkı sağlamaktadır.

Sahip olunan kıt kaynakların turizm sektörüne yatırılması durumunda elde edilecek kazancın, aynı kaynakların başka sektörlerde yatırım yapılması durumunda elde edilecek gelir ile karşılaştırılması gerekmektedir. Turizmin geliştiği destinasyonda sadece turizmin teşvik edilmesi diğer sektörlerin gerilemesine neden olabilir. Turizmin mevsimsel özelliğinden dolayı mevsimlik işsizlik sorunu ortaya çıkmaktadır. Olumlu etkilerinin yanı sıra turizmin gelişmesi destinasyonda oluşan yoğun talep nedeniyle bölgesel enflasyona neden olmaktadır (Bahar ve Kozak; 2015:174).

Turistler ziyaret ettikleri destinasyonları sosyal ve kültürel olarak etkilemektedir. Farklı kültürlerin karşılaşması sonucu gelişmiş olan kültürel yapı, az gelişmiş ya da gelişmekte olan kültürel yapı üzerinde etkiler yaratmaktadır. Ekonomik etkilerinin tersine, turizmin sosyal ve kültürel etkilerinin olumsuz yönde olduğu sonucuna varılmış çalışmalar bulunmaktadır. Özellikle bölgede suç oranında yaşanan artışlar, kültürel değerlerin yok olması ya da kültürün aşırı ticarileşmesi, yerel halkın alışkanlık ve davranışlarında görülen değişimler olumsuz etkiler olarak algılanmaktadır. Ancak yapılan bazı araştırmalarda ise turizmin kültürel faaliyetleri ve geleneksel kültürü geliştirdiği, yerel kültürü koruduğu sonucuna ulaşılmıştır (Liu ve Var, 1986). D'Amore (1988), Var, Brayley ve Kozay (1989), Fridgen (1996), Gartner (1996) gibi birçok yazar turizmin ile karşılıklı anlayışın, saygının, iyi niyetin yaratılabildiğine ve böylelikle turizmin dünya barışına katkı sağladığını belirtmektedir (Akt. Dilek, Dilek ve Gümüş; 2016). Bu nedenle turizm dünya barışını artıran önemli faktörler arasında sayılmaktadır.

Turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonda yerel halkla iletişim kurması sonucu halkta yabancı dil öğrenme isteği artmaktadır. Coltman (1989: 138) turizmin yabancı dil öğrenme ve konuşmayı

desteklediğini ve yabancı dil öğrenmenin olumlu etkilerinden söz etmektedir. Buna karşılık Ryan (1991:138) ise belirli bir süre sonunda halkın yabancı kelimeler kullanmaya başlaması ile birlikte ana dilin belli bir oranda erozyona uğradığını ifade etmektedir. Yabancı bir dil öğrenmek farklı kültürlerle iletişim kurabilmeyi kolaylaştırmakta ve yerel halkın ufkunun genişlemesine katkı sağlamaktadır.

Turizm endüstrisi birçok yeni mesleğin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Kat görevlisi, servis görevlisi, ön büro elemanı, barmen, bellboy vb. meslekler turizmin gelişmesi ile ortaya çıkan meslekler arasında yer almaktadır. Özellikle bu çalışma alanlarında istihdam edilen kadın sayısı fazladır. Turizmin gelişmesi ile birlikte az gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlarda yaşayan kadınlar, turizm sektöründe çalışma alanlarının fazla olması nedeniyle, ekonomik olarak özgürleşmektedir. Bu nedenle turizmin kadın hakları konusunda olumlu katkılar sağladığı söylenebilir. Kadınların ekonomik özgürlüğe sahip olmaları aile ilişkilerinde de olumlu etkiler yaratmıştır. Turizmin gelişmesi destinasyonda düzenlenen rekreasyon ve sportif faaliyetlerinde artışa neden olmaktadır. Bu durum bireylere boş zamanlarını daha etkin olarak değerlendirme olanağı sunmaktadır.

Turizmin olmazsa olmazı çevresel değerlerdir ve bu bakımdan turizm ve çevre birbirinden ayrı olarak düşünülemez. Turizmin gelişimi çevreyi hem tahrip edici hem de koruyucu etki yaratabilmektedir. Turizm çevre ilişkisinde görülen bu çelişkili durum sürdürülebilirlik ilkesi kapsamında hareket edilmesi ile ortadan kaldırılabilir. Böylece turizm doğal ve kültürel çevrenin korunmasına, geliştirilmesine ve gelecek nesillere aktarılmasını sağlayacaktır. Turizmin çevre üzerindeki olumlu etkileri; park alanlarının sağlanması, yerel halkta çevre farkındalığını artırması, bölgenin imajını geliştirmesi ve koruması, altyapı imkanlarını geliştirmesi, kamu faaliyetlerini geliştirmesi, turistik değerlerin korunması olarak sayılabilir (Yoon, Gürsoy ve Chen, 2001; Ko ve Stewart 2002; Teye, Sönmez ve Sırakaya, 2002; Kuvan ve Akan 2005; Pappas 2008). Turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkileri ise; gürültü ve trafik karmaşası oluşturması, turistik faaliyetlerinin doğal çevreye zarar vermesi, çevre kirliliğini artırması, doğal kaynakları olumsuz etkilemesi ve turistik değerlere zarar vermesidir (Yoon vd. 2001; Ko ve Stewart 2002; Teye vd. 2002; Kuvan ve Akan 2005; Pappas 2008). Son yıllarda turizmin çevre üzerindeki etkilerinin giderek önem kazanmasıyla birlikte sürdürülebilirlik daha önemli hale gelmiştir. Turizmin sürekliliği, turizm amaçlı kullanılan kaynakları koruyup-kullanma ilkesinin benimsenmesi ile sağlanabilir.

Sürdürülebilir turizm, turizmin etkileriyle ilgili görülen kaygılarından ortaya çıkmış bir turizm anlayışıdır (Gössling, Hall ve Weaver, 2009). Sürdürülebilir turizm, turistlerin ve destinasyonların ihtiyaçlarını gelecek ile ilgili fırsatları koruyarak ve arttırarak karşılayan sürdürülebilir gelişme prensipleri olarak tanımlanmıştır (Leung, Marion ve Farrell, 2008). Sürdürülebilir turizm; küçük ölçekli politika kararlarında yerel halkın katılımına saygı duyan, kültürel ve çevresel etkilere duyarlı bir turizm çeşididir (Mccoll ve Moisey, 2008). Turizmde sürdürülebilirlik turizmin etkilerinin iyi anlaşılması ve tüm paydaşların turizm bilincine sahip olması ile sağlanabilir. Turizm bilincini oluşturmanın en etkili yolu eğitimidir. Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm bilinci ile ilgili algıları turizmin geleceği açısından önem taşımaktadır.

3. Yöntem

Araştırmada veri toplamak amacıyla iki bölümden oluşan anket formundan yararlanılmıştır. İlk bölümünde katılımcıların yaş, cinsiyet, gelir, ailelerinin yaşadıkları yer ve bölge, mezun oldukları lise türü, kaç defa üniversite sınavına katıldıkları, girdikleri okul ile ilgili kaç tercihinin

olduğu, kaçınıcı tercihin kazandıkları, kaç tanesinin turizm bölümü ile ilgili olduğu, kazandıkları bölümün adı, kaçınıcı sınıfta öğrenci oldukları ve varsa turizm sektöründe çalışma deneyimlerini belirlemek amacıyla hazırlanmış 13 adet soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise araştırmacının alan yazın incelemesine bağlı olarak turizmin etkileri kapsamını içermesi nedeniyle 29 ifadeden oluşan ölçek yer almaktadır. Anket formunda yer alan ifadelerin tepki kategorileri “1= Çok Yüksek 5=Çok Düşük” olarak düzenlenmiştir.

Araştırmanın evreni İzmir ilinde bulunan biri devlet, diğeri özel olan iki üniversitenin turizm işletmeciliği bölümü öğrencilerinden oluşmaktadır. Anket verileri 2014 yılının Nisan – Mayıs aylarında toplanmış, bu süreçten sonra bildiri olarak sunulmuş, yazarın yoğun çalışma sürecinde geliştirilip makale haline dönüşmesi aradan geçen zamanı uzatmıştır. Veri toplama sürecinde turizm öğrencilerinden oluşan ve anket doldurmayı kabul eden her öğrenci örnekleme dahil edilmek istendiği için araştırmada olasılığa dayalı olmayan (önyargılı) örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul edip, geçerli anket dolduran öğrenci sayısı 225 öğrenciden oluşmaktadır. Veriler istatistik programına aktarılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın kısıtları, İzmir ilinde bulunan iki üniversitenin turizm işletmeciliği bölümünde okuyan öğrencileri ile gerçekleştirilmiştir. Daha farklı şehir ve üniversitelerin aynı bölümünde okuyan öğrencileri ile anket yapılarak konu daha derinlemesine araştırılabilir.

4. Bulgular

Katılımcı öğrencilere ilişkin bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır. Katılımcıların %55,6’sı (125 kişi) kadın, %44’ü (99 kişi) erkek öğrencidir. Öğrencilerin yaş ortalaması 19,92 olup üniversite sınavına 1 ile 3 defa arasında girmişlerdir. Öğrencilerin ortalama 7 tercihi turizm bölümleri ile ilgilidir. Öğrencilerin sektörde çalıştıkları ay ortalaması 18 aydır. Öğrencilerin %90,2’si (203 kişi) Meslek Lisesi, %6,2’si (14 kişi) Temel Lise ve %2,2’si (5 kişi) Anadolu Lisesi mezunudur. Ailelerinin yaşadığı yer ve bölgeleri incelendiğinde; %50,7 (114 kişi) büyükşehir, %10,2 (23 kişi) il merkezi, %25,8 (58 kişi) ilçe merkezi, %10,7 (24 kişi) kasaba ve köylerde yaşamaktadır. Öğrenci ailelerinin 54,9 (11 kişi) Marmara Bölgesi’nde, %4,0 (9 kişi) Karadeniz Bölgesi’nde, %80 (180 kişi) Ege Bölgesi’nde, %0,4 (1 kişi) Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde, %7,1 (16 kişi) Akdeniz Bölgesi’nde yaşamaktadır. Öğrencilerin %40,9 (92 kişi) 1. sınıf, %34,7’si (78 kişi) 2. sınıf olduğunu belirtmelerine rağmen, %24,4 (55 kişi) kaçınıcı sınıfta olduğunu belirtmemiştir.

Tablo 1. Katılımcılara ilişkin bulgular

	n	En düşük	En yüksek	Ortalama	Std. Sapma
Yaş	233	18	28	19,92	1,50
Kaçınıcı tercihinizi kazandınız?	216	1,00	28,00	2,63	3,18
Toplam kaç tercih yaptınız?	207	1,00	32,00	9,19	7,02
Kaçı turizm bölümü?	208	1,00	30,00	7,10	6,01
Sektör deneyimi (ay)	201	1	120	18,19	17,12
Gelir	201	,00	5,000	2,708	3,81
Sınava kaç kez girdiniz?	214	1	3	1,14	,39

Araştırma konusuna yanıt aramak amacıyla keşfedici faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analizlerde faktör öz değerinin 1’den büyük olması ve bir faktörün en az üç maddeden oluşması; faktör madde yüklerinin en az 0,40 olması ve binişik maddeler arasında en az 0,10 yük farkının

bulunması keşfedici faktör analizi için varsayım olarak kabul edilmiştir. Ayrıca faktörlerin güvenilirliklerini belirlemek amacıyla Cronbach's Alpha değerleri esas alınmıştır.

Turizm öğrencilerinin turizmin etkilerini algılama düzeylerine ilişkin faktörlerin yer aldığı ifadelere ilişkin gerçekleştirilen keşfedici faktör analizi sonuçları Tablo 2'de özetlenmiştir. Toplam 29 ifadeden oluşan ölçekte, 15 ifade binişik durumda oldukları ve faktör yük farkları 0.10'un altında olduğu için analizden çıkartılmış ve analizlere 14 ifade ile devam edilmiştir.

14 ifadeden oluşan turizm öğrencilerinin turizm etkilerini nasıl algıladığına ilişkin ölçeğin KMO değeri 0.790 ve Barlett test değeri anlamlı ($p < 0.01$) olarak belirlendiği için örneklem büyüklüğü yeterli olduğu ve maddelerin çoklu normal dağılımı gösterdiği kabul edilerek faktör analizine devam edilmiştir. Faktörlerin toplam varyansın yaklaşık %60'ini açıkladığı, ortalamasının 2.58 ve genel güvenilirlik değerinin 0.81 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Faktör analizi

	Faktör yükü	Özdeğeri	Açıklanan varyans	Ortalama	Güvenirlik
Ekonomik yapı ve doğal çevre		4.211	16.561	2.33	.740
Türkiye ekonomisinin turizm sektörüne bağlılığı	.796			2,2744	
Turizm sektörünün Türkiye'de enflasyon üzerindeki etkisi	.766			2,2804	
Turizm sektörünün Türkiye'nin doğal çevre üzerindeki genel etkisi	.610			2,4714	
Turizm sektörünün Türkiye'de ülke içi gelir yaratıcı etkisi	.595			2,3033	
Sosyo-ekonomik durum		1.775	16.045	2.46	.702
Turizm sektörünün Türkiye'nin ithalatı üzerindeki etkisi	.804			2,6140	
Turizm sektörünün Türkiye'de istihdam yaratma etkisi	.743			2,5164	
Turizm sektörünün Türkiye'de bireyler arası barışa katkıda bulunma etkisi	.652			2,2009	
Turizm sektörünün Türkiye'de yerel halkın kadın-erkek ilişkileri üzerindeki etkisi	.545			2,4460	
Sosyal yapı		1.273	13,743	3.00	.683
Turizm sektörünün Türkiye'deki yerel halkın suç oranı üzerindeki etkisi	.782			2,9476	
Turizm sektörünün Türkiye'deki yerel halkın yabancı düşmanlığı üzerindeki etkisi	.777			3,1564	
Turizm sektörünün Türkiye'de çöp ve atık etkisi	.700			2,9143	
Bilinçlenme düzeyi		1.066	13,123	2.73	.653
Turizm sektörünün Türkiye'deki yerel halkın boş zaman kullanma eğitimi üzerindeki etkisi	.826			2,6385	
Turizm sektörünün Türkiye'deki yerel halkın temizlik bilinci üzerindeki etkisi	.767			2,9052	
Turizm sektörünün Türkiye'deki yerel halkın aile bağları üzerindeki etkisi	.542			2,6792	
KMO=0.790		Barlett' Test Değeri= 661,317			p<0.01
Toplam Varyans= 59,466		Genel Güvenirlik=0.81			Genel Ortalama=2.58

Dört ifadeden oluşan ilk faktör toplam varyansın yaklaşık %30'unu açıklamıştır. Faktörün öz değeri 4,211 ve ortalaması 2.33'tür. Faktörde yer alan maddelerin faktör yükleri 0.796 ile 0.595 arasında değişmektedir. Faktörün güvenilirlik değeri 0.740'dür. Faktörde turizmin doğal çevre üzerindeki etkisi, ekonominin turizm sektörüne bağlılığı, enflasyon üzerindeki etkisi ve ülke içi gelir yaratıcı etkisi bir araya geldiği için faktöre "Ekonomik Yapı ve Doğal Çevre" ismi verilmiştir.

Dört maddeden oluşan ve toplam varyansın yaklaşık %13'ünü açıklayan ikinci faktörün öz değeri 1.775'tir. Faktör madde yükleri 0.804 ile 0.545 arasında değişmektedir. Faktörün ortalaması 2.46 ve güvenilirlik değeri 0.702'dir. Faktörde ithalat ve istihdam üzerine etkisi, barışa katkıda bulunma ve kadın-erkek ilişkileri üzerindeki etkisi bir araya geldiği için "Sosyo-Ekonomik Durum" olarak belirlenmiştir.

Üç maddeden oluşan ve toplam varyansın yaklaşık %10'unu açıklayan üçüncü faktörünün öz değeri 1,273'tür. Faktörde yer alan maddelerin yük dağılımları 0.782 ile 0.700 arasında değişmektedir. Faktörün ortalaması 3.00 ve güvenilirlik değeri 0.683'tür. Faktör suç oranı üzerindeki etkisi, yabancı düşmanlığı üzerindeki etkisi, çöp ve atıklar üzerindeki etkisini kapsadığı için faktör "Sosyal Yapı" olarak isimlendirilmiştir.

Üç maddeden oluşan son faktör toplam varyansın yaklaşık %7,6'sını açıklamaktadır ve faktörün öz değeri ise 1.066'tır. Faktördeki maddelerin yükleri 0.826 ile 0.542 arasında değişmektedir. Faktörün ortalaması 2.73 ve güvenilirlik değeri 0.653'tür. Faktörde boş zaman kullanma üzerindeki etkisi, temizlik bilinci üzerindeki etkisi ve aile bağları üzerindeki etkisi ifadeleri bir araya geldiği için faktör "Bilinçlenme Düzeyi" olarak adlandırılmıştır.

Araştırma sorusu olarak ifade edilen "Turizm öğrencilerinin turizmin etkileri ile ilgili algı düzeyi nedir?" sorusuna gerçekleştirilen keşfedici faktör analizine bağlı olarak yanıt aranmıştır. Turizm öğrencileri, turizmin etkilerini "Ekonomik Yapı ve Doğal Çevre Etkisi", "Sosyo-Kültürel Etkileri", "Sosyal Yapıya Etkisi" ve "Bilinçlenme Düzeyi" olarak sınıflandırmaktadırlar.

5. Sonuç

Bu çalışmada keşfedici faktör analizi sonucunda turizm öğrencilerinin turizm bilinci ile ilgili algıları 4 faktörden oluşmuştur. Bu faktörler (1) Ekonomik Yapı ve Doğal Çevre , (2) Sosyo-Ekonomik Durum, (3) Sosyal Yapı ve (4) Bilinç Düzeyi olarak belirlenmiştir. Birinci faktörde yer alan ekonomik faktörler arasında turizmin enflasyon üzerinde etkili olduğunu ve Türkiye ekonomisinin turizm sektörüne bağlı olduğu görüşü ifade edilmektedir. Olumlu ekonomik etki olarak ise turizmin ülke içinde gelir yaratıcı etkisinin olduğu görüşü yaygındır. Öğrenciler turizm sektörünün doğal çevre üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunu da ifade etmektedirler. Bu ifadeler sonucunda turizm öğrencilerinin turizm sektörünün ekonomik yapı ve doğal çevre üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunu bilincinde olduklarını söyleyebiliriz.

Turizmin gürültü ve trafik karmaşası oluşturması, turistik faaliyetlerinin doğal çevreye zarar vermesi, çevre kirliliğini artırması, doğal kaynakları olumsuz etkilemesi ve turistik değerlere zarar vermesi gibi olumsuz etkilerine literatürde değinilmiştir (Yoon vd. 2001; Ko ve Stewart 2002; Teye vd. 2002; Kuvan ve Akan 2005; Pappas 2008). Son yıllarda sürdürülebilirlik ilkesinin önem kazanması ile birlikte turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkileri azaltılarak, koruyup – kullanma ilkesi benimsenmiştir. Bunun yanı sıra ekonomik yapı üzerindeki etkilerin daha çok olumlu olarak algılandığı görülmektedir. Turizmin destinasyonlara uzun dönemde ekonomik büyüme sağladığı kabul edilmektedir (Balaguer ve Jorda, 2002; Croes, 2006). Vanegas ve Croes (2003) yapmış oldukları çalışmada turizmin gelişiminde en belirgin etki ekonomik yönlü olduğunu ifade etmişlerdir.

İkinci faktör sosyo-ekonomik durum başlığı altında yer alan ifadelerde turizmin ithalat etkisi ve istihdam üzerindeki etkisi önemli görülmektedir. Turizmin gelişmesi ile birlikte, ortaya çıkan yeni çalışma alanlarının fazla olması, bu çalışma alanlarında istihdam edilen kadın sayısını

arttırmaktadır. Bireyler arasında barışa ve kadın- erkek ilişkileri üzerindeki etkisi önemli görülmektedir. Bu ifadeler de turizm öğrencilerinin turizm sektörünün sosyo-ekonomik etkileri üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunun bilincinde olduklarını söyleyebiliriz. Özellikle bireyler arasında barışa katkı sağlaması turizmin önemli olumlu etkileri arasında algılanmaktadır. D'Amore (1988), Var, Brayley ve Korzay (1989), Fridgen (1996), Gartner (1996) turizmin dünya barışına katkı sağlayan önemli faktörler arasında olduğunu belirtmektedirler (Akt. Dilek, Dilek ve Gümüş; 2016).

Üçüncü faktör olan sosyal yapı üzerindeki etkilerin ise olumsuz etkiler olarak algılandığını görmekteyiz. Turizm sektörünün geliştiği bölgelerde halkın suç oranlarının arttığı, yabancı düşmanlığı olduğu, çöp ve atık sorunlarının arttığı yönündeki algılar ön plana çıkmıştır. Bu ifadeler de turizm öğrencilerinin turizm sektörünün sosyal yapı üzerindeki etkilerini olumsuz olarak algıladığını söyleyebiliriz. Son faktör bilinçlenme düzeyi ile ilgilidir. Bu konuda olumlu algıların yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle boş zaman kullanma üzerine etkisi, temizlik bilinci ve aile bağlarını güçlendirme üzerindeki etkisi olumlu olarak algılanan etkiler arasında yer almaktadır.

Turizmin olumlu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin yanı sıra bilinçsiz gelişme sonucu olumsuz etkileri de oluşmaktadır. Olumsuz etkiler destinasyondaki çekiciliklerin bozulmasına, bazen de geri dönüşü olmayan sonuçlara sebep olmaktadır. Bu doğrultuda sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda daha fazla önem kazanmıştır. Sürdürülebilirlik ilkesinde turizmden elde edilen faydanın gelecekte devam etmesi ve destinasyondaki kaynakların korunarak kullanılması benimsenmiştir. Sürdürülebilirlik ilkesinin benimsenmesinde en önemli rol ülke yöneticilerine ve sektör çalışanlarına düşmektedir. Bilinç düzeyi yüksek yöneticiler ve sektör çalışanları yerel halkın da turizm bilincinin oluşmasına katkı sağlayacaktır.

Turizm sektörünün geleceği ve destinasyonların sürdürülebilirliği için turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin farkında olunması gerekmektedir. Turizm eğitiminin temel amaçlarından bir tanesi de turizm bilinci oluşturmaktır. Bu çalışma turizm öğrencilerinin turizm bilinci ile ilgili algı düzeylerini ölçerek, turizm eğitiminin hedeflediği noktaya ne derece ulaştığını ölçmesi bakımından da önem taşımaktadır. Çalışmanın turizm öğrencilerinin Avrupa Kredi Transfer Sistemi (AKTS) bilgi paketinde yer alan temel kazanımlardan turizmin destinasyonlara yarattıkları etkileri inceleyebilme ve turizmin sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik etkilerini değerlendirebilme yeterliliğine sahip olduğunu söyleyebiliriz. Turizm öğrencilerinin turizmin etkileri ile ilgili algı düzeylerinin özellikle ekonomik, sosyal yapı, sosyo- ekonomik yapı, doğal çevre ve yerel halkın bilinçlenme düzeyi üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Kaynakça

- Akis S., Peristianis, N., Warner, J. (1996). "Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus", *Tourism Management*, 17(7), 1996, 481-494.
- Andereck, K. L., Vogt, C. A. (2000). The Relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39, 27-36.
- Andriotis, K. (2005). Community Group's Perceptions Of And Preferences For Tourism Development: Evidence From Crete. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29(1), 67-90.
- Aref, F., Redzuan, M., Gill, S. S. (2009). Community Perceptions Toward Economic And Environmental Impacts Of Tourism And Local Communities. *Asian Social Science*, 5(7), 130-137.

Koba, Y. (2020). The perception of tourism students about tourism awareness. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 67-79.

- Bahar, O., Kozak, M. (2015). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Balaguer, J., Jorda, M.C. (2002) Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: the Spanish Case, *Applied Economics*, 34, 877-884.
- Brida, J. G., Osti, L., Faccioli, M. (2011). Resident's Perception And Attitudes Towards Tourism Impacts. *Benchmarking: An International Journal*, 18(3), 359-385.
- Chen, J. S. (2001). Assessing And Visualizing Tourism Impacts From Urban Residents' Perspectives. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 25(3), 235-250.
- Choi, H. C., Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents' Attitude Toward Sustainable Tourism: Development Of Sustainable Tourism Scale. *Journal of Tourism Research*, 43, 380-394.
- Coltman, M. M. (1989). *Introduction to travel and Tourism an International Approach*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Cottrell S. P., Vaske J. J., Shen F. ve Ritter P. (2007). "Resident perceptions of sustainable tourism in Chongdugou, China". *Society and Natural Resources*. 20, 511-525, Taylor & Francis.
- Croes, R.R. (2006) A Paradigm Shift to a New Strategy for Small Island Economies: Embracing Demand Side Economics for Value Enhancement and Long Term Economic Stability, *Tourism Management*, (Article in Press).
- Dilek, N. K., Dilek, S. E., Gümüş, M. (2016). Otel Çalışanlarının Turizm ve Barış İlişisine Yönelik Metaforik Algıları. *Batman Üniversitesi, Yaşam Bilimleri Dergisi*; Cilt 6 Sayı 2(1), 1-15.
- Doğan, H.Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel temelleri (İkinci Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Duran, E., Özkul, E. (2012). Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Tutumları: Akçakoca Örneği Üzerinden Yapısal Bir Model. *International Journal of Human Sciences*, 9(2), 500-520.
- Dyer, P., Aberdeen, L., Schuler, S. (2003). Tourism Impacts On An Australian Indigenous Community: A Djabugay Case Study. *Tourism Management*, 24, 83-95.
- Gössling S., Hall C.M., Weaver D. B. (2009). *Sustainable Tourism Futures Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*, (Editörler: Gossling, S., Hall C.M. ve Weaver D. B., *Sustainable Tourism Futures Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*), 1-19, New York.
- Gürsoy, D., Chi, C. G., Dyer, P. (2010). Local Attitudes Toward Mass And Alternative Tourism: The Case Of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394.
- Gürsoy, D., Rutherford, D. G. (2004). Host Attitudes Toward Tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31, 495-516.
- Haley, A. J., Snaith, T., Miller, G. (2005). The Social Impacts of Tourism: A Case Study of Bath, UK, *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647-668.
- Jurowski C., Uysal, M.; Williams D.R. (1997). "A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism" *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Keogh, B. (1990). Public Participation In Community Tourism Planning. *Annals of Tourism Research*, 17, 449-465.
- Ko, D.W., Stewart W.P. (2002). A Structural Equation Model of Residents' Attitudes for Tourism Development, *Tourism Management*, 23: 521-530.
- Korça, K. (1998). "Resident perceptions of tourism in a resort town". *Leisure Sciences*, 20, 193-212, Taylor & Francis Group.
- Kozak, N., Kozak, M. A., Kozak, M. (2011). *Genel Turizm İlkeler - Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Kuvan, Y.; Akan, P. (2005). Residents' Attitudes Toward General and Forest-Related Impacts of Tourism: The Case of Belek, Antalya, *Tourism Management*, 26: 691-706.
- Lawson, R. W., Williams, J., Young, T., Cossens, J. (1998). A Comprasion Of Residents' Attitudes Towards Tourism İn 10 New Zealand Destinations. *Tourism Management*, 19(3), 247-256.
- Leung Y. F., Marion J. F., Farrell T. A. (2008). Recreation Ecology in Sustainable Tourism and Ecotourism: a Strengthening Role, (Edidörler: MCCOLL, S.F. ve MOISEY, R.N., *Tourism, Recreation and Sustainability 2nd Edition Linking Culture and The Environment*), 19-38, USA.
- Liu, J., Var, T. (1986). Resident Attitudes Toward Tourism İmpacts İn Hawaii. *Annals of Tourism Research*, (13), 193-214.
- Mason, P., Cheyne, J. (2000). Residents' Attitudes To Proposed Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- McCull S. F., Moisey, R. N. (2008). Pathways and Pitfalls in the Search for Sustainable Tourism”, (Ed: MCCOLL, S.F. ve MOISEY, R.N., *Tourism, Recreation and Sustainability 2nd Edition Linking Culture and the Environment*), 1-17, USA.
- Milman A.; Pizam A. (1995). “The role or awareness and familiarity with a destination”, *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-31.
- Nepal, S. K. (2008). Residents' Attitudes To Tourism İn Central British Columbia, Canada. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 10(1), 42-65.
- Özdemir, M. A., Kervankıran, İ. (2011). Turizm Ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 1-25.
- Pappas, N. V. (2008). City of Rhodes: Residents' Attitudes Toward Tourism Impacts and Development, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 13 (1): 51-70.
- Park, K., Lee, J., Timothy, J. L. (2017). Residents' Attitudes Toward Future Tourism Development İn Terms Of Community Well-Being And Attachment. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(2), 160-172.
- Perdue R. R., Long P. T. And Allen, L., (1987). “Rural resident tourism perceptions and attitudes”, *Annals of Tourism Research*, (14), , 420-429.
- Raymond C.; Brown G. (2007). “A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development”. *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5), 520-540.
- Ryan, C. (1991). *Recreational Tourism: A Social Science Perspective*, Routledge, London
- Sırakaya, E., Teye, V., Sönmez, S. (2002). Understanding Resident's Support For Tourism Development İn The Cental Region Of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41, 57-67.
- Teye, V., Sönmez, S. F., Sırakaya, E. (2002). Residents' Attitudes Toward Tourism Development, *Annals of Tourism Research*, 29 (3): 668-688.
- Theobald, W. F. (2001) *Global Tourism*, Oxford: Butterworth & Heinemann, Second Edition.
- Ünlüönen, K., Özekici, Y. K., (2017). Yeni Gelişen Destinasyonlarda Turizm Algısı: Yozgat İli Üzerine Bir Alan Araştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 5(4), 466-488.
- Vanegas, M.; Croes, R.R. (2003) Growth, Development and Tourism in a Small Economy: Evidence from Aruba, *The International Journal of Tourism Research*, 5 (5), September/October, 315-330.

Koba, Y. (2020). The perception of tourism students about tourism awareness. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 67-79.

Vargas-Sanchez, A., Plaza-Meija, M., Porrás-Bueno, N. (2009). Understanding Resident's Attitudes Toward The Development Of Industrial Tourism In A Former Mining Community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.

Yoon, Y., Gürsoy, D., Chen, J. S. (2001). Validating A Tourism Development Theory With Structural Equating Modeling. *Tourism Management*, 22, 363-372.

Zaei, M.E., Zaei, M.E. (2013). The impacts of tourism industry on host community. *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 1(2), 12-21.

Zhang J., Inbakaran R. J., Jackson M. S. (2006). "Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region". *Tourism Geographies*, 8 (2), 182-204.

Extended abstract in English

The development of tourism and its effects have started to gain importance (Ko & Stewart, 2002). Tourism creates positive and negative effects on destinations in social, cultural, environmental and economic areas. These effects are generally perceived positively in terms of their economic contributions, but also negatively considered in terms of the crowd and environmental change (Cottrell et al., 2007; Zhang et al., 2006; Korça, 1998; Raymond and Brown, 2007). For the sustainability of the destinations, the positive effects should be used as much as possible whereas the negative effects should be minimized. Considering that the tourism students will be the trained sector workers of the future, it is essential that they have a good understanding of the positive and negative effects of tourism and tourism awareness. One of the main objectives of tourism education is to train employees with high tourism awareness. Therefore, this research aims to look at the perceptions of tourism students about tourism awareness.

The population of the study consists of tourism students and hotel management department of two universities, one of which is state and the other is private university in Izmir. Questionnaires were collected in April-May 2014. Since the study aimed to include every tourism student who agreed to fill in the questionnaire, non-probability (biased) sampling technique was employed. A total of 225 students participated in the research. The data were transferred to the statistics program to carry out the analyses.

The first part of the questionnaire includes 13 questions on participants' age, gender, income, location of residence, education levels, number of times they sat for the university exam, the number of tourism faculties they chose in their placement exam, their department, year of study and experience of employment in tourism sector. The second part has a scale consisting of 29 items that address scope of the effects of tourism drawing on the literature review.

Exploratory factor analysis was carried out in order to seek responses for research question using the quantitative data. The scale has 29 item, 15 of them overlapped and the factor load differences were below 0.10, therefore they were removed from the scale and the analysis continued with 14 items. Since the KMO value of the scale regarding how tourism students perceive the tourism effects was calculated as 0.790 and the Barlett test value is significant ($p < 0.01$), the exploratory factor analysis was used on the grounds that the sample size is sufficient and the items show multiple normal distribution. It was determined that the factors explained about 60% of the total variance, the average was 2.58 and the general reliability value was 0.81.

The exploratory factor analysis showed that the perceptions of tourism students about tourism awareness consisted of 4 factors. These factors are s (1) Economic Structure and Natural Environment, (2) Socio-Economic Status, (3) Social Structure and (4) Level of Consciousness. The economic factors of tourism is expressed to be effective on inflation and the economy depends on the tourism industry of Turkey. As a positive economic effect, it is expressed that tourism has an income generating effect within the country. Students also state that the tourism industry has positive and negative effects on the environment. On the basis of these statements, we can argue that tourism students are aware that the tourism industry has positive and negative effects on the economic structure and environment. In addition, the effects on the economic structure are perceived more positively.

The statements referring to the second factor, socio-economic situation, show that the impact of tourism on imports and employment is considered important. Other statements include peace

among individuals and its impact on gender relations. These expressions also state that tourism students have positive and negative effects of the tourism sector in terms of socio-economic aspects. The concept of peace, especially among individuals, is perceived as one of the important positive effects of tourism.

We see that the third factor, the effects on social structure, is perceived to have negative effects. The perceptions show that the crime rates of the people increased, xenophobia occurred, and the problems of garbage and waste increased, in the regions where the tourism sector developed. Therefore, we can argue that tourism students perceive the effects of the tourism sector on the social structure negatively. The last factor concerns the level of awareness. The positive perceptions are high in this regard. Especially its effect on leisure time, cleaning awareness and strengthening family ties are among the positive perceived effects.

In addition to the positive economic, social, cultural and environmental effects of tourism, uncontrolled development also has negative effects. Negative effects cause destinations to lose their attractiveness and sometimes bear irreversible results. Accordingly, the concept of sustainability has gained more importance in recent years. The most important role in embracing sustainability falls on the country managers and sector employees. Managers and sector employees with high tourism consciousness will contribute to the formation of tourism awareness of the local people. It is necessary to be aware of the positive and negative effects of tourism for the future of the tourism sector and the sustainability of the destinations. One of the main objectives of tourism education is to create tourism awareness. This study is also important in terms of measuring the level of perception of tourism students about tourism awareness and assessing to what extent tourism education have achieved this.

Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi¹

The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) pandemic on tourism in Turkey

Mahmut Demir², Yusuf Günaydın³ ve Şirvan Şen Demir⁴

Gönderilme tarihi/Received date: 20 / 04 / 2020

Kabul tarihi/Accepted date: 10 / 05 / 2020

Öz

Araştırmanın amacı Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye'de turizm sektörü üzerindeki gelişimini ortaya koymak, etkisini analiz etmek ve sonuçlarını değerlendirmektir. Araştırma turizm alanında havayolu işletmeleri, otel işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acentaları, yat ve tekne işletmeleri, yiyecek-içecek işletmelerinin üst düzey yöneticileri/sahipleriyle gerçekleştirilmiştir. Nitel bir araştırma olarak derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak yapılmıştır. Veriler katılımcılarla yarı-yapılandırılmış soru formu aracılığıyla toplanmıştır. 2020 Nisan ayında her bir katılımcı ile yaklaşık 60 dakika süren bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme soruları Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye'de görülmeden öncesi, salgın süreci ve sonrasına ilişkin değerlendirmeleri içerecek şekilde üç ana grupta toplanmıştır. Veriler betimsel analiz tekniği ile çözümlenmiştir. Sonuçta ulaşılan bulgular tartışılarak yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Koronavirüs, Covid-19, salgın, otel, tur operatörü, seyahat acentası, havayolu

Abstract

The purpose of the study is to evaluate the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) on tourism in Turkey. The research was carried out with senior managers/owners of airline companies, hotel businesses, tour operators, and travel agencies, yacht and boat companies, food and beverage businesses in the field of tourism. As qualitative research was conducted using an in-depth interview technique. The data were collected with the participants through a semi-structured questionnaire. It was held as a result of a 60-minute interview with each participant in April 2020. Interview questions are grouped into three main groups as pre-, during-, and post-Coronavirus (Covid-19) in Turkey. The data were analyzed by descriptive analysis technique. As a result, the findings were discussed.

Keywords: Tourism, Coronavirus, Covid-19, pandemic, hotel, tour operator, travel agency, airline

[Extended abstract in English is available at the end of the paper](#)

1. Giriş

İlk kez 2019 yılı Aralık ayında, Çin'in Wuhan kentinde deniz ürünleri ve canlı hayvan satışı yapılan bir pazar yerinde görülen "2019-nCoV" yaygın ismiyle "Koronavirüs" Dünya Sağlık

¹Araştırma Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye'de turizmdeki etkilerini değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Herhangi bir şekilde sağlık bilimleri ile ilgili yöntem, yaklaşım, yorum, sonuç ve öneriyi kapsamamaktadır.

²Prof. Dr. Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Isparta, Türkiye. mdemir1@gmail.com

³Dr. Öğr. Üyesi, Uluslararası Fırat Üniversitesi, Girne, KKTC yusuf.gunaydin@final.edu.tr/ Genel Müdür, Sundance Resort Hotel, Bodrum, Türkiye, yusufgunaydin@hotmail.com

⁴Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Turizm İşletmeciliği Bölümü, Isparta, Türkiye. sirvansendemir@gmail.com

Örgütü (WHO) tarafından 11 Şubat 2020'de Covid-19 olarak açıklanmıştır. Covid-19 ismi "Co-
rona"nın "Co"su, "virus"ün "vi"si, İngilizce hastalık anlamındaki "disease" sözcüğünün "d"si ve
ilk kez 2019 yılında görülmesi nedeniyle "19" rakamından oluşturularak Covid-19 olarak tanımlanmıştır (Lovelace, 2020). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 11 Mart 2020 tarihinde tüm dünyayı tehdit eden koronavirüs kaynaklı Covid-19 hastalığını küresel salgın anlamına gelen "pandemi" olarak ilan etmiştir (Ghebreyesus, 2020; Cucinotta ve Vanelli 2020). Küresel salgın Çin ve Uzakdoğu ülkelerinden diğer Asya, Avrupa, Amerika ve Afrika ülkelerine de sıçramış ve hızlı bir yayılım göstermiştir.

Koronavirüs (Covid-19) salgınına karşın ülkeler farklı yaklaşımlarla mücadele ederken, genel olarak hazırlıksız yakalandığını da ortaya koymuştur (Dyer, 2020; Manderson & Levine, 2020). Öyle ki çoğu ülkede sağlık sistemi ve altyapısı sorgulanırken aynı zamanda sağlık personelinin yetersizliği, tıbbi araç-gereç ve malzemenin eksikliği tam bir karmaşa oluşturmuştur. Hatta bu süreçte birçok ülke bir taraftan tıbbi malzeme temininde birbirini suçlamış, tıbbi malzeme ihracatını yasaklamış, özel sektör sağlık kuruluşlarını kamulaştırmıştır. Diğer yandan gerek halka yönelik gerekse işletmelere yönelik ekonomik destek paketleri ve teşvikler açıklanmıştır. Bununla birlikte yine birçok ülkede aşı ve ilaç üretimi çalışmaları başlamıştır.

Çin'den yayılan Koronavirüs (Covid-19) İran'da vaka ve ölüm sayılarının artması nedeniyle Türkiye için önemli bir salgın tehdidi oluşturmuştur. Türkiye'nin İran ile siyasi, ticari ve sosyolojik ilişkileri nedeniyle gerek yolcu trafiği gerekse yük ve kargo taşımacılığının oldukça yüksek düzeyde, hava, deniz ve demir yolu ulaşım olanaklarının gelişmiş olması salgın risk ve tehdidini arttırmaktadır. Diğer yandan yurt dışından Türkiye'ye iş ve tatil amacıyla gelenlerin sayısında da artışların başladığı 2020 Mart ayı Covid-19 salgınında tüm dikkatlerin İran ile birlikte Avrupa'da özellikle İtalya ve İspanya'nın üzerine çekildiği bir dönemin başlangıcı olmuştur.

Koronavirüs (Covid-19) salgını konusunda Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve İngiltere'nin yaptığı umursamaz açıklamalar ve uygulamalarda 2020 Nisan'dan itibaren izledikleri politikalarda değişimler olmuştur. Çünkü Covid-19'un hedefinde gerekli tedbirleri geç almaya başlayan bir ABD ve İngiltere vardı. ABD'de vaka ve ölümlerin neredeyse yarısının New York'ta olması ve çığlıkların yükselmesi, İngiltere'de Başbakan Boris Johnson'un Covid-19 testinin pozitif çıkması ve hastanede yatması her iki ülkenin salgına ilişkin mücadelede politikalarının değiştirmesine neden olmuştur.

Salgının yarattığı kaygı, korku, bunalım gerek bireyleri gerekse sektörleri, dolayısıyla işletmeleri tedirgin ederek psikolojik, sosyolojik ve ekonomik etkileri gün geçtikçe daha fazla hissedilir hale getirmiştir. Özellikle bireysel ve toplumsal düzeyde yaşanan sosyolojik ve psikolojik sorunlara işletmelerin karşılaştığı ekonomik sıkıntılar ve bunun insanlara yansması salgının etkilerini arttırmıştır (Barua, 2020; Ho, Chee & Ho, 2020). Salgın artık her ülke için ciddi bir tehdit olmanın ötesinde çok sayıda ölümlerin gerçekleştiği topyekûn savaşılması gereken bir düşman haline gelmiştir.

2. Literatür

2.1. Türkiye'de Koronavirüs (Covid-19) salgınının gelişimi ve alınan tedbirler

Koronavirüs (Covid-19) salgınının sağlık açısından yarattığı olumsuz etkilerin toplumsal ve ekonomik boyut ve sonuçlarının uzun süreli olacağı yönünde gelişmeler hükümetin öncelikli gündemini oluşturmuştur. İnsanlar bir yandan yaşadığı ölüm korkusunun yarattığı psikolojik durum,

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) on tourism in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

diğer yandan geçimini sağlayacak için ekonomik kaygının etkisiyle çeşitli zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Bununla birlikte, sosyal bir varlık olan insanların birbiriyle etkileşiminin kesilmesi ya da sınırlandırılmasının yarattığı sosyolojik gereksinimlerin de karşılanamaması, hatta bazı hizmetlerde teknolojik araç-gereç, makine ve ekipmanların daha sık kullanılması Covid-19 salgınının yarattığı etkiyi açıkça göstermektedir.

Koronavirüs (Covid-19) salgını tüm dünyaya yayılarak vaka ve ölüm sayılarında sürekli artışın görüldüğü günlerde her ülke farklı tedbirleri uygulamaya geçirerek virüs ile mücadele etmeye başlamıştır (Fernandes, 2020; Ho, Chee & Ho, 2020; Zheng, Goh & Wen, 2020). Türkiye’de ilk Koronavirüs vakası 10 Mart 2020’de ve ilk Koronavirüs kaynaklı ölüm 17 Mart 2020 tarihinde görülmüştür (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). Bu durum Türkiye’de salgının yayılmasına yönelik bazı tedbirlerin alınması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Özellikle kalabalık ortamlarda insanların yakın temas ve mesafe içinde olması nedeniyle hızlı bir şekilde bulaşan, ölümcül etkileri ve sonuçları nedeniyle dünyayı etkisi altına alan virüse (Hoque vd, 2020) karşı Türkiye’de yalnızca sağlık açısından değil aynı zamanda eğitim, dinî, hukuki, askerî tedbirler başta olmak üzere sosyal, ekonomik ve siyasi olarak radikal kararlar alınmıştır. Öncelikle orta dereceli okullar ile üniversitelerde bahar dönemi tatil edilerek derslerin uzaktan eğitim yöntemiyle tamamlanması kararlaştırılmıştır (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2020; Yükseköğretim Kurulu, 2020). Bunu takiben Diyanet İşleri Başkanlığı (2020) başta cuma namazı olmak üzere cemaatle kılınan namazlar için cami ve mescitlerin kapatılmasına karar verirken Hâkimler ve Savcılar Kurulu (2020) cezaevlerinde tutuklu, adli acil işler ve zaman aşımı davaları dışındaki tüm dava, duruşma, müzakere, keşif ve diğer işlemlerin 15 Haziran 2020 tarihine kadar durdurulduğunu açıklamıştır.

Türkiye’de 31 Mart 2020 tarihi itibariye Koronavirüs vaka sayısı 23531 ve Koronavirüs kaynaklı ölüm sayısı 214 olurken 30 Nisan 2020 tarihi itibariyle Koronavirüs vaka sayısı 120204 ve Koronavirüs kaynaklı ölüm sayısı 3174 olarak kaydedilmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). Koronavirüs (Covid-19) salgınında vaka ve ölümlerdeki artışa paralel olarak hükümetin daha fazla tedbirler alması kaçınılmaz olmuştur. Ülke çapında tüm spor müsabakaları, konser, toplantı, sinema vb etkinlikler ertelenmiş, şehirler arası toplu ulaşım kısıtlamalar getirilmiş, ilk olarak 65 yaş ve üstü daha sonra 20 yaş ve altı kişilere sokağa çıkma yasağı getirilmiştir. Özellikle Nisan ayında salgındaki vaka ve ölüm artışı nedeniyle 11-12 Nisan 2020’de ise 30 Büyükşehir ve Zonguldak’ı kapsayan sokağa çıkma yasağı ilan edilmiştir. Salgının cezaevlerine sıçraması sonucu Af Yasası çıkarılarak 90 bin civarında mahkûm ve tutuklu tahliye edilmiş (*Resmi Gazete*, 2020), T.C. Millî Savunma Bakanlığı (2020) askerî tören, konferans, kısa süreli toplantı, kurs, fuar, seminer gibi faaliyetlerin iptal edildiği, orduvevleri ve misafirhanelerde görevli personel ile mücbir sebepler için konaklayanlar haricinde kimsenin kabul edilemeyeceği kışlalarda tüm celp, sevk ve terhis işlemlerinin bir ay boyunca ertelendiğini duyurmuştur.

Aynı dönemde gerek umreden dönen gerekse diğer ülkelerden gelen vatandaşlar çeşitli illerdeki öğrenci yurtlarında 14 gün karantinaya alınmıştır. Ülke genelinde market ve pazar gibi insanların toplu olarak bulunduğu alanlarda maske kullanma zorunluluğu getirilmesi ve bir süre maske satışı ve dağıtımı ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Önce ülke içi seyahatlerde araç kapasitesinin düşürülmesi ve sonrasında otobüs, tren ve uçak seferlerinin durdurulması, bir süre sonra şehirler arası seyahatlerin izine bağlanması ulaşım ile ilgili düzenlemelerden bazılarıdır. Bu süreçte çeşitli işyerlerinin geçici olarak kapatılması, memurlara idari izin verilmesi, çeşitli kamu

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncül-
lerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education
Research*, 6(1), 80-107.

kurumlarında hizmetlerin geçici süreyle askıya alınması, karargahlarda askerlerin çarşı izinlerinin geçici süreyle durdurulması gibi çeşitli tedbirler alınmıştır. İnsanlar bu süreçte pandemi, filyasyon, sosyal izolasyon, sosyal mesafe, entübe, karantina gibi bazı kavramları öğrenerek yaşamın bir parçası olarak görmeye başlamıştır.

2.2. Doğrudan veya dolaylı olarak turizm ile ilgili tedbirler

Turizm ile ilgili ilk tedbirler havayolu uçuşlarındaki kısıtlama ve iptaller olmuştur. Virüsün Wuhan'da çıkması ve dünyaya yayılması nedeniyle önce 22 Ocak 2020'de Çin'deki bir havayolu işletmesi tarafından gerçekleştirilen Wuhan-İstanbul uçuşları, ardından salgının yayılım hızını arttırması sonucu 5 Şubat 2020 tarihinden itibaren Çin çıkışlı tüm uçuşlar durdurulmuştur. Virüs Çin'den sonra İran'da etkili olurken vaka ve ölüm sayıları çoğalmaya başlamıştır. Türkiye tedbir olarak 23 Şubat 2020'de İran ile arasındaki kara sınır kapılarını kapatmış ve İran'dan gelen uçak seferlerini durdurmuştur. Bunu takiben 29 Şubat 2020'de Türkiye ile İtalya, Türkiye ile Güney Kore, Türkiye ile Irak arasında gidiş-geliş tüm yolcu uçuşları, ardından 14 Mart 2020'de Almanya, Fransa, İspanya, Norveç, Danimarka, Belçika, Avusturya, İsveç ve Hollanda uçuşları tedbiren durdurulmuştur.

Bir süre sonra Türkiye tüm uluslararası ve yurt içi uçuşları durdurarak tedbirleri sıkılaştırmıştır. Bununla birlikte farklı araç ve yollarla yurtdışından gelenlere de 14 günlük karantina uygulanırken yurtdışına giriş çıkışların kısıtlandığı ve kamu görevlilerinin yurt dışı ziyaretlerinin iptal edildiğini içeren bir genelge yayımlanarak alınan tedbirler doğrudan ya da dolaylı olarak turizm işletmelerinin çoğunun rezervasyonlarını iptal etmesine, faaliyetlerini durdurmasına, sezonluk işletmelerin açılışlarını ertelemesine neden olmuştur.

Koronavirüs (Covid-19) salgını nedeniyle Kültür ve Turizm Bakanlığınca yürütülen, desteklenen, katılım sağlanan tüm kültür ve sanat etkinlikleri iptal edilmiştir. Ülke genelinde alınan tedbirler çerçevesinde resort otel, cafe, müze, ören yerleri, konser mekanları gibi yerlerin faaliyeti durdurulmuş, yurt içi ve yurt dışı turlar seyahat kısıtlaması, sosyal mesafe vb nedenlerden dolayı iptal edilmiş ve restoran hizmetlerinde yalnızca paket servis uygulamasına izin verilmiştir. Seyahat yasağı olmayan yerlerde, özellikle il sınırları içinde araç kapasitesi yarıya düşürülerek ve gerekli sağlık tedbirlerini yerine getirmek koşuluyla gerçekleştirilmektedir.

Türkiye'de ilk vakanın görüldüğü tarihten itibaren Koronavirüs (Covid-19) salgınının etkisini en aza indirebilmek için hükümet tarafından alınan tedbirlerden birisi de 28 Mart 2020'de şehirler arası seyahatlerin izne bağlanması olmuştur. Diğer yandan Kültür ve Turizm Bakanlığının yapmış olduğu tedbirlere ilişkin bir başka detay (Gülal, 2020) ise otellerin rezervasyonlarını virüsün riskini azaltmak için belirlenecek kapasite kullanım oranlarına uygun olarak Nisan ayından sonrası için almaları, birçok oteli bulunan otel birlikleri de özellikle zincir oteller aynı bölgede bir veya iki otelini açacak şekilde planlama yapmasına ilişkin çalışmalar sürdürülmektedir. Şehir otellerinin birçoğu yeni rezervasyon almazken mevcut müşterilerine hizmet vererek kontrollü bir faaliyet sürdürmektedir. Buna karşın birçok şehir oteli ve zincir otel de belirli bir süre faaliyetlerini askıya almak zorunda kalmıştır.

Koronavirüs (Covid-19) salgını sürecinde Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB'ın talebini dikkate alarak 30 Nisan 2020 tarihine kadar seyahat acentalarına, bürolarını açmadan faaliyetlerini online olarak sürdürebilme izni vermiştir (Bişkin, 2020). Bu çerçevede alınan bir başka karar ise, umre ve hac seyahatlerinin ikinci bir düzenleme ya da duyuruya kadar askıya alınması

yönünde olmuştur. Bu durum yalnızca Türkiye'nin tek taraflı bir kararı değil, aynı zamanda Suudi Arabistan'ın Türkiye'ye getirmiş olduğu uçuş kısıtlaması, hac ve umre ziyaretleri için almış olduğu kararın da sonucudur.

2.3. Doğrudan veya dolaylı olarak turizm ile ilgili destekler ve teşvikler

Koronavirus (Covid-19) salgını nedeniyle alınan ulusal düzeyde genel tedbirler, turizme özgü tedbirler ve uluslararası tedbirler öncelikle insan sağlığını korumaya yöneliktir. Bu tedbirlerin bir de turizm sektörüne ve faaliyet gösteren çeşitli tür ve sayıdaki turizm işletmelerine etkisi olmuştur. Bu etkinin en önemli özelliği ekonomik açıdan yarattığı sonuçlardır. Bu durum hem işletmeleri hem de çalışanları etkilerden, sonuçları yalnızca toplumsal ve sektörel düzeyde kalmamış, ülke ekonomisini de olumsuz etkilemiştir. Bu çerçevede ülkelerin turizm sektörüne yönelik farklı tedbirleri ve destekleri olduğu ve bunu çeşitli şekillerde uygulamaya koyduğu görülmektedir.

Türkiye'de Koronavirus (Covid-19) salgını ilgili genel tedbirler ve işletmeler için sağlanan destekler turizm sektörünü de kapsamaktadır. Bununla birlikte turizm sektörüne özgü tedbir ve teşviklerde söz konusudur. Bu destekler yayınlanan genelgeler, yapılan basın açıklamaları, kurumsal web sitelerindeki bilgilendirmeler, sektörel ve mesleki örgütlerin paylaşımlarıyla kamuya ve turizm sektörüne duyurulmuştur. Bunları belirli başlıklar altında özetlemek gerekirse;

- 518 Sayılı VUK Tebliği ile Turizm Sektörü de mücbir sebep sayılan sektörler kapsamında değerlendirilerek Haziran 2020 sonuna kadar olan KDV ve Muhtasar beyanname ve ödemeleri, irtifak hakkı bedelleri, ecri misil gibi ödemeler ile sigorta primleri 6 ay süreyle ertelenmiştir.
- Konaklama Vergisi 2021 Ocak ayına ertelenmiştir.
- İç hat uçuşlarında KDV oranı Haziran 2020 sonuna kadar %18 den %1'e indirilmiştir.
- Turizm sektöründeki işletmelerin kısa çalışma ödeneğinden yararlanması sağlanmıştır.
- Seyahat acentaları için "İşe Devam Kredisi"nin koşulları esnetilerek krediye yönelik başvurular Bakanlığın internet sitesi üzerinden yapılarak 2020 Nisan ayı itibarıyla kullanıma başlanacaktır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, otellerin 2020 yaz sezonu için tur operatörleri/seyahat acentalarından aldığı ön ödemenin, Covid-19 salgınından dolayı rezervasyon iptalleri sonucu yapılması gereken geri ödemeleri (iade) karşılama amacıyla turizm işletmelerine finansman desteği sağlanması konusunda kamu bankaları ile mutabakat sağlanmıştır.
- Mesleklerini geçici olarak icra edemeyen Turist Rehberlerine kredi desteği sağlanmıştır.

Bu tedbir ve destekler belirli süreler için geçerli olacaktır. Turizm işletmelerinin daha fazla zarara uğramadan ekonomik ve ticari faaliyetlerine başlaması oldukça önemlidir. Bu konuda en önemli belirleyici faktör Koronavirüs (Covid-19) salgınının yayılım ve etki sürecidir. Salgının olumsuz etkisi yalnızca turizme olmamıştır. Ancak turizme olan ekonomik etkisi aynı zamanda diğer sektörleri de dolaylı olarak etkilemiştir. Turizmin, tarım, otomotiv, inşaat, ulaşım, el sanatları, eğlence, yiyecek-içecek hizmetleri gibi birçok sektörde önemli çarpan etkisine sahip olması nedeniyle salgının sonuçları daha büyük olabilmektedir.

3. Yöntem

Araştırma nitel bir çalışma olup Türkiye’den katılımcılarla gerçekleştirilmiştir. Örneklemin seçiminde “amaçlı örneklem” tercih edilmiştir. Amaçlı örneklem esas olan araştırmanın konusuna uygun özellikteki kişi, olay veya durumlardan belirlenen amaç doğrultusunda derinlemesine bilgi toplamaktır (Maxwell, 1996). Verilerin toplanması için yarı-yapılandırılmış mülakat tekniğinden yararlanılmış ve Türkiye’de faaliyet gösteren havayolu, seyahat, konaklama, yiyecek-içecek, yat ve tekne işletmeciliği gibi farklı alanlardaki turizm işletmelerinin sahip ve/veya yöneticileri internet ve telefon üzerinden online görüntülü olarak gerçekleştirilmiştir. 2020 Nisan ayında gerçekleştirilen görüşmelerin her biri yaklaşık 60 dakika sürmüştür. Katılımcıların seçiminde Türkiye’nin farklı şehirlerinden alanında uzman ve turizm deneyimine sahip kişilerin olmasına dikkat edilerek, konunun kapsamı, amacı ve sorular paylaşılarak davet edilmiş, daveti kabul edenlerle yapılan görüşmelerde hem soru-cevap hem de karşılıklı tartışma şeklinde veriler toplanmıştır. Diğer bir ifade ile doğrudan (açık) ve derinlemesine bir görüşme gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada nitel veri toplama tekniğinin kullanılmasının temel amacı, katılımcıya bir sınırlama getirmeksizin rahat bir ortamda araştırmacı ve cevaplayıcı arasındaki psikolojik mesafeyi azaltarak, alanında uzman ve yetkin kişilerden Koronavirüs (Covid-19) salgını ile en güncel, doğru ve tatmin edici bilgileri kolaylıkla elde etmek ve veri toplama sürecinde karşılıklı tartışma ve değerlendirme yapabilmektir. Bu nedenle yapısal olmayan özellikte, doğrudan ve yüz yüze yapılan (Covid-19 salgınında sosyal mesafe ve seyahat kısıtlaması nedeniyle internet üzerinden görüntülü görüşme), tek katılımcılı derinlemesine bir görüşme tekniği tercih edilmiştir. Çünkü bu teknik hem katılımcıların tutum, davranış ve duygularını daha iyi anlamaya hem de görüşmenin yapısal olmayan özelliği nedeniyle araştırmacıya derinlemesine veri toplamasına olanak sağlamaktadır. Her soruda yapılan tartışma ve değerlendirme ile bu tekniğin sübjektiflik dezavantajı önemli ölçüde giderilmiş olmaktadır.

Verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz tekniği uygulanmıştır. Bunun için öncelikle araştırmanın kavramsal yapısı ve görüşmelerden veri analizi için bir çerçeve oluşturulmuş ve ikinci aşamada veriler düzenlenmiştir. Üçüncü aşamada veriler tanımlanmış ve son aşamada ise bulguların açıklanması, ilişkilendirilmesi ve anlamlandırılarak yorumlanması gerçekleştirilmiştir.

3.1. Veri analizi

Araştırmanın kavramsal yapısı ve katılımcılarla yapılan görüşmelerden veri analizi için bir çerçeve oluşturulmuş ve veriler üç ana başlık altında düzenlenmiştir. Bunlar;

- Türkiye’de Koronavirüs (Covid-19) salgını vakası henüz görülmeden önceki döneme ilişkin değerlendirmeler,
- Türkiye’de Koronavirüs (Covid-19) salgınında ilk vakanın görülmesiyle yaşanan süreçle ilişkin değerlendirmeler ve
- Türkiye’de Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrası değerlendirmelerdir.

Bu çerçevede tanımlanan verilere ilişkin bulgular betimlenerek açıklanmaktadır. Betimsel geçerlik sağlanabilmesi için öncelikle görüşmeler özgün haliyle gruplandırılarak verilmektedir. Çünkü nicel araştırmalardan farklı olarak nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik “inandırıcılık”, “aktarılabirlik”, “tutarlılık” ve “doğrulanabilirlik” gibi özellikler kapsamında değerlendirilmesi durumunda daha anlamlı ve kabul edilebilir sonuçlar ortaya koyabilmektedir (Guba, 1981; Krefting, 1991; Şener vd. 2017). Araştırma örnekleminde alanında uzman, deneyimli ve üst düzey

yöneticilerden oluşmaktadır. Uzun yıllar turizm sektöründe çalışmalarının yanında çeşitli kriz dönemlerini de yaşamış olan katılımcılardan elde edilen bilgiler belirli durumlarda yinelenen, olumsuz ve/veya çapraz sorularla desteklenmiştir.

3.2. Katılımcıların sektörel özellikleri

Araştırma Türkiye’de turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelerdeki işletme sahip ve/veya üst düzey yöneticileriyle gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların her birine bir kod verilerek sektörel özellikleri çıkarılmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların sektörel özellikleri

Katılımcı	Turizm sektöründe faaliyet alanı	Şehir	Turizm sektöründe çalışma yılı	Pozisyon
K-1	Otelcilik	Bodrum	16	Genel Müdür
K-2	Sey. Acent. / Tur Opt.	Marmaris	41	Genel Müdür
K-3	Otelcilik	Bursa	25	Genel Müdür
K-4	Otelcilik	Marmaris	33	Genel Müdür
K-5	Havayolu İşletmeciliği	Dalaman	25	Genel Müdür
K-6	Sey. Acent. / Tur Opt.	İzmir	23	Bölge Müdürü
K-7	Otelcilik	İzmir	34	Genel Müdür
K-8	Sey. Acent. / Tur Opt.	İzmir	31	Bölge Müdürü
K-9	Sey. Acent. / Tur Opt.	İstanbul	28	Kontrat Müdürü
K-10	Otelcilik	Bodrum	31	Genel Müdür
K-11	Otelcilik	İstanbul	30	Genel Müdür
K-12	Yiyecek-İçecek İşletmeciliği	Bodrum	20	İşletmeci
K-13	Otelcilik	Kuşadası	33	Genel Müdür
K-14	Otelcilik	Bursa	27	Genel Müdür
K-15	Otelcilik	İstanbul	35	Genel Koordinatör
K-16	Otelcilik	Bodrum	30	Bölge Müdürü
K-17	Otelcilik	Marmaris	32	Genel Müdür
K-18	Sey. Acent. / Tur Opt.	Kuşadası	40	Kontrat Müdürü
K-19	Otelcilik	Bodrum	39	Genel Müdür
K-20	Otelcilik	Bodrum	26	Genel Müdür
K-21	Otelcilik	İstanbul	42	Genel Müdür
K-22	Yat ve Tekne İşletmeciliği	Antalya	44	İşletmeci
K-23	Yat ve Tekne İşletmeciliği	Fethiye	38	İşletmeci
K-24	Yiyecek-İçecek İşletmeciliği	Antalya	35	İşletmeci
K-25	Yiyecek-İçecek İşletmeciliği	Antalya	39	İşletmeci
K-26	Havayolu İşletmeciliği	Antalya	44	Genel Müdür
K-27	Sey. Acent. / Tur Opt.	Fethiye	30	Genel Müdür
K-28	Yiyecek-İçecek İşletmeciliği	Fethiye	28	İşletmeci
K-29	Otelcilik	Antalya	31	Genel Koordinatör
K-30	Otelcilik	Alanya	28	Genel Müdür
K-31	Otelcilik	Alanya	32	Genel Müdür
K-32	Otelcilik	Mersin	29	Genel Müdür

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncül- lerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

Tablo 1’de katılımcıların turizm sektöründe faaliyet alanlarına göre dağılımında Bodrum’dan 6, Antalya’dan 5, İstanbul’dan 4, Fethiye’den 3, İzmir’den 3, Marmaris’ten 3, Kuşadası’ndan 2, Bursa’dan 2, Alanya’dan 2, Dalaman’dan 1 ve Mersin’den 1 katılımcının olduğu görülmektedir. Bunların 15’i Otelcilik, 6’sı Yiyecek-İçecek İşletmeciliği, 2’si Havayolu İşletmeciliği, 7’si Seyahat Acentacılığı/Tur Operatörlüğü ve 2’si Yat ve Tekne İşletmeciliği faaliyet alanındadır. Katılımcıların 6’sı İşletmeci/Genel Müdür, 2’si Genel Koordinatör, 19’u Genel Müdür, 2’si Bölge Müdürü ve 2’si Kontrat Müdürü pozisyonundadır. Katılımcıların turizm sektöründeki deneyimi oldukça yüksek olup çalışma süresi ortalaması 32,84 yıldır.

4. Bulgular ve değerlendirmeler

4.1. Türkiye’de Koronavirüs (Covid-19) salgını vakası öncesi turizme ilişkin değerlendirmeler

Koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili ilk vakanın görülmesinden önceki dönemde ekonomik ve sosyal yaşam normal şartlarda devam ediyordu. Herhangi bir turizm işletmesinin faaliyetleri ile ilgili kısıtlama söz konusu olmadığı gibi 2020 turizm sezonu için işletmeler gerekli hazırlıklarını tamamlamıştı. Araştırmada Türkiye’de henüz görülmediği ancak Çin, İran ve İtalya’da hızlı bir şekilde yayılırken Koronavirüs (Covid-19) salgınının turizm sektöründeki etkilerini değerlendirmek amacıyla katılımcılara on adet soru yöneltilmiştir.

Katılımcılardan öncelikle Koronavirüs (Covid-19) salgınının dünyada etkili bir şekilde yayılmasının Türkiye’yi ve Türk turizmini de etkileyip etkilemeyeceği konusunda değerlendirmeleri istenmiş, verilen cevaplara göre katılımcıların %56’sı kesinlikle etkilemeyeceği yönünde görüş bildirirken %44’ü etkileyeceğini belirtmiştir. Etkileyeceği yönünde görüş bildiren katılımcılardan K-2 “*düşündüm, olayın ciddiyetini Şubat sonunda İngiltere’de katıldığım toplantılarda anladım*”, K-9 “*Almanya fuarı iptal edildiğinde çok endişelendim ve çok uzun sürmedi Türkiye’ye gelmesi*”, K-10 “*düşündüm, Çin nüfusu 1,6 milyar, bir şekilde iletişim nedeniyle bulaşma olacaktı, ama bu seviyede beklemiyordum*”, K-13 “*düşündüm otelin bir parçası Asyalı guruplarla çalışıyordu*”, K-14 “*evet düşündüm, uluslararası bir şirketiz, şirket içi bilgilendirme olduğu için erken anladık olayın vahametini*” ve K-30 “*ne yalan söyleyeyim İtalya’ya geldiğinde düşünmeye başladım*” şeklinde görüş bildirmiştir. Bu durum Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türk turizmini de etkileyeceği yönündeki düşüncenin yurtdışı kaynaklı-ilişkili gelişmelerden dolayı olduğunu göstermektedir. Bazı katılımcılar salgının etkisinin bu denli olmayacağını öngörürken yine de bir endişe içinde olduklarını yansıtmışlardır. Örneğin K-1 “*ilk virüs haberini 2019 Aralık ayı gibi duymuştum. Ancak Asya’da görülen önceki salgınlar gibi olacağını düşündüm. Bu denli etki olabileceğini düşünmedim*” ifadesi bunun bir göstergesidir.

Araştırmada ilk soruya “evet” diyenlere “*2020 yılı için satış ve rezervasyon işlemlerine devam etme (işlemleri devam etti mi) gerekçeniz neydi?*” şeklinde bir soru daha sorulmuştur. Bu sorunun amacı aslında hem bir önceki soruyu yineleyerek cevapların doğruluğunu hem de satış ve rezervasyon işlemlerine devam etme gerekçelerini ortaya koymaktır. Genel olarak rezervasyon ve satışların bir önceki yıla göre %20-75 düzeyinde bir artış olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. K-2 “*çok iyidi. +% 75*”, K-6 “*2019’a göre +% 40*”, K-10 “*devam etti, 2019’a göre +% 20 artış vardı. Virüsle birlikte düşüşe geçti*”, K-15 “*2019’a göre az artış vardı. Güzel bir yıl olacaktı*”, K-17 “*satış yoğundu. +% 25*”, K-19 “*2019’a göre +% 30*”, K-26 “*+%60’ı yakalamıştık, bu virüs geçici bir durum göstergesi gibiydi*”, K-27 “*+%55’i görünce insanlar umursamaz belki diye düşündüm*” ve K-30 “*2019’a göre ilk 4 ay +65, rüya gibiydi! Ve sonunda gördük ki*

riyaymış”. Katılımcıların hem Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türk turizmini de olumsuz etkileyeceği hem de buna rağmen rezervasyon ve satışlara devam etmesi yönündeki düşüncenin temelinde “bir umut” olduğu anlaşılmaktadır.

“Bakanlık, turizm meslek örgütleri, birlikler, yerel yönetimler nezdinde alınması gereken tedbirler konusunda bir çalışmanız oldu mu?” sorusuna katılımcıların %84’ünün “hayır, olmadı” görüşüne karşı sadece 5 katılımcının bu yönde bir girişimi olduğu ve bunlardan 3’ü görüşme ve süreç hakkında bilgi alma; K-3 “TUROFED ile görüşтік. Veriler aldık. Xa¹ zincirinden de bilgi aldık”, K-6 “Bakanlıkla oldu”, K-14 “konuyu meslek birliğinde tartışmaya başladık. Şubat ayı toplantısında” ve 2’si ise konuyu da belirterek hijyen konusunda destek talepleri (K-9 ve K-21 “hijyen konusunda yardım istedik”) olduğunu belirtmişlerdir. Turizm işletmelerinin kurumlarla iletişimine karşıt yaklaşımla kurumların turizm işletmeleriyle iletişiminin sorgulandığı bir başka soruda sadece 6 katılımcı; K-1 “İlk vakadan öncesine kadar herhangi bir çalışma olmadı”, K-3 “hayır ama örgütler kanalıyla tavsiyeler alındı”, K-4 “bilim kurulunun önerileri. Hijyen konuları paylaşıldı”, K-17 “meslek örgütünden bilgi geldi”, K-21 “bilgilendirme yaptılar. Eğitim verildi”, K-29 “komisyon toplantısı için talep oldu” şeklinde görüş bildirmiştir. Turizm ile ilgili kurumlardan herhangi bir görüş istenmediğine dair görüş bildiren katılımcıların oranı %81’dir.

Uluslararası turizm örgütleri, tur operatörleri, seyahat acentaları ve zincir işletmeler gibi global ölçekteki işletmelerin turizm sektörü üzerindeki stratejik rolü önemlidir. Bu çerçevede katılımcılara “Koronavirüs (Covid-19) salgını başladığında uluslararası tur operatörlerinin operasyonlara yönelik bir stratejisi oldu mu? Evet ise, nasıl?” şeklinde yönetilen soruya %47’si olumlu cevap vermiştir. Bu operasyonların bir kısmı, örneğin; K-3 “Asya’dan iptaller geldi. Önce Avrupa iptal oldu”, K-13 “oldu. Parça parça ertelediler. Önerilerini göremediler”, K-16 “tedirginlik vardı. Erteleme düşünüldü. Haftalık belirlenir”, K-18 “seyahat yapmak istemezseniz ücretsiz iptal, ya da erteleme, ya da 2021 sunuldu. İade”, K-19 “bu sorunun geçeceğini. Haziran da başlarız”, K-27 “evet oldu, duruma göre pozisyon alınacağını söylediler” ifadelerinden de anlaşılacağı gibi rezervasyon ve satış iptal ve erteleme konularını içermektedir. Diğer yandan katılımcılardan K-1 “Şubat sonuna kadar sorun tam olarak anlaşılamadı. Asya’da operasyonları olan operatörler daha önce harekete geçtiler”, K-2 “Şubat sonunda sezon olmayacağını söyledi. Xb Tours² ise devam etti”, K-5 “ilk çıktığında Türkiye’de ne olabileceği yönünde görüş bildirdi”, K-6 “değerlendirme yaptık. İç turizmin nasıl etkilenebileceğini tartıştık. Otellerin ne zaman açılacağı tartışıldı”, K-10 “görüşüldü. Salgın yayılabilir. Kendi tedbirlerini anlattılar. Yakın tarihteki ödemelerle ilgili” ve K-21 “aksiyon planları istendi. Tabak servisine geçilmesi sosyal mesafe” ifade ettiği gibi çeşitli konularda görüşmeler yapıldığına dair bulgulara ulaşılmıştır. Tur operatörlerinin özellikle ödeme konusunu dile getirdiğini açıklayan 3 katılımcının görüşleri ise şu şekilde olmuştur; K-12 “paralarını geri istediler”, K-14 “Xc³, Xd⁴, Xf⁵ Mart ayında ödeme yapmayacaklarını söylediler. İptaller oldu” ve K-17 “oldu. Gidişatla ilgili. İptal rezervasyon olursa erken

¹ Türkiye’de de faaliyet gösteren uluslararası ölçek en büyük otel zincirlerinden birisidir. Etik olarak işletmenin isminin kullanılmayacağına dair katılımcılara bilgi verildiği için Xa olarak kodlanmıştır.

² Almanya merkezli uluslararası büyük bir tur operatörüdür. Etik olarak işletmenin isminin kullanılmayacağına dair katılımcılara bilgi verildiği için Xb olarak kodlanmıştır.

³ Türkiye merkezli uluslararası ölçekte bir havayoludur. Etik olarak işletmenin isminin kullanılmayacağına dair katılımcılara bilgi verildiği için Xc olarak kodlanmıştır.

⁴ Türkiye merkezli en büyük tur operatörü/seyahat acentalarından birisidir. Etik olarak işletmenin isminin kullanılmayacağına dair katılımcılara bilgi verildiği için Xd olarak kodlanmıştır.

⁵ Türkiye merkezli en büyük tur operatörü/seyahat acentalarından birisidir. Etik olarak işletmenin isminin kullanılmayacağına dair katılımcılara bilgi verildiği için Xf olarak kodlanmıştır.

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncül-
lerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education
Research*, 6(1), 80-107.

ödemelerin geri alınması konuları. Ön ödeme konuları". Tur operatörleri de diğer turizm işlet-
meleri gibi salgının yarattığı ekonomik krizden en az zararla kurtulmak için erken rezervasyon
ödemesi ve diğer ödemelerini geri istediği önemli değerlendirmelerden birisidir.

"Gerçekten salgının tüm dünyayı etkisi altına alacağına yönelik bir endişeniz oldu mu?" so-
rusuna katılımcıların yaklaşık yarısı "evet" diğer yarısı "hayır" şeklinde bir yaklaşım sergilerken
K-4 "oldu. İtalya'daki durumla birlikte endişemiz başladı" ve K-16 "önce olmadı. Avrupa'da
başlayınca tüm dünyaya yayılacağına inandım" katılımcıların Koronavirüs (Covid-19) salgını-
nın yarattığı endişenin Avrupa'da görülmesiyle oluştuğunu ifade etmesi ilginç bulgulardan bi-
risidir. Buna karşıt görüş olarak K-10'unun "ilk etapta hayır. Bu denli ilerlemeyi düşünmedim.
Asya'da kalacağını düşündüm" şeklindeki düşüncesi salgının Asya'ya özgü bir hastalık algısı
oluşturmuştur.

Katılımcıların yaklaşık %72'si "Bu krize yönelik gerçekçi bir planlamanız oldu mu? Evet ise,
nasıl bir planlamanız olduğunu açıklar mısınız (Örneğin, yeni yatırım, renovasyon, Bütçe vb)?"
sorusuna "hayır" diyerek salgına karşı bir planlama yapmadıkları ortaya koymuşlardır. Buna kar-
şın 9 katılımcının farklı düşünceleri ve planlamalarının olduğu bulgusu da önemlidir. Örneğin, K-
1 "Şu an itibarıyla ayaklarımız tam olarak yere bastı. Ancak şubat sonuna kadar bir plan yapma-
dık. İzledik" derken sürecin takip edilerek gelişmelere göre durum belirlediklerini, K-3 ise "bazı
yatırımları askıya aldık"larını ifade etmiştir. K-14 "Konsept değişikliği olacaktı. Durdu" açıkla-
ması ile önemli bir değişimin iptal edilmek zorunda kaldığını ortaya koymuştur. K-15 "yenileme
ve tadilatı acilen durdurduk" şeklinde görüş belirtirken K-21 "sosyal mesafe uygulamaları. Mil-
liyet ayrımı yaptık katlarda" ifadesi ile farklı bir uygulama yaparak milliyete göre izolasyon ted-
biri almışlardır. K-24 havacılık sektörünün temsilcisi olarak "tüm uçuşları durdurduk" şeklinde
açıklaması ile yapılan planlamalarını belirtmektedir. K-15 dışında katılımcılar faaliyetlerini ge-
çici olarak durdurmuş olduğunu beyan ederek Koronavirüs (Covid-19) salgınının etkisinde kal-
diklarını ortaya koymuştur.

Koronavirüs (Covid-19) sürecinden önce turizm işletmelerinin birçoğu yeni döneme hazırlık
yaparak insan kaynakları temini, seçimi, eğitimi vb çalışmalarına devam ederken salgının bo-
yutlarının artmasıyla bu faaliyetlerini askıya alan işletmeler de olmuştur. K-1 "Hakedenler kısa
çalışma ödeneğine başvuruldu. İlk ödemeler yapıldı. 24.04.2020 Sigorta günleri dolmayanlar üc-
retsiz izne gönderildi. Yeni yasayla onlara da ödeme yapılacak. 39 TL/gün Askıda olanlar içinde
bir çalışma yapılacağını duyuyoruz. 11 kişi ödeme hakemeyenleri çalıştırıyoruz. Teknik ve HK
elemanları devam ediyor" şeklinde açıklaması oldukça manidardır. Bu konuda diğer turizm işlet-
melerinin de farklı yaklaşımları olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların temsil ettiği, havacılık sektörü dışında, turizm işletmelerinin tamamına Koro-
navirüs (Covid-19) salgınına rağmen devamlı gelen müşterilerden talep olduğu yönünde bulgu-
lara ulaşılmıştır. Gerek yurt içi gerekse yurt dışından müşterilerin bu talepleri turizm işletme-
lerine olan bir sadakatin göstergesi olarak değerlendirilebilir.

4.2. Türkiye'de Koronavirüs (Covid-19) salgınında ilk vakanın görülmesiyle yaşanan süreçte turizme ilişkin değerlendirmeler

Araştırmada verilerin analizi ve bulguların ortaya konulması için yapılan ikinci gruplandırma
Türkiye'de Koronavirüs (Covid-19) salgınında ilk vakanın görülmesiyle yaşanan sürece ilişkin

değerlendirmelerden oluşmaktadır. İkinci gruptaki bulgular ilk vakanın görülmesiyle birlikte son mülakatın yapıldığı tarihe kadar süreçteki değerlendirmeleri içermektedir.

Bu çerçevede katılımcıların aldıkları tedbirler, görüşmeler, destek ve idari kurumların yaptırımları gibi hususları değerlendirmesi istenmiştir. “İşletme olarak ne tür tedbirleriniz oldu? Örneğin tur operatörleri, seyahat acentaları, bakanlık ve diğer kurumlar ile görüşmeler oldu mu?” sorusunu en kapsamlı açıklayan cevap katılımcı K-1’den alınmıştır. K-1 “On gündür artık açılış tarihleri, alınacak tedbirler, işletme politikaları vs konuları görüşüyoruz ve tartışıyoruz. Bakanlık ve meslek örgütleri kendi aralarında üyeleriyle tartışıyor. Görüşler oluşuyor. Bakanlık meslek örgütlerinden görüş topluyor. Evet. Önce satışlar durdu/durduruldu. Krizin doğudan batıya yayılması nedeniyle karar vermede gecikme oldu. Bu denli etki Avrupa’da beklenmemişti. Şu an Türkiye de olduğu gibi başlama tarihleri tartışılıyor. Farklı tarihler söyleniyor. Yapılanlar: Nisan Mayıs Haziran satışları fiyat farksız Eylül ekime yönlendiriliyor. Kabul etmeyenlere 2021 yılı tarihine rezervasyonları kaydırılıyor. Kabul etmeyenlere iade yapabilirler. İptal olmaması için bonus veriliyor. Operatörler otellere yaptıkları ön ödemeleri geri istiyor. Örnek: Xg¹ tur verdiği avans çekleri geri aldı. Xh² ön ödemesinin bir kısmını geri istiyor. Ülkemize gelmiş turistler operatör uçakları aracılığı ile ülkelerine döndüler” açıklamasıyla turizm sektöründe hala belirsizliğin olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Diğer yandan bu süreçte de özellikle tur operatörlerinin yapmış olduğu ön ödemeleri geri istemesi ve ödeme iadelerinin yapılması bunun birer göstergesidir (örneğin, K-3, K-4, K-6, K-17, K-23, K-25, K-28).

K-2, K-19, K-26 ve K-32’nin “Kredi destekleri yetersiz. Kredi yok. Bankalar desteklemiyor” ifadeleri ile turizm sektöründe ekonomik sıkıntıların oluştuğuna, hatta bazı tur operatörlerinin bunu fırsata çevirerek K-4’ün “Operatörler fiyat indirimi istedi. Ön ödemelerini geri istediler” şeklinde belirttiği gibi farklı senaryoların oluşması söz konusudur. Turizm işletmelerinin müşterilerini kaybetmemek için yapmış olduğu münferit çalışmalar olduğu görülmektedir. Örneğin K-6 “Misafirlere iptal etmemeleri için aynı bedelle tatil hakkı verildi”, K-8 “Kendi operatörümüz Operasyonu olabildiğince geç durdurma kararı aldı. Misafirlere Bonus verildi. SPA indirimleri vs”, K-20, K-29, K-30, K-31 ve K-32 “aynı fiyatlarla rezervasyonlar ötelendi” bulguları turizm işletmelerinin kriz çözüm yaklaşımlarını göstermektedir. Diğer yandan bazı katılımcılar; K-8 “Lokal acente ve operatörlerle görüşüldü” gibi açıklamalar yaparken aslında başka arayış içinde olduklarını ortaya koymaktadır. Bu soruya genel olarak turizm işletmelerinin vermiş olduğu cevap görüşme ve çözüm arayışlarının daha çok münferit olduğu, meslek örgütleri ve işletmelerin birbiriyle görüşme şeklinde gerçekleştiğini göstermektedir.

Bu süreçte halen faaliyetine devam eden işletmelerin münferit olarak aldığı tedbirler de vardır. Örneğin K-15 “resmi bilgilendirme yok. Tedbirlerimizi aldık. Ateş ölçülüyor. Maske veriliyor. Eldiven veriliyor. Çalışanların özel kıyafetleri var. C/in den sonra odasına gidiyor. Lobiye gelmeleri yasak. Yemekler odada servis ediliyor. Tüm sunum malzemeleri temizleniyor. C/out tan sonra odalar full dezenfektan. Yiyecekler ambalajlı” açıklamasıyla yapılan uygulamaları aktarmaktadır. Diğer yandan K-21 “operatörlerle kapanış tarihini belirledik. Otelde nöbetçi personel

¹ Türkiye merkezli en büyük tur operatörü/seyahat acentalarından birisidir. Etik olarak işletmenin isminin kullanılmasına dair katılımcılara bilgi verildiği için Xg olarak kodlanmıştır.

² İngiltere merkezli en büyük tur operatörlerinden birisidir. Etik olarak işletmenin isminin kullanılmayacağına dair katılımcılara bilgi verildiği için Xh olarak kodlanmıştır.

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncül-
lerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education
Research*, 6(1), 80-107.

bırdık. Aralıkta çalışmalar yaptık. Web sitelerinde otelin kapandığı, dezenfekte edildiği sosyal medyada yayınlandı” açıklamasıyla yapılan çalışmalarını paylaşmaktadır.

Katılımcıların biri hariç (K-2) tamamı “*Koronavirüs (Covid-19) salgını nedeniyle genel olarak endişe*” duyduğunu, bunun için aklına ilk gelen ve endişe duyulan hususun sağlık, ailesi, geçim ve yaşam koşulları gibi kişisel değerler, ikinci planda turizm olduğunu belirtmiştir. Yaşanılan kişisel endişenin boyutları salgının yarattığı etkiyi gösterirken turizme ilişkin normalleşme süreci için “*Koronavirüs (Covid-19) salgınının ülkemizde ne kadar süreceği*”ne ilişkin görüşlerde genel bir karamsarlık ya da temkinli yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Katılımcıların %19’u (K-1, K-4, K-5, K-10, K-20, K-21) Haziran ayında, %13’ü (K-7, K-16, K-18, K-19) Temmuz-Ağustos aylarında, %9’u (K-6, K-8, K-15) Eylül-Ekim aylarında ve %59’u (diğer tüm katılımcılar) ise ancak 2021 yılında normalleşme sağlanacağını ortaya koymuştur.

Araştırmada salgının devam ettiği süreçte Kültür ve Turizm Bakanlığı ile diğer resmi kurumların (valilik, kaymakamlık, belediye vb) turizm işletmelerinin faaliyetlerine ilişkin düzenlemeleri belirlemek amacıyla “*Bakanlık ve diğer resmi turizm kurumların (örneğin TÜRSAB, TUROB vb) Koronavirüs (Covid-19) salgını nedeniyle operasyonların/faaliyetlerin durdurulması ile ilgili bir tavsiyesi, kararı ya da uygulaması oldu mu? Evet ise, ne zaman oldu? Örneğin ilk ölüme ya da ölüm artışında mı ya da daha erken mi?*” sorusu yönelmiştir. Katılımcıların tamamı bakanlığın bu süreci yayınlanan genelgelerle yürüttüğünü, mevsimlik tesislerin açılışını erteleme, uçuşların durdurulması, SPA ve restoran masa servisi hizmetlerinin durdurulması dışında bir karar ya da uygulamasının olmadığını belirtmişlerdir. Açık olan tesislerin ise belirlenen sağlık tedbirlerine uyularak hizmetlerini sunması konusunda uyarıldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Yalnızca K-20 K-27 ve K-29 katılımcılar belediye yetkilileri tarafından hijyen konusunda uyarı ve bilgilendirme yapıldığını ifade etmiştir.

Katılımcılardan (yiycek-içecek alanı hariç) “*Kendi istediği ile rezervasyonlarını iptal edenlere karşı işletmenin uygulaması*”na ilişkin bulgular (bir katılımcı hariç:K-19) iki grupta toplanmıştır. Birincisi rezervasyon iptallerine karşı işletmelerin %59’u ücretsiz iptal ve iade işlemlerini yapmışlardır. İkincisi işletmelerin %38’i aynı koşullarda ya da bonus, indirim, sonra ödeme uygulaması yaparak ileri bir tarihe erteleme, normalleşme gerçekleşmezse de iptal ve iade etme kolaylığı sağlamıştır. Ulaşılan bulgular turizm işletmelerinin rezervasyon iptallerinde müşteri mağduriyeti oluşturmayacak şekilde kararlar aldığını göstermektedir.

Tüm katılımcıların “*Bakanlığın ülkedeki turizm tesis, işletme, ulaşım vb faaliyetleri ile ilgili aldığı tedbirler*” konusunda bilgi sahibi oldukları görülmüştür. Bu bilgiye yayınlanan genelgeler, meslek örgütlerinin bildirim ve basın organlarından ulaşıldığı anlaşılmaktadır. Aynı şekilde katılımcıların tamamı “*Hükümetin Koronavirüs (Covid-19) salgını nedeniyle turizm işletmelerine sağladığı somut desteklere*” ilişkin; vergi ödemeleri haziran sonrasına ertelenmesi, kısa çalışma ödeneği, ücretsiz izine çıkarılanlara ödemenin başlayacağı, su ücretlerinin alınmaması, kredi ödemeleri erteleme, işletmelere kredi, turist rehberlerine krediler sağlandığını belirtmektedir. Diğer yandan “*Koronavirüs (Covid-19) salgını başladığında hükümetin aldığı tedbirleri*”n anlamlı, ancak yetersiz olduğunu ifade eden katılımcılar bu tedbir ve desteklerin turizm sektöründe tüm işletmelere sağlanmasını beklemektedir.

Hükümetin Koronavirüs (Covid-19) salgını nedeniyle uygulamaya koyduğu kısa çalışma ödeneğine başvuran turizm işletmeleri olmuştur. Bu ödeneği almaya hak kazanan çalışanlar için başvurulduğunu belirten katılımcıların oranı %72’dir. Diğer katılımcılardan; K-5 “*mevcutla*

devam edildi”, K-7 “*değişme olmadı. Normal açılış hazırlığı devam. Mevcut personel sayısı korundu*”, K-8 “*aynen çalışmaya devam edildi*”, K-11 “*ücretsiz izin*”, K-12 “*kısmi çalışma, ücretsiz izin. İşbaşı yapacaklar iptal oldu*” K-16 “*çalışmaya devam ediyorlar*”, K-20 “*mevcutla devam ettik*”, K-23 “*işletme olarak ödemelerimizi yapıyoruz*”, K-31 “*yeni alımları durdurduk mevcutlara ücretleri ödeniyor*” açıklamaları kısa çalışma ödeneğinden yararlanmadıklarını, bir kısmı normal faaliyetine devam ettiğini, bir kısmı yeni sezon için alımları durdurduğunu, bir kısmı ise mevcut kadroya ücret ödemesine devam ettiğini ortaya koymuştur.

4.3. Türkiye’de Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrasında dair turizme ilişkin değerlendirmeler

Verilerin analizinde yapılan üçüncü gruplandırmayı Türkiye’de Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrası turizm sektörüne ilişkin değerlendirmelerden elde edilen bulgular oluşturmaktadır. Bu grupta yapılan değerlendirmeler ilk grupta yapılan değerlendirmelerle de ilişkilendirilerek çözümlenecektir.

Önceki soruların birinde katılımcıların çoğunluğu turizmde normalleşmenin yaklaşık bir yıl süreceğini belirtmişlerdi. Buradan hareketle aynı katılımcıların “Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrasında, en azından bu yılı kurtarmak için, yeterli talep olacağını düşünüyor musunuz?” sorusuna ilişkin değerlendirmeleri incelendiğinde, biri hariç, katılımcıların tamamı 2020 yılı sonuna kadar öncelikle iç pazarın oluşacağını ve bu oranın ise %20-60 arasında gerçekleşeceğini belirtmeleri, dış pazara çok umut bağlanmaması gerektiğini göstermektedir. Dış pazar tahminleri ve beklentilerinin 2021 yılı için oldukça yüksek olduğu gözlenen katılımcıların 2020 yılının başabaş tamamlanmasını bile yeterli görmeleri, salgının hala büyük bir tehdit oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu soruya verilen cevaplar bir başka soruyla yinelenecek kontrol edilmiştir. “Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrasında öncelikle iç turizm mi yoksa dış turizm mi hareketlenir? Neden?” sorusuna katılımcıların tamamı öncelikle iç turizmin hareketleneceğini belirtirken gerekçe olarak K-6 “*iç turizm. Dışardaki vaka sayısı çok. İnsanlar kendi ülkelerinde daha güvende hissediler*”, K-8 “*iç turizm. Salgın olduğu için dış turizm henüz hazır değil. Ürkek*”, K-17 “*iç turizm. Yurt dışı uçuş izinleri nedeniyle bekler*”, K-20 “*iç turizm. Kendi insanımız olaylara daha hakim. Dış turizm de ise tereddütlü olur. Devletler arası tavsiyelere/ilişkilere bağlı. Seyahat olacaktır*” ve K-22 “*iç turizm. İç dinamikler daha güçlü. Dışardakiler büyük travma yaşadı*” şeklinde açıklamalar yaparken diğer katılımcıların tamamı dış turizm için öncelikle uçuşların başlaması, seyahat kısıtlamasının kalkması ve yurt dışı çıkış izinlerinin verilmesini öne sürmektedir.

Araştırmada en dikkat çekici bulgulardan birisi de “Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrasında Türkiye’deki turizm ve otelcilik yönetimi, uygulamaları, yatırımları vb anlayışında nasıl bir değişiklik olur?” sorusuna verilen cevaplardan ortaya çıkmıştır. Katılımcıların tamamı salgın sonrası dönemde turizm ürün ve hizmet sunumlarında önemli değişikliklerin olacağını öne sürmektedir. Katılımcıların (K-1, K-2, K-5, K-6, K-11, K-12, K-15, K-16, K-17, K-18, K-19, K-22, K-24, K-25, K-29) yaklaşık %50’si salgın sonrası öne çıkacak konunun hijyen olduğunu ve hem tesislerin hem de konukların hijyeni daha fazla önemseyeceğini belirtmişlerdir. Bir başka değişiklik ise pansiyon türü ve restoran hizmet sunumunda olacaktır. Katılımcılar (K-2, K-4, K-7, K-16, K-17, K-30, K-31, K-32) otellerin uyguladığı Herşey dahil sistemin zorlaşacağını hem hijyen kuralları hem de sosyal mesafe nedeniyle alakart servisin tercih edileceğini öne sürmektedir. Gerek otel gerekse seyahat ve ulaştırma hizmetlerinde sosyal mesafenin sağlanması konusunun öne çıkacağını belirten katılımcılar (K-2, K-4, K-8, K-9, K-19, K-24) insanların bir süre bu psikoloji ile sosyalleşmeye de çekince ile yaklaşacağını ortaya koymaktadır. Salgın sonrası önemi daha fazla

artacak konulardan birisi de turizm işletmelerinde teknolojinin etkin bir şekilde kullanılacağıdır. Katılımcılar (K-3, K-23, K-26, K-28) başta otelcilik olmak üzere turizm sektöründe teknoloji temelli hizmetlerin öne çıkacağını savunmaktadır. Özellikle büyük ölçekli işletmeleri temsil eden katılımcılar (K-4, K-8, K-15, K-19, K-21) salgın sonrası otel yatırımlarının yavaşlayacağını ortaya koyarken, seyahat acentaları açısından toplu transferler yerine özel transferlerin ağırlık kazana-
cağı (K-6) konusu da önemli bulgulardan birisidir. Bu değerlendirmelerden hareketle “*Korona-
virüs (Covid-19) salgını sonrasında, sizce küçük oteller mi yoksa büyük oteller mi tercih edilir?*” sorusuyla ortaya çıkan bulgu; tüm katılımcıların ortak görüşü salgın sonrası öncelikle küçük ve orta ölçekli otellerin tercih edileceği yönündedir. Önceki son iki sorudaki bulguları doğrulamak için oluşturulan “*Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrasında nasıl bir turizm ürünü, türü ön plana çıkacaktır?*” sorusuyla ortaya çıkacak olan turizm türü ve tesislerinin butik veya küçük oteller, kişiye özgü hizmetler, doğa temelli aktiviteleri içeren turizm programları, münferit seyahatler olduğudur.

“Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrası turistlerin konaklama, seyahat, restoran işletmelerinden beklentileri neler olacaktır?” sorusu katılımcıların hijyen, sosyal mesafe, daha özel hizmetler gibi belirli konularda hemfikir olduğu, bununla birlikte farklı görüşleri de içerdiği bir değerlendirmedir. Örneğin K-7 “Şezlong aralıkları, tek kullanımlık malzemeler”, K-30 “personel hijyeni” konusunu önemserken, K-23, K-27, K-29 kodlu katılımcılar turistlerin farklı milliyetten kişilerle aynı tesiste, turda, transferde olmak istemeyeceğini düşünmektedir. Diğer yandan son günlerde çok konuşulan sosyal mesafe konusunun işletmeler açısından nasıl değerlendirildiği önem arz etmektedir. Zira sosyal mesafe ile toplam kullanım alanındaki kişi sayısı azaltılmaktadır. Bu kapsamda “*Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrasında turizm işletmeleri sosyal mesafe için yeni bir düzenleme yapması gerekir mi? Bunun için kapasite kullanım oranlarını yeniden düzenlemek işletme yönetimi ve faaliyetlerini nasıl etkiler?*” şeklinde oluşturulan soruya tüm katılımcıların yaklaşımı özetle; “*sosyal mesafe için kapasite kullanım oranının düşürülmesi gerekir, bu maliyetlerin yükselmesine neden olur, yükselen maliyetler fiyatlara yansır ve artışa neden olur, artan fiyat gelir düzeyi yeterli olan turistlere hitap eder*” olmuştur.

“*Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrası turizmde hızlı bir toparlanma için neler yapılmalı? Nasıl strateji izlemeli? Hangi kurumlar, birlikler, işletme grupları ne tür sorumlulukları üstlenmeli?*” sorusuna tüm katılımcıların ortak yaklaşımı “*turizm, sağlık, tarım bakanlıkları, yerel yönetimler, meslek örgütleri uyum içinde olmalı, her türlü sorumluluğu üstlenmeli*” şeklinden olmuştur. İzlenecek strateji ve yapılması gerekenler konusunda katılımcılardan K-2, K-5, K-22, K-23 “*Rakip ülkeler İspanya-İtalya'nın dezavantajını kullanarak Türkiye'de sağlık sisteminin daha iyi olduğu vurgusu yapılabilir*” olarak öngördüğü yaklaşımın önemli oranda karşılık bulması mümkündür. Bunun için etkin bir tanıtım yapılmalı ve güçlü bir motto oluşturulmalıdır. Katılımcıların (K-1, K-4, K-10, K-16, K-19) “*tanıtım modeli geliştirilmeli*” önerisi ilgili kurumlarca üzerinde çalışılması gereken konulardan birisidir. Hatta bunu etkin kılmak için bazı katılımcıların (K-1, K-9, K-16, K-26) “*operatörlere ve uçak firmalarına destek verilmeli*” yaklaşımı dikkat çekicidir. Bu konuda ortaya çıkan bir başka öneri ise K-3, K-4, K-7, K-8, K-24, K-25 katılımcıların sun-
duğu “*sertifikasyon gerekli*” düşüncesidir.

Tüm katılımcıların “*Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrasında turizmde normalleşme için ne kadar bir süre gerekir?*” sorusuna cevabı 1 yıldan fazla olduğu yönünde ortaya çıkmıştır. Bunu desteklemek adına öngörülen “*Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrasında bir ders çıkarmak gerekir; bu ders nedir?*” sorusuna özetle “*sakin yaşam, gerektiği kadar üretim ve hizmet, yeteri*

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) on tourism in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

kadar tesis ve hizmet, aşırı ve lüks tüketimden kaçınma, çevreye saygı, güçlü sağlık sistemi, işletmelerin yedek akçesi, eğitim ve bilim” cevaplarının verilmesindeki ortak payda “önce sağlık” olmuştur.

5. Tartışma ve sonuç

5.1. Türkiye’de Koronavirüs (Covid-19) salgını öncesi turizmle ilişkin sonuçlar

Turizm sektöründe geçmişte yaşanan farklı krizler yöneticilere önemli bir deneyim kazandırmıştır. Ancak yakın geçmişte hiçbir kriz bu denli dünyayı etkisi altına alarak tüm ekonomik ve sosyal yaşamı uzun süre olumsuz etkilememiştir. Her yaşanan kriz bölgesel ya da ulusal düzeyde olumsuz etki yaratırken diğer bölge ya da ülkelerde bunu fırsata çevirerek önemli kazanımlar elde etmiştir. Araştırma sonuçları katılımcıların çoğunluğunun düşüncesinin turizmdeki deneyimlerine rağmen, Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye’yi etkilemeyeceği yönünde olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ancak bulgulardan elde edilen ilginç bir durum ise; “etkileyeceği” yönünde görüş bildirenlerin 2019 yılına göre artan rezervasyon ve satış talebine karşılık salgına rağmen devam etmeleri olmuştur. Aslında krizler bir fırsat yaratabilir (Demir, 2017) düşüncesiyle hareket eden turizm işletmeleri bir süre sonra Mayıs 2020 sonuna kadar rezervasyon ve satışlarını iptal etmek durumunda kalmıştır.

Kurumlar ile işletmelerin ilişkileri ve iletişimi ulusal ya da sektörel düzeyde yaşanan krizlerin çözümünde etkin bir rol oynamaktadır (Demir, 2011; Fearn-Banks, 2016; Sigala, 2011; Pforr & Hosie, 2008). Koronavirüs (Covid-19) salgını öncesinde turizm işletmelerinin turizm meslek örgütleri ve resmi kurumlarla karşılıklı ilişkilerinin kurulamadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu salgın öncesi tedbirlerin alınması, uygulanması ve etkisinin azaltılmasında karşılıklı ilişki ve iletişimin yetersizliği bu sürecin etkin yönetimini zorlaştıracaktır. Tüm dünyayı etkisi altına alan ve ekonomik, sosyal ve psikolojik sonuçlar yaratan Koronavirüs (Covid-19) salgını ile mücadelede tüm kurum, işletme ve bireylerin etkin bir işbirliği ve iletişimi kaçınılmazdır. İşletmelerin Koronavirüs (Covid-19) salgını nedeniyle tamamen ya da kısmen faaliyetlerini durdurması istihdam, üretim, satış ve hizmetlerinin durmasına ve doğal olarak gelir kaybına neden olacak (Baldwin & Tomiura, 2020) ve farklı sorunları ortaya çıkaracaktır (McKibbin & Fernando, 2020). Buradan hareketle etkin bir iletişim ve ilişki yönetimiyle salgından kurtularak işletmelerin ticari faaliyetlerini sürdürebilmesi ekonomik ve toplumsal açıdan birçok sorunun çözülmesi anlamına gelecektir.

Turizmin en önemli aktörlerinin başında uluslararası turizm örgütleri, tur operatörleri, seyahat acentaları ve zincir işletmeler gelmektedir. Özellikle turizmde operasyonların belirleyicisi uluslararası tur operatörleridir (Demir, 2017). Tur operatörleri uluslararası boyutta gelişen tüm olumsuz durumlara karşı turizm işletmelerine ve ülke turizm kurumlarına stratejik değerlendirmelerde bulunarak önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Araştırma bulgularında iki durum ortaya çıkmıştır; birincisi belirli tur operatörlerinin mevcut rezervasyonları erteleyerek turizm işletmeleri ile ilişkilerini uzun süreli kurguladığını, ikincisi bazı tur operatörlerinin rezervasyon iptalleri yaparak “ön ödeme”, “erken rezervasyon ödemesi” vb ödemeleri geri istemesi onların da salgın nedeniyle ekonomik sıkıntı yaşayabileceğinin göstermektedir. Ancak bunu fırsat bilerek turizm işletmelerinden fiyat indirimleri elde etmek amacıyla ödemeleri geri isteyen tur operatörleri de bulunmaktadır.

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncül- lerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

Koronavirüs (Covid-19) salgınının Çin'de başlayıp ilk önce Asya'da yayılması, Tür- kiye'deki turizmcilerde bir Uzakdoğu olayı olarak algılanmasına neden olmuştur. Araştırma bulgularının ortaya koyduğu salgının Avrupa'da görülmesiyle birlikte oluşan endişeler aslında bu olayın çok fazla önemsenmediğini göstermektedir. Zira Koronavirüs (Covid-19) salgını Av- rupa'dan önce (İtalya hariç) komşu ülke İran'da yayılmış ve çok sayıda can kaybı olmuştur. Oysa ilk sınır kapılarının kapatıldığı ve uçuşların durdurulduğu ülkelerin başında İran gelmek- tedir. Bu durum turizmcilerin öncelikli hedef pazarlarının çoğunlukla Avrupa ülkeleri olduğunu ve dolayısıyla hedef pazardaki gelişmelerin komşu ülkelerden daha fazla önemsendiğini gös- termektedir. İnsanlarda salgının tüm dünyayı etkisi altına alacağı yönündeki görüşlerine karşın bölgesel olarak değerlendirilmesi de hedef pazardaki durumun öncelikli olduğunu göstermek- tedir. Buradan hareketle işletmeler açısından ekonomik sorunların sosyal sorunlardan daha önemli olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Turizm işletmelerinin kriz yönetimi konusunda yeterince deneyime sahip olmamaları gerçekçi ve uygulanabilir bir planlama yapamadıklarını ortaya çıkarmaktadır. Turizmin farklı alanlarında faaliyet gösteren işletmelerin yapısal ve sektörel özelliklerine göre yönetim planı oluşturması kar- şılaşılan olumsuz durumları kolay atlatmalarına olanak sağlayacaktır (Jia, Shi, Jia & Li, 2012; Ritchie, 2004). Herhangi bir yönetim planına sahip olmayan ya da bunu sağlayacak yetkinliklere sahip yöneticinin eksikliği Koronavirüs (Covid-19) salgınında olduğu gibi farklı kriz dönemle- rinde işletmenin sıkıntı yaşamamasına neden olabilmektedir. Çalışmada turizm işletmelerinin büyük çoğunluğunun bu dönemde herhangi bir planlama yapmamış olması, olayları salgının seyrine ve sektörün eğilimine bıraktığının bir göstergesidir.

Koronavirüs (Covid-19) salgınının henüz Türkiye'ye ulaşmadan önce turizm işletmelerinin endişe ve korkuları nedeniyle geç de olsa bazı tedbirleri alması dikkat çekici olmuştur. Bu sü- reçte faaliyetine devam eden turizm işletmelerinin dışında, yeni sezon hazırlığı yapan işletme- lerin büyük bir kısmının mevcut çalışanları için hükümetin sağladığı "kısa çalışma öde- neği"nden yararlanması için başvuru yaptığı görülmüştür. Bu ödeneye hak kazanamayan çalı- şanların mağdur olmaması için bazı işletmeler onları işletmede tutarak, bazıları da kısmi çalı- şma yöntemi uygulayarak ücret ödemeye devam etmişlerdir. Bu süreçte turizm işletmelerinin insan kaynakları ile ilgili bir başka politikası ise, yeni işgören almaması yönünde olmuştur. Turizm işletmeleri bunlara ek olarak mevcut çalışan sayısını azaltmak, ücretli-ücretsiz izne çı- karmak gibi insan kaynakları uygulamaları ile krizi atlatmaya çalışmaktadır.

5.2. Türkiye'de Koronavirüs (Covid-19) salgını sürecinde turizme ilişkin sonuçlar

Her sektörde ya da ulusal düzeyde yaşanan krizlerde hükümetlerin çeşitli ekonomik destek ya da teşvik uygulamaları söz konusu olabilmektedir (Henderson, 2007; Jóhannesson & Huijbens, 2010). Ancak bu uygulamaların tüm işletmelerin taleplerini karşılaması mümkün olmayabilir ya da şartların uygun olmaması nedeniyle yararlanılması kolay olmayabilir. Koronavirüs (Covid- 19) salgını nedeniyle hükümet işletmelere kredi kolaylığı sağlanacağı yönünde bir çalışma baş- latmış ancak kamu bankalarının az sayıda özel banka dışında diğer özel bankaların olumlu yak- laşmalarının olmadığı, kredi verecek bankalarının ise şartlarının cazip olmadığı görülmekte ve bankaların yeni uygulamalarında faiz ve ana para ödemelerinin ertelenmesi, ödemesiz dönemli kredi yapılandırması, 3 aylık maaş ödemelerine katkı gibi destekler yer almaktadır (Karanfil, 2020). Bu destekler işletmelerin ihtiyacını ne ölçüde karşılayacağı tartışma konusu olmuştur. Di- ğer yandan tur operatörleri ve seyahat acentalarının yapmış olduğu "erken ödeme", "ön ödeme",

“avans” vb ödemeleri geri istemesiyle kredi ihtiyacı oluşan turizm işletmelerinin ekonomik sıkıntıları önemli bir sorun oluşturmaktadır. Bununla birlikte bazı tur operatörleri ve seyahat acentalarının her kriz döneminde olduğu gibi fiyat indirim talepleri turizmi olumsuz etkileyecek bir başka yaklaşımdır. Turizmde faaliyetlerin düşük kapasite ile yürütüleceğine yönelik düzenlemeler söz konusu olursa tatil fiyatlarının daha yükselmesi söz konusu olabilecektir.

Koronavirüs (Covid-19) salgınında Türkiye’de ilk vakanın görülmesiyle birlikte insanların öncelikle kendisi ve ailesinin sağlığı için endişelenmesi olayın ciddiyetini kavradığını göstermektedir. Doğal olarak insanlar önce sağlıklarını, sonrasında ekonomik durumlarını düşüneceklerdir. Sağlık ve ekonomik endişenin turizm sektöründe normalleşme sürecinde karamsar ya da temkinli düşünce oluşturduğu bir gerçektir. Araştırma bulguları ile literatür verileri, önce sağlık endişesini ortaya koyarken normalleşme sürecinin gerekliliğini göstermektedir. Çünkü turizm sektörünün işletmelerin ekonomik, bireylerin psikolojik ve sosyolojik açıdan normalleşmesine katkı sağlaması nedeniyle (Bakar & Rosbi, 2020; Higgins-Desbiolles, 2020) salgının etkisinden kurtulması gerekmektedir. Bu durum bir taraftan turizm işletmelerin ekonomik ve ticari faaliyetlerini sürdürmesi diğer taraftan insanların psikolojik ve sosyolojik gereksinimlerinin karşılanması için oldukça önemlidir.

Genelde olduğu gibi salgın, ekonomik kriz, doğal felaketler vb durumlarda da turizm sektörü ve işletmelerle iletişim ve koordinasyonun sağlanması, gerekli düzenlemelerin yapılması Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın görevleri arasındadır. Koronavirüs (Covid-19) salgını sürecinde Bakanlık çeşitli tedbirler, teşvikler ve düzenlemeler yaparak turizm sektörüne destek olma çabası içindedir. Öncelikle tüm uçuşların durdurulması ve seyahat kısıtlamaları, restoran, kafe, eğlence yerleri, SPA vb yerlerin kapatılması salgının önlenmesine ilişkin uygulamalardır. Ancak Koronavirüs (Covid-19) salgını sürecinde turizm işletmelerinin daha etkin bir şekilde rol alması, Bakanlık ve diğer kurumlarla koordineli çalışması sorunların çözümünü kolaylaştıracaktır.

Özellikle uçuşların durdurulması ve seyahat kısıtlamaları sonucunda turizm işletmelerinin kapalı olması ya da faaliyete başlayamaması nedeniyle hem münferit hem de grup rezervasyonları iptal edilmiştir. Turizm işletmeleri genel olarak rezervasyon iptallerinde iki yol izlemiştir. Birincisi rezervasyon iptal işleminde herhangi bir ücret kesintisi yapılmadan tamamının iade edilmesi, ikincisi öncelikle müşterileri kaybetmemek için aynı koşullarda ya da bonus, indirim, sonra ödeme gibi uygulamalarla ileri bir tarihe ertelenmesi, koşullar uygun hale gelmezse iptal işleminin yapılmasıdır. Salgın nedeniyle hükümet tarafından alınan idari karar ve yasal uygulamalar tüm işletmeleri bağlamaktadır. Dolayısıyla rezervasyon iptalleri gibi konularda garantili satış yapılmış dahi olsa mücbir sebep nedeniyle yapılan sözleşme (Koronavirüs (Covid-19) hükmü yer almamışsa) hükmünü kaybeder. Çünkü mücbir sebep kapsamında değerlendirilen Koronavirüs (Covid-19) salgının tarafların kontrolü dışında gerçekleşmesi, olayın ve sonuçlarının öngörülemez olması, önlenmesinin tarafların kontrolü dışında olması ve tüm tedbirlere rağmen tarafların üzerine düşen yükümlülükleri yerine getiremez olması nedeniyle rezervasyon iptallerinde ücretin iadesi gerekir.

Koronavirüs (Covid-19) Mart 2020’den itibaren tüm dünyada hızla yayılmaya başlamasının ardından diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de faaliyetler büyük ölçüde durdu. Önce ülkeler arası havayolu uçuşları ve sınır geçişleri, ardından da ülke içi ulaşım ve seyahat hizmetleri durduruldu. Bunu takiben AVM, restoran, oteller (şehir otelleri hariç) vb turizm işletmeleri

faaliyetlerini durdurmak zorunda kaldı. Hükümetin aldığı bu tedbirler sağladığı destekler turizm işletmeleri tarafından farklı değerlendirilmektedir. Bazı konularda geç kalınması turizm işletmelerinin planlaması ve hazırlıklarını olumsuz etkilemiştir. Salgın devam ederken hala rezervasyon ve satış işlemlerine devam eden turizm işletmeleri kararların zamansız ve tedbirlerin yetersiz olmasından dolayı çıkan sorunları çözecek düzenleme beklentisi içindedir.

5.3. Türkiye'de Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrası turizme ilişkin sonuçlar

Türkiye'de ekonomik ve sosyal yaşamdaki normalleşme sürecinin turizme etkisi aynı düzeyde olacak gibi görülmektedir. Çünkü aynı endişe ve tedirginliğin turizm sektöründe olduğu bir gerçektir. Bir yandan ülkeler turizm tesislerini açmayı planlarken, diğer yandan salgın tedbirlerini korumaya çalışmaktadır. Özellikle hedef pazarın ülke dışına seyahat kısıtlamaları, psikolojik açıdan hazır olma durumu, ekonomik harcama gücünün yeterli olması gibi hususlar da uluslararası turizm hareketlerinin belirleyicisi olacaktır. Bu süreçte her ülke öncelikle iç turizme ağırlık vererek hem işletmelerin ekonomik kayıplarının hem de insanların sosyal ve psikolojik gereksinimlerinin karşılanmasına olanak sağlayacaktır. Ülkelerin iç turizme odaklanmasının bir başka gereksinimi ülkeler arası uçuşların başlaması, sınırların açılması, seyahat kısıtlamalarının kalkması ve yurtdışı seyahat izinlerin verilmesine bağlıdır. Diğer yandan salgının bireylerde yarattığı psikolojik etkinin kısa sürede atlatılması kolay olmayacaktır. İnsanlar kendilerini ülkelerinde daha güvende hissedecek, ekonomik olarak yurt dışı ek sağlık maliyetleri caydırıcı olacaktır. Her ülkenin vatandaşları için yurtdışı salgın tedirginliği ve korkusu tatil gereksinimlerinin öncelikle kendi ülkesi içinde karşılanmasına neden olacaktır.

Koronavirüs (Covid-19) salgınının yarattığı olumsuzluklar ve can kayıpları, turizm ürünü ve hizmet sunumlarının artık eskisi gibi (Covid-19 salgını öncesi) olmayacağını göstermiştir (Gössling, Scott & Hall, 2020). Bu acı deneyim insanların turist olarak daha temkinli, seçici ve sağlık koşullarına dikkat edici davranışlar içinde olmasını gerektirmektedir. Daha kalabalık turizm tesisleri, ulaştırma araçları, restoran ve eğlence yerleri, tur programları ve transferler yerine kişiye özel hizmetlerin sunulduğu, butik tesisler, bireysel ya da küçük grup tatil ve seyahat hizmetlerinin tercih edilmesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Diğer yandan yoğun dönem ve yerlerden kaçınma, daha doğal, bakir ve hijyenik yerlerin turistler tarafından araştırılması gündeme gelecektir. Turistlerin bir yandan sosyolojik açıdan etkileşimi söz konusu olurken diğer yandan psikolojik kaygısı bir süre daha devam edecektir. Bu nedenle turistler arasında sosyal mesafe ve kısmi izolasyon kurallarının etkisi onların davranışlarının da belirleyicisi olacaktır.

Koronavirüs (Covid-19) salgınıyla birlikte tartışılan sosyal mesafe konusu son günlerde yeniden faaliyete başlamaya hazırlanan turizm işletmeleri açısından da önem taşımaktadır. Turizm işletmelerinde sosyal mesafe uygulaması kapasite kullanımının belirli ölçüde düşürülmesiyle mümkün olabilecektir. Örneğin odaların, restoranın, havuz ve plajın belirli sayıda kullanıcıya hizmet verecek şekilde düzenlenmesi ve sayının düşürülmesi anlamına gelir. Kapasitenin düşürülmesinin maliyetlere yansımaları kaçınılmaz olacaktır. İşletmenin ekonomik hedeflerine ulaşabilmesi için artan maliyetleri fiyatlara yansıtması gerekir. Sonuçta artan fiyat belirli oranda talebi de etkileyecektir. Ancak kapasite kullanım oranları tüm turizm tesislerine uygulanacağı için yüksek fiyata rağmen talepte aynı oranda ters etki yaratmayacaktır. Buna karşın artan fiyatlar daha üst gelir grubuna mensup turistlerin turizm işletmelerini talep etmesine olanak sağlayabilir. Bu durumda daha nitelikli turiste ve daha kaliteli hizmet sunumu söz konusu olabilir.

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) on tourism in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrası turizmde hızlı bir toparlanma için izlenmesi gerekli en önemli stratejilerden birisi Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Tarım Bakanlığı, yerel yönetimler, meslek örgütlerinin uyum içinde çalışmasıdır. Çalışmaların özellikle Koronavirüs (Covid-19) salgını nedeniyle turizmde rakip ülkeler İspanya-İtalya'nın dezavantajını kullanılıp Türkiye'de sağlık sisteminin daha iyi olduğu vurgusu "genel olarak güvenliği yüksek tatil imajı" ile etkin bir tanıtım yapılmalı ve güçlü bir motto oluşturulmalıdır. Bu şekilde İspanya ve İtalya'nın üst gelir grubundaki müşterilerinin Türkiye'ye çekilmesi mümkün olabilir.

Koronavirüs (Covid-19) salgınının olumsuz etkisi yalnızca turizme değil, diğer sektörler de olmuştur. Ancak turizme olan etkisi aynı zamanda diğer sektörleri dolaylı olarak etkilemiştir. ILO (2020)'nin yapmış olduğu değerlendirmeye göre; seyahat kısıtlamaları, havayolu uçuş iptalleri, turizm işletmelerinin kapatılması gibi alınan tedbirlerin yarattığı etki ulusal ve uluslararası turizm hizmetleri arz ve talebini büyük ölçüde düşürmüştür. Turizmin, tarım, ulaşım, el sanatları, eğlence, yiyecek-içecek hizmetleri gibi sektörlerde önemli çarpan etkisine sahip olması nedeniyle sonuçları yaygın olabilmektedir. Covid-19 salgınının turizmde yarattığı olumsuz ekonomik etkiler kadar sosyolojik ve psikolojik etkiler hem bireysel hem de toplumsal düzeyde yıpratıcı sonuçlar oluşturmuştur. Koronavirüs (Covid-19) salgını sonrası turizm işletmelerinin tekrar faaliyete başlaması ekonomik, sosyolojik ve psikolojik faktörler açısından oldukça önemlidir. Bunun için öncelikle birey ve toplumun sağlıklı bir ortama ve salgının etkisinin geçmesine ihtiyacı vardır. Turizm işletmelerinin ekonomik olarak zor günler geçirdiği bu süreçte insanların da aynı şekilde ekonomik açıdan etkilendiğini göz ardı etmemesi ve buna göre hizmet planlamasını yapması oldukça önemlidir.

Turizm sektörü içinde sermaye büyüklüğü, fiziki donanımı, sabit maliyetler, istihdam, satış cirosu yüksekliği nedeniyle Koronavirüs (Covid-19) salgınından en fazla etkilenenler tur operatörü, havayolu ve otel işletmeleri olmuştur (Ruiz Estrada, Park & Lee, 2020; Sułkowski, 2020). Ancak bu durum yat ve kurvaziyer işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri gibi diğer turizm işletmelerinin etkilenmediği anlamına gelmez. Bu nedenle tur operatörleri, havayolu ile otel işletmelerinin tedbirleri ve faaliyetleri tek taraflı uygulaması hiçbir anlam ifade etmeyecektir. Aynı şekilde diğer turizm işletmeleri açısından da bunların etkin bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Koronavirüs (Covid-19) salgını turizm işletmelerine diğer sektör işletmelerinden belki de daha acı bir deneyim yaşatmıştır (Craven, Liu, Mysore & Wilson, 2020; Boone vd. 2020). Bu işletmelerin birbiriyle yaşadığı büyük rekabet bazı tesis ve araçlar ile turizm merkezlerinde sağlık ve güvenlik tedbirlerinin ve uygulamalarının ikinci plana atılmasına neden olmuştur (Fernandes, 2020). Örneğin otellerde hemşire bulundurma zorunluluğunun esnetilmesi ve usulen bir sağlık memurunun bulundurulması gibi. İşte bu deneyim sonrası turizm işletmeleri faaliyetlerine devam edebilmek için sağlık ve güvenlik hizmetlerini üst düzeyde tutması, aşırı kalabalıktan kaçınmak için kapasite kullanımını düşürmesi, kişiye (aileye veya küçük gruplara) özel hizmet sunumu için yeni düzenlemeler yapması, teknolojik inovasyon olanaklarını etkin kullanarak sosyal teması minimize etmesi gerekmektedir. Ulaştırma işletmelerinin¹ koltuk sınırlamasının yanında sağlık açısından gerekli tedbirleri alması, gerektiğinde sağlık personeli bulundurması oldukça önemlidir. Konaklama tesislerinin herşey dahil sistem yerine oda+kahvaltı uygulaması yapması veya herşey dahil sisteminin sunumunun farklı şekilde uygulanması, restoran, bar, hamam vb yerlerin kullanımında mekan kapasitesini en az yarıya düşürmesi ve bu tür yerlerin kullanım zaman aralığını

¹ Bazı havayolu şirketleri uçaklarda "orta koltukların boş bırakılması" uygulamasına olumlu yaklaşmamaktadır.

genişletmesi, yoğunluğun azaltılması açısından önemlidir. Havuz, plaj, restoran vb yerlerin kul-
lanımında oturma ve dinlenme yerlerinin mesafeli şekilde düzenlenmesi de önleyici tedbirler ola-
rak değerlendirilebilecektir. Bununla birlikte otel, restoran vb yerlerde açık büfe yerine sipariş
usulü hizmet artık bir zorunluluk olmaktadır. Turizm işletmelerinde satış, rezervasyon, resepsi-
yon, ofis hizmetleri, danışma vb hizmetlerin sunumunda teknolojik araç ve uygulamaların tercih
edilmesi gerekecektir.

Sonuç olarak bulgular ve değerlendirmeleri özetlemek gerekirse;

- Uçaklar (ek sağlık tedbirleri ve yüksek maliyet nedeniyle kapsam dışı tutulabilir), otel-
ler, restoranlar, kurvaziyerler, otobüslerin sosyal mesafe nedeniyle daha düşük kapasitede hiz-
met vermesi,
- Bir süre turizm hizmetlerinden yararlananlara Koronavirüs (Covid-19) salgını ted-
birleri uygulanması,
- Ulaştırma araçları ve tesislere maskesiz giriş olmaması ve girişlerde insanların
ateşlerinin ölçülmesi,
- Toplu transfer yerine münferit ya da kişiye özel transfer hizmetlerinin verilmesi,
- Otelerde herşey dahil yerine daha çok oda+kahvaltı, yarım pansiyon uygulamasına
geçilmesi ve açık büfe restoran hizmeti yerine alakart ve masaya servis hizmeti yapılması,
animasyon, eğlence vb hizmetlerin sınırlandırılması,
- Büyük oteller (özellikle 2021 yılından itibaren) yerine daha küçük oteller tercih
edilmesi,
- Kalabalık tatil yerleri yerine daha sakin yerler tercih edilmesi,
- Otel ve restoranlarda tek kullanımlık araç, gereç ve malzemeler kullanılması,
- Ülke içi turizmde daha çok özel araç ile seyahate çıkılması,
- Büyük otellerin çok uluslu müşteri profilinden uzaklaşarak belirli hedef pazara yö-
nelik çalışması,
- Yat turizmi, kamp, karavan ve yayla turizmi, sağlık turizmi, açık alan turizmi daha
fazla önem kazanması,
- Turistler sosyal mesafe nedeniyle daha güvenli ülke, şehir ve tesisleri tercih edecek
olması,
- Turizmde kişiye özel hizmetlerin tercih edilmesi,
- Turizm tesisleri ve araçlarında hijyen kurallarının daha sıkı uygulanması,
- Turizm tesislerinde SPA (2020 yılı içinde açılması şimdilik öngörülme-
yen), ha-
mam, spor salonlarına çok fazla talep olmaması, tesislerin ise bu tür yerlerin kullanımında
zaman ve kişi sayısı sınırlaması getirmesi,
- Turizm tesislerinde havuzlar yerine deniz ve plajlar daha çok tercih edilmesi,
- Turizm tesisleri personelin ve müşterilerin ateşlerini sürekli kontrol etmesi,

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) on tourism in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

- Turizmde ulaştırma, konaklama ve yiyecek-içecek maliyetleri yükselmesi ve artan maliyetlerin de tatil fiyatlarının da yükselmesine neden olması,
- Otel otomasyon sistemleri, mutfak ve servis uygulama ve sunumlarında teknolojinin daha yoğun bir şekilde kullanılması,
- Turizm yatırımlarının bir süre yavaşlaması öngörülmektedir.

Bu araştırmada ulaşılan bulgu ve sonuçlar Koronavirüs (Covid-19) salgını vb olayların dışında farklı krizlere genellenmemelidir. Turizmin karşılaştığı her krizin özelliği, boyutu, etkisi farklı sonuçlar ortaya çıkarabileceği gibi yerel ya da küresel düzeyde gelişmesinin sonuçları da farklı olacaktır.

Kaynakça

- Bakar, N. A., & Rosbi, S. (2020). Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4).
- Baldwin, R., & Tomiura, E. (2020). Thinking ahead about the trade impact of COVID-19. *Economics in the Time of COVID-19*, 59.
- Barua, S. (2020). Understanding Coronanomics: The economic implications of the coronavirus (COVID-19) pandemic. *Manuscript*.
- Bişkin, C. (2020). Gün gün coronavirus salgınının turizme yansımaları. <https://www.turizmgunlugu.com/> (E.T: 18.04.2020).
- Boone, L., Haugh, D., Pain, N., & Salins, V. (2020). 2 Tackling the fallout from COVID-19. *Economics in the Time of COVID-19*, 37.
- Craven, M., Liu, L., Mysore, M., & Wilson, M. (2020). COVID-19: Implications for business. McKinsey & Company.
- Cucinotta D, Vanelli M. (2020). WHO Declares COVID-19 a Pandemic. *Acta Biomedica*, 91(1),157-60. <https://doi.org/10.23750/abm.v91i1.9397>
- Demir, M. (2017). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü: İlkeler ve yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, Ş. Ş. (2011). *Turizm işletmelerinde halkla ilişkiler ve iletişim*. Detay Yayıncılık.
- Diyanet İşleri Başkanlığı (2020). Diyanet İşleri Başkanı Erbaş, koronavirüsle ilgili tedbirleri açıkladı. <https://www.diyanet.gov.tr/en-US/News/Index/17> (E.T: 15.04.2020).
- Dyer, O. (2020). Trump claims public health warnings on covid-19 are a conspiracy against him. *bmj*, 368, m941.
- Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis communications: A casebook approach*. Routledge.
- Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. *Available at SSRN 3557504*.
- Ghebreyesus, T.A. (2020). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19. <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020> (E.T: 22.03.2020).
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncül-
lerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education
Research*, 6(1), 80-107.

- Guba, E. G. (1981). Criteria for Assessing the Trustworthiness of Naturalistic Inquiries, *Educational Communication and Technology: A Journal of Theory, Research, and Development*, 29 (2): 75- 91
- Gülal, S. (2020). Turizm Bakanı Ersoy'dan önemli coronavirus açıklaması. <https://www.turizmgunlugu.com/> (E.T: 19.04.2020).
- Hâkimler ve Savcılar Kurulu (2020). Corona Virüsü Hakkında Alınacak Tedbirler. <https://www.hsk.gov.tr/DuyuruArsivi.aspx> (E.T: 19.04.2020).
- Henderson, J. C. (2007). *Tourism crises: causes, consequences and management*. Routledge.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 1-14.
- Ho, C. S., Chee, C. Y., & Ho, R. C. (2020). Mental health strategies to combat the psychological impact of COVID-19 beyond paranoia and panic. *Ann Acad Med Singapore*, 49(1), 1-3.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I., & Hamid, A. B. A. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.
- ILO (2020). COVID-19 ve turizm sektörü. https://www.ilo.org/ankara/areas-of-work/covid-19/WCMS_742721/lang--tr/index.htm (E.T: 17.04.2020).
- Jia, Z., Shi, Y., Jia, Y., & Li, D. (2012). A framework of knowledge management systems for tourism crisis management. *Procedia Engineering*, 29, 138-143.
- Jóhannesson, G. T., & Huijbens, E. H. (2010). Tourism in times of crisis: exploring the discourse of tourism development in Iceland. *Current Issues in Tourism*, 13(5), 419-434.
- Karanfil, N. (2020). Son dakika... Corona virüs destekleri peş peşe geldi! Hangi banka hangi fırsatları sunuyor? <https://www.hurriyet.com.tr/> (E.T: 19.04.2020).
- Lovelace B. (2020). World Health Organization names the new coronavirus: COVID-19. <https://www.cnbc.com/>(E.T: 19.04.2020).
- Manderson, L., & Levine, S. (2020). COVID-19, Risk, Fear, and Fall-out. <https://doi.org/10.1080/01459740.2020.1746301>
- Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. California: SAGE Publications.
- Maxwell, J.A. (1992). Understanding and validity in qualitative research. *Harvard Educational Review*, 62, 979-1000.
- McKibbin, W. J., & Fernando, R. (2020). The global macroeconomic impacts of COVID-19: Seven scenarios. *CAMA Working Paper No. 19/2020*
- Pforr, C., & Hosie, P. J. (2008). Crisis management in tourism: Preparing for recovery. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 249-264.
- Resmi Gazete* (2020). *Ceza Ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Kanun İle Bazı Kanunlarda. Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. Kanun No. 7242 Kabul Tarihi: 14/4/2020.*
- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism management*, 25(6), 669-683.
- Ruiz Estrada, M. A., Park, D., & Lee, M. (2020). The Evaluation of the Final Impact of Wuhan COVID-19 on Trade, Tourism, Transport, and Electricity Consumption of China. *Tourism, Transport, and Electricity Consumption of China (March 9, 2020).*

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) on tourism in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

- Sigala, M. (2011). Social media and crisis management in tourism: Applications and implications for research. *Information Technology & Tourism*, 13(4), 269-283.
- Sułkowski, L. (2020). Covid-19 Pandemic; Recession, Virtual Revolution Leading to De-globalization?. *Journal of Intercultural Management*, 12(1), 1-11.
- Şener, S. vd. (2017). Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlilik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28, 1, 7-26
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (2020). Bakan Selçuk, Koronavirüs'e Karşı Eğitim Alanında Alınan Tedbirleri Açıkladı. <http://www.meb.gov.tr> (E.T: 19.04.2020).
- T.C. Millî Savunma Bakanlığı (2020). Bakan Akar, Koronavirüs'e Karşı Alınan Tedbirleri Açıkladı. <https://www.msb.gov.tr> (E.T: 19.04.2020).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020). Türkiye Günlük Koronavirüs Tablosu. <https://covid19.saglik.gov.tr/>
- Yükseköğretim Kurulu (2020). Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirme Notu: 1. <https://www.yok.gov.tr> (E.T: 19.04.2020).
- Zheng, Y., Goh, E., & Wen, J. (2020). The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists' mental health: a perspective article. *Anatolia*, 1-4.

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncül-
lerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education
Research*, 6(1), 80-107.

Extended abstract in English

The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) pan-
demic on tourism in Turkey

Introduction

The coronavirus was first seen in December 2019 in a market place where seafood and live animals were sold in Wuhan, China. "Coronavirus", commonly known as "2019-nCoV", was announced by the World Health Organization (WHO) on February 11, 2020 as Covid-19. On 11 March 2020, the World Health Organization (WHO) declared Covid-19 disease, which is a global threat, as a pandemic, which means global epidemic. The global pandemic has spread from China and Far East countries to other Asian, European, American and African countries and has spread rapidly.

Coronavirus' from China (Covid-19) spread around the world, has been a large outbreak threat for Turkey due to the increase in the number of cases and deaths in Iran. Iran and Turkey's political, commercial, and social relations are on a high level. Airline, road, and rail transport systems are effectively used due to both passenger traffic and cargo transportation between these two countries. This increases the risk of virus outbreaks and threats to Turkey. On the other hand, since March 2020 the number of holidays and business travels to Turkey from abroad has begun to increase. This was also the beginning of a period in which the Covid-19 pandemic focused all attention on Europe, especially Italy and Spain, along with Iran.

Regarding the coronavirus (Covid-19) pandemic, USA's and UK's indifferent statements and practices caused changes in their policies since April 2020. Because there was a USA and Britain who started taking the necessary measures late in Covid-19's target. Both countries have changed their policies to combat the epidemic as nearly half of the cases and deaths in the USA are in New York, and screams have risen and Britain's Prime Minister Gordon Brown's Covid-19 tests have been positive.

The anxiety, fear, and crisis caused by the epidemic bother individuals and sectors-businesses, making their psychological, sociological, and economic effects more and more felt. The reflection of the economic difficulties of the businesses on the sociological and psychological problems experienced by people made the effects of the Covid-19 epidemic felt more. The pandemic is beyond being a threat to any country, it has become an enemy that must be fought in total, due to a large number of cases and deaths

The precautions for Coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey

As a result of the coronavirus (Covid-19) pandemic spreading all over the world, there have been many cases and deaths in every country, and each country has started to combat the virus by implementing different measures. Coronavirus first case on 10 March 2020 and the first coronavirus-induced deaths were seen on March 17, 2020, in Turkey. This situation has revealed the need to take some measures against the spread of the epidemic in Turkey.

Covid-19 has affected the world due to its fast-transmitting and fatal effects and consequences. To fight the virus in Turkey not only in terms of health but also education, religious, legal, and

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) on tourism in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

military measures, mainly social, economic, and political radical decisions were taken. First of all, it is decided to complete the courses with the distance education method in the spring term in secondary schools and universities. Following this, the Presidency of Religious Affairs decided to close mosques and masjids for prayers performed with the congregation, especially Friday prayers. The Board of Judges and Prosecutors announced that all trials, hearings, negotiations, discoveries, and other proceedings were stopped until June 15, 2020, except for detainees, forensic emergency, and timeout cases.

On 31 March 2020, all sports events, concerts, meetings, movies, other activities have canceled, and inter-city travel and public transportation have been restricted in Turkey. In this period, the government-imposed curfews for people aged 65 and older and those aged 20 and younger. Especially in April, curfews were declared on 11-12 April 2020 including 30 metropolitan cities and Zonguldak due to the increase in epidemic cases and death. As a result of the epidemic's leap into prisons, Amnesty Law was enacted and approximately 90 thousand prisoners were released. Turkish The Ministry of National Defense announced that activities such as military ceremonies, conferences, short-term meetings, courses, fairs, and seminars were canceled.

Direct and indirect precautions for tourism

The first precautions related to tourism were restrictions and cancellations on airline flights. Wuhan-Istanbul flights were stopped on January 22, 2020, and all flights from China were stopped as of February 5, 2020, as a result of the increase of the spread of the pandemic. Turkey, as a precaution, first has closed its land borders between Iran, and then stopped its Iran-Turkey and Turkey-Iran flights. Subsequently, on February 29, 2020, Turkey-Italy, Turkey-South Korea, Turkey-Iraq, and March 14, 2020, air transportation from Germany, France, Spain, Norway, Denmark, Belgium, Austria, Sweden and the Netherlands to Turkey were stopped.

After a while, Turkey has tightened precautions to stop all international and domestic flights. In addition, 14-day quarantine was applied to those who came from abroad to Turkey with different vehicles and roads. Within the framework of precautions taken throughout the country, activities such as resort hotels, cafes, museums, archaeological sites, concert venues have been closed, domestic and international tours have been canceled due to travel restrictions, social distances, etc. and restaurants were allowed only for takeaway. Even in places where there is no travel prohibition, urban public transportation is carried out by reducing the vehicle capacity by half and fulfilling the necessary health precautions.

Direct and indirect supports for tourism

General precautions and supports businesses in the scope of the coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey also include the tourism sector. In addition, there are also specific precautions and supports-incentives to the tourism sector. These supports were announced to the public and the tourism sector with the circulars published, press releases, information on corporate websites, and the sharing of sectoral and professional organizations. To summarize them under certain headings;

- Various taxes and insurance premiums were delayed for 6 months.
- Accommodation Tax has been postponed to January 2021.

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). Coronavirus (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncül-
lerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education
Research*, 6(1), 80-107.

- On domestic flights, the VAT rate has been reduced from 18% to 1% until the end of June 2020.
- Enterprises in the tourism sector are provided with short-time working allowance (salary).
- “Continuation to Work Loan” was created for travel agencies.
- The Ministry of Culture and Tourism announced that an agreement was reached with the public banks for the tourism enterprises on the loan package.
- Credit support was provided to the Tourist Guides.

Method

Research is a qualitative study was conducted with participants from Turkey. "Purposeful sampling" was preferred for the sample. Purposeful sampling is to collect in-depth information from the person, event or situation that is suitable for the subject of the research in line with the purpose determined. Semi-structured interview technique was used in collecting the data. The interview was conducted online via telephone with the boss and/or managers of airline, travel, accommodation, food, and beverage, yacht and boat companies operating in different cities of Turkey. The interviews, which took place in April 2020, lasted approximately 60 minutes. Selective actions were taken in determining the participants. Participants who work in the tourism business in different cities of Turkey are qualified and experienced people in the field. Participants were first invited by sharing the scope, purpose, and questions of the research, and data were collected both in the form of question-answer and mutual discussion in interviews with those who accepted the invitation. In other words, a direct (open) and in-depth interview was held with the participants.

A descriptive analysis technique was used in analyzing the data. For this, firstly, a framework for data analysis from the conceptual structure of the research and interviews was formed and data were arranged in the second stage. In the third stage, data were defined, and in the last stage, findings were explained, related, and interpreted.

Data analysis

A framework for data analysis was created from the conceptual structure of the research and interviews with participants, and the data were organized under three main headings. These;

- Evaluation of tourism in pre-coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey
- Evaluation of tourism in during-coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey
- Evaluation of tourism in post-coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey

Sectoral characteristics of the participants

When the sectoral characteristics of the participants are examined, interviews were conducted with 6 from Bodrum, 5 from Antalya, 4 from Istanbul, 3 from Fethiye, 3 from Izmir, 3 from Marmaris, 2 from Kuşadası, 2 from Bursa, 2 from Alanya, 1 from Dalaman and 1 from Mersin. 15 of them are in the field of Hotel Management, 6 of them are Food and Beverage Management, 2 of them are Airline Management, 7 of them are Travel Agency / Tour Operator and 2 of them are Yacht and Boat Management. 6 of the participants are Operator / General Manager, 2 are General Coordinator, 19 are General Manager, 2 are Regional Manager and 2 are Contract

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). The evaluation of the antecedents, effects, and consequences of Coronavirus (Covid-19) on tourism in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

Manager. The experience of the participants in the tourism sector is quite high and the average working time is 32.84 years.

Findings and results

- Evaluation of tourism in pre-coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey

In the period of pre-coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey, economic and social life continued under normal conditions. As there is no restriction on the activities of any tourism company, the enterprises had completed their preparations for the 2020 tourism season.

- Evaluation of tourism in during-coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey

In the period of during-coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey some administrative decisions have been made by the government, health precautions have been determined, legal arrangements have been made and practices for society have been implemented. On the other hand, economic support and incentives have been provided for both businesses and employees.

- Evaluation of tourism in post-coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey

In the period of pre-coronavirus (Covid-19) pandemic in Turkey studies towards normalization in the tourism sector were carried out.

The coronavirus (Covid-19) pandemic has caused psychological, sociological and economic damage to the society. Economic difficulties have also been added to people having to live with fear of death. The fact that businesses are closed in the tourism sector has caused both commercial activities and services to stop and people to become unemployed. Therefore, there will be many changes in the tourism sector after the coronavirus (Covid-19) pandemic. To summarize these; It is predicted that,

- Planes, hotels, restaurants, cruise ships, and buses will serve at a lower capacity due to social distance.

- Coronavirus (Covid-19) pandemic precautions will be applied to those who use tourism services for a while.

- Transport vehicles and facilities will not be entered without a mask, people's temperature will be measured at the entrances.

- Individual or personal transfer services will be preferred instead of mass transfer.

- In the hotels, BB, à la carte and table service will be provided instead of all-inclusive and open buffet restaurant service.

- Hotels will continue to operate with half capacity for a while.

- Smaller hotels will be preferred instead of larger hotels.

- Slow city and places will be preferred instead of crowded holiday places.

- Disposable tools, materials, and materials will be used in hotels and restaurants.

- In domestic tourism, mostly private vehicles will be traveled.

- Large hotels will move away from the multinational customer profile

Demir, M., Günaydın, Y., Demir, Ş.Ş. (2020). Coronavirüs (Covid-19)'ün Türkiye'de turizm üzerindeki öncül-
lerinin, etkilerinin ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education
Research*, 6(1), 80-107.

- Yacht tourism, camping, caravan and plateau tourism, health tourism, outdoor tourism will gain more importance.
- Tourists will prefer safer countries, cities, and facilities due to social distance
- Personalized services will be preferred in tourism.
- Hygiene rules will have become more strictly in tourism facilities and vehicles.
- There will be no demand for SPA, Turkish baths and sports halls in tourism facilities
- Sea and beaches will be preferred more than pools in tourism facilities
- Tourism facilities will constantly check the temperatures of the staff and customers
- Transport, accommodation and food and beverage costs will increase in tourism. Increasing costs will cause holiday prices to increase.
- Technology will be used more intensively, and
- Tourism investments are expected to slow down for a while.

Bilim ve Sanat Merkezi (BİLSEM) öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeylerinin incelenmesi

Investigation of moral maturity levels of Science and Art Center (SAC) students

Ferdi Kılıç¹ ve Mücahit Sevinç²

Gönderilme tarihi/Received date: 10 / 04 / 2020

Kabul tarihi/Accepted date: 10 / 05 / 2020

Öz

Bu araştırmada Bilim ve Sanat Merkezlerindeki özel yetenekli ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeylerinin belirlenerek incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla 2020 yılında Bolu Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerine gerekli izinler alınarak "Ahlaki Olgunluk Ölçeği" uygulanmıştır. Araştırma betimsel tarama modelinden oluşmaktadır. Veriler, SPSS 15 paket programı kullanılarak çözümlenmiştir. Normal dağılım gösteren veri gruplarında t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), Tukey testi ve ortalamalar kullanılmıştır. Sonuçların anlamlı olup olmadığı .05 düzeyinde test edilmiştir. Öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeylerinin "çoğu zaman" düzeyinde olduğu görülmektedir. Öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeyleri ile cinsiyetleri, örgün eğitimdeki okul türleri ve babalarının eğitim düzeyleri arasında ise anlamlı bir fark var bulunmamaktadır. Öğrencilerin örgün eğitimdeki sınıf seviyeleri ve annelerinin eğitim düzeyleri ile ahlaki olgunluk düzeyleri arasında anlamlı bir fark var bulunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Bilim ve Sanat Merkezi, Özel Yetenekli Öğrenci, Ahlak, Ahlaki Olgunluk.

Abstract

In this study, it is aimed to determine the moral maturity levels of especially talented secondary school students in Science and Art Centers by determining them. For this purpose, "Moral Maturity Scale" was applied to middle school students in Bolu Science and Art Center in 2020 after obtaining the necessary permissions. Their search consists of descriptive scanning model. The data were analyzed using the SPSS 15 package program. In the normally distributed data groups, t-test, one-way variance analysis (ANOVA), Tukey test and averages were used. Whether the results are meaningful or not was tested at the .05 level. It is seen that the moral maturity levels of the students are "mostly." There is no significant difference between the moral maturity and gender of the students, the types of school in formal education and the education levels of their fathers. There is a significant difference between the class levels of the students in formal education and the education levels of their mothers and their moral maturity levels.

Keywords: Science and Art Center, Especially Talented Student, Morality, Moral Maturity.

1. Giriş

Özel yetenekli bireyin çeşitli tanımlamaları bulunmakla birlikte zekâ, yaratıcılık, sanat, liderlik düzeyi veya özel akademik alanlarda yaşlarına göre daha fazla düzeyde performans gösterdiği alan uzmanları tarafından belirlenen birey olarak tanımlanabilmektedir (Tebliğler Dergisi, 2019). Bununla birlikte özel yetenek; uluslararası zekâ testlerinde 130 ve daha yukarı zekâ seviyesine ulaşmış olup, akranlarından gelişigüzel seçilmiş bir topluluğun %98'inden daha üstün bireyler olarak ifade edilmektedir (Ergin ve Köse, 2008). Özel yetenekliler çevrelerine ve dâhil

¹Dr., Bilim ve Sanat Merkezi Müdürü Bolu, Türkiye, kilicferdi@gmail.com

²Bilim ve Sanat Merkezi Bolu, Türkiye, mucahitsevinc14@gmail.com

oldukları ortamlara kolaylıkla adapte olabilmektedirler. Merak ettikleri ve ilgi duydukları herhangi bir konuda ayrıntılı olarak çalışmalar yapabilmektedirler. Merak, akademik başarı, yaşıtla-rından daha büyüklerle iletişimi kolaylıkla kurabilme gibi özellikleri bulunmaktadır. İlk defa kar-şılaştıkları bir bilgiyi özümsemekte sabırsız davranabilmektedirler. Sorumluluk aldıklarında ve bunu istediklerinde tüm görevleri yerine getirebilmektedirler. İlgi duydukları alanlarda son derece birikimli bilgiler ortaya koyabilmektedirler. Özel yetenekli öğrenciler tanılanması ve eğitilmesi hem öğrenciler hem de toplumsal olarak kalitenin ve yaşam biçimlerinin şekillenmesinde büyük önem arz etmektedir. Dolayısıyla özel yetenekliler özel bir eğitim almalı ve bu eğitimi verecek kişilerinde özellikle değerler eğitimi ile ilgili özel bir süzgeçten geçirilmesini gerekli kılmaktadır (Hökelekli ve Gündüz, 2004). Özel yetenekli bireylerin eğitimleri için bir destek kurumu olarak görev yapan resmi kurumlar olarak Bilim ve Sanat Merkezleri (BİLSEM) bulunmaktadır. BİL-SEM'ler, belirli testlerden ve tanılama süreçlerinden geçen örgün eğitim çağındaki özel yetenekli öğrencilerin, okul sonrasında kalan zamanlarında devam ettikleri, bireysel farklılıklarıyla eğitim ve öğretim aldıkları resmi kurumlardır. BİLSEM'de verilen eğitim ile özel yetenekli öğrencilerin; ülkesinin millî, ahlaki, insani, manevi ve kültürel değerlerini benimseyen, koruyan ve geliştiren; hür ve bilimsel düşünme gücüne, geniş bir dünya görüşüne sahip; lider, yapıcı, yaratıcı ve ülke kalkınmasına katkıda bulunan bireyler olarak yetiştirilip geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla; özel yetenekli öğrencilerin bilimsel bir anlayışla estetik değerleri içselleştirebilen, üretken, sorun çözen, kendini gerçekleştirmiş bireyler olarak eğitilmeleri hedeflenmektedir. Ayrıca öğrencilerin yeteneklerini ve yaratıcılıklarını erken yaşta fark ederek en üst düzeyde kullanmalarını, yaratıcı düşünme, keşif, icat, başarı, inovasyon, liderlik, iletişim ve sanatsal beceriler kazanmalarını, özel yeteneklerini bilimsel çalışma disiplini, disiplinler arası düşünme, sorunları çözme, belirlenen ih-tiyaçları karşılamaya yönelik projeler ortaya koymalarında kullanabilmeleri hedeflenmektedir (Tebliğler Dergisi, 2019). Özel yetenekli bireyler; toplumların sahip oldukları önemli değerler arasında sayılabilir. Özel yetenekli bireylerin tanılanması, eğitilmesi, toplum içerisinde uyumla-rının sağlanması, toplum tarafından desteklenmeleri, ülkemizin kalkınmasına ve ilerlemesine de katkılar sunabilir. Ülkelerin büyümesi ve gelişmesinde özel yeteneklilerin eğitimi ve istihdamı ayrıca üzerinde durulması gereken bir husustur. Önemli bir insan kaynağı olarak görülen bu bi-reylerin erken yaşlardan itibaren tespit edilmesi ve eğitsel olarak desteklenmesini sağlayacak po-litikaların oluşturulması da özel yeteneklilerin eğitim sürecine katkılar sağlayabilir (Memişoğlu ve Kılıç, 2017). Özel yetenekli öğrencilerin eğitilmesi kadar aynı zamanda ahlaki olgunluk düze-yine sahip olmaları da ülkelerin gelişimine ve toplumların şekillenmesine önemli katkılar sağla-yabilecektir. Sağlam ve güçlü bir ahlak ve onun rehberliğinde dizayn edilmiş bir toplumun sağlam zeminlerde olacağı ve o toplumdaki bireylerin kendilerini daha rahat ifade edebilecekleri düşü-nülmektedir.

Becer (2017), toplumların gelişmişliğinde bir gösterge olarak kabul edilen profesyonelleşme-nin gelişmesinde temel yapının ahlak, ahlakın da kaynağının inançlar olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte ahlakın toplumların ayrılmaz bir parçası olduğu ve yalnızca toplumları oluşturan bireylerin kendi aralarındaki ilişkilerin düzenlenmesinde değil aynı zamanda bireylerin bir bütün olarak değer dünyalarının da biçimlendirilmesi yönünden önemli bir unsur olduğu belirtilmekte-dir (Cevizci, 2014). Ahlakın toplumsal alanlarda olduğu kadar birey yaşantısının kaliteye ulaş-masında da önemli etkenlerden olduğu bilinmektedir. Daha refah ve yaşanılabilir bir hayatın temel öğeleri arasında ahlak ve değerler ön planda bulunmaktadır. Gerek dini gerekse de toplumsal ku-ralların bir uyum içerisinde toplumu yönlendirmesindeki temel taşların ahlak çerçevesinde şekil-lendiği görülmektedir. Alikashişoğlu (2008), ahlaki olgunluğa sahip bir bireyin, güvenilir, sorumlu,

saygılı, adil, kendini kontrol edebilen, empati yeteneği gelişmiş iyi bir insan olmakla birlikte kanunlara ve nizamlara uyan iyi bir vatandaş olması gerektiğini vurgulamaktadır. Ahlaki olgunluk ile ilgili çalışmaları ön plana çıkan ve bilişsel gelişimsel ahlak gelişimi olarak tanınan çalışmalarıyla Kohlberg, çocukların ahlaki olgular karşısındaki karar yetilerini derecelendirmiş, çocukların karar basamağında gösterecekleri becerilerini olgun yargı, bu becerilere sahip olanları ise ahlaken “olgun” olarak ifade etmektedir (Tekin, 2017). Kohlberg (1995) çalışmalarıyla çocukların ne ölçüde ahlaki olgunluğa ulaştıklarını gözlemlemeye çalışmıştır. Ahlaki olgunlukla ilgili olarak Mathieson (2003) yapmış olduğu çalışmada, ahlak olgunluğun bileşenleri olarak ahlaki eylemlilik, bilişsel yetenek, duygusal kaynakları, sosyal beceri, ilkeler, başkalarına saygı ile amaç duygusu geliştirmeyi göstermektedir. Tekin (2017) yapmış olduğu çalışmada ahlaki erdemlerin bireylerde kökleştirilmesinden ahlaki becerilerin kazandırılması ile geçen sürecin ahlaki olgunluğu daha anlaşılır bir düzeyde ortaya çıkardığını ifade etmektedir. Şengün (2007) doktora çalışmasında geliştirmiş olduğu “Ahlaki Olgunluk Ölçeği”ne göre öğrencilerin ahlaki olgunluğunu etkileyen faktörler ve bunların ahlaki olgunluk düzeyleri ile ilişkisini tespit etmiştir. Duygu düşünce ve değerlerin davranış haline dönüşmesi ve bir alışkanlık haline getirilmesi ahlaki olgunluğu meydana getirdiği düşünülmektedir. Bu bağlamda özellikle toplumun yüzde 1-2’lik kısmını oluşturan özel yetenekli bireylerin ahlaki olgunluk düzeylerinin istenilen düzeyde olması ve bu olgunluk içerisinde hareket eden ve toplumun önemli kademelerinde kendilerine yer bulabilen özel yetenekli bireylerin ahlaki olgunluğa ulaşmalarının elbette ki daha sistematik ve daha modern bir anlayışı oluşturacağı düşünülmektedir. Vargün’ün (2019) yapmış olduğu “Çocuklarda Olumlu Sosyal Davranışın Yordayıcıları Olarak Ahlaki Muhakeme, Ahlaki Duygu ve Ebeveyn Davranışları” konulu çalışmada çocukların ahlaki muhakeme becerilerinin kısmi aracılık rolü olduğunu göstermektedir. Yeşilkayalı’nın (2014) yapmış olduğu “Ebeveynlerin çocuk haklarına yönelik tutumları ile ilköğretim öğrencilerinin ahlaki olgunluk ve hoşgörü eğilimleri arasındaki ilişki” konulu çalışmada ebeveyn çocuk hakları tutumlarının tüm boyutları ile çocukların ahlaki olgunluklarının iç huzur ve sevgi boyutlarında kesiştiği ve İlköğretim öğrencilerinin ahlaki olgunlukları ile ebeveynlerin çocuk hakları tutumları arasında öğrencilerin öğrenim gördüğü okulun sosyo-ekonomik düzeyine göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Özel yetenekli öğrencilerin her alanda olduğu gibi ahlaki gelişim düzeylerine göre de yaşlılarıyla farklılıklar gösterdikleri düşünülmektedir. Özel yetenekli çocuklar ahlaki standartların değişebileceğini düşünmekte olup farklı toplumsal bakış açılarına sahiptirler. Ahlaki yargıları derleyip kendi yargılarını oluşturma çabası içerisinde girebilmektedirler (Hoffmann, 2000). Tarihten günümüze filozof, düşünür ve bilim insanları, ahlâkî düşünce, tutum ve davranışların zeka ile olan ilişkisi üzerine yorum yapmaktadırlar. Genel kabul olarak ise insanların zihinsel ve zeka faaliyetlerinin ahlâk gelişiminde önemli rol oynadığı belirtilmektedir (Gündüz, 2010). Ahlak gelişiminde önemli rol oynayan faktörlerden biride anne ve baba tutumlarıdır. Çocuklar erken dönemlerden itibaren anne ve babalarını rol model alıp, özdeşim kanalıyla ahlak anlayışlarını şekillendirmektedirler (Bandura, 1986). Bu nedenle bu araştırmada öğrencilerin anne ve babalarının eğitim düzeylerinin incelenmesi sağlanmıştır.

Bu araştırma ile Bilim ve Sanat Merkezleri’ndeki ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından, anlamlı bir fark gösterip göstermediği ortaya konmuştur. Bu amaçla şu sorulara cevap aranmıştır:

- 1) Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeyi nasıldır?
- 2) Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin cinsiyet değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?

3) Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin okul türü değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?

4) Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?

5) Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin annelerinin eğitim durumu değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?

6) Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin babalarının eğitim durumu değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?

2.Yöntem

2.1. Araştırma modeli

Bu çalışmada Bilim ve Sanat Merkezlerindeki özel yetenekli ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeyleri belirlenmeye çalışılmış olup literatür taramalarında da bireylerdeki yüksek ahlaki olgunluğun davranışsal boyutta tam olarak karşılık bulduğu görülmektedir. Bu araştırma, Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeylerini incelemek üzere planlanmış betimsel bir çalışmadır. Tarama modeliyle yapılan bu çalışmada nicel araştırma tekniği kullanılmıştır. Tarama modelleri, geçmişteki ya da hâlihazırdaki bir durumu var olduğu biçimiyle betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımıdır (Karasar, 2012). Bu modele göre veriler, literatür taramasıyla birlikte ilgili kaynaklardan ve 2020 yılında Bolu Bilim ve Sanat Merkezi'nde eğitim öğretime devam etmekte olan 72 ortaokul öğrencisinden toplanmıştır.

2.2. Evren ve örneklem

Araştırmanın evrenini 2019-2020 eğitim öğretim yılında Bolu Bilim ve Sanat Merkezinde bulunan 72 ortaokul öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırma evren üzerinde yapıldığı için örneklem alma yoluna gidilmemiştir. Araştırma evrenine ait öğrencilere ilişkin bilgiler aşağıda verilmiştir.

Tablo 1. Ortaokul öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre dağılımları

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzde (%)
Kız	40	55,6
Erkek	32	44,4
Toplam	72	100

Tablo 2. Ortaokul öğrencilerinin okul türü değişkenine göre dağılımları

Okul türü	Frekans (f)	Yüzde (%)
Devlet Okulu	54	75
Özel Okul	18	25
Toplam	72	100

Tablo 3. Ortaokul öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre dağılımları

Sınıf düzeyi	Frekans (f)	Yüzde (%)
5.Sınıf	41	56,9
6.Sınıf	22	30,6
7.Sınıf	3	4,2
8.Sınıf	6	8,3
Toplam	72	100

Tablo 4. Ortaokul öğrencilerinin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre dağılımları

Sınıf düzeyi	Frekans (f)	Yüzde (%)
İlkokul	7	9,7
Ortaokul	1	1,4
Lise	12	16,7
Üniversite	52	72,2
Toplam	72	100

Tablo 5. Ortaokul öğrencilerinin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre dağılımları

Sınıf düzeyi	Frekans (f)	Yüzde (%)
İlkokul	2	2,8
Ortaokul	2	2,8
Lise	16	22,2
Üniversite	52	72,2
Toplam	72	100

2.3. Veri toplama araçları

Veri toplama araçlarının ilk bölümünde araştırmaya katılanlardan kişisel bilgi toplamak amacıyla kişisel bilgi formu bulunmaktadır. İlk bölümde öğrenciler için cinsiyet, okul türü, sınıf düzeyi, annelerinin eğitim durumu, babalarının eğitim durumu değişkenleri ile ilgili bilgi toplamaya yönelik beş madde bulunmaktadır. İkinci bölümde ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin 66 maddeden oluşan Şengün ve Kaya (2007) tarafından hazırlanan “Ahlaki Olgunluk Ölçeği” bulunmaktadır. Ölçekte maddelerin derecelendirilmesi, “evet, her zaman”, “çoğu zaman”, “ara sıra”, “çok nadir”, “hayır, hiçbir zaman” şeklinde düzenlenmiştir. “Evet, her zaman” seçeneğine 5 puan, “çoğu zaman” seçeneğine 4 puan, “ara sıra” seçeneğine 3 puan, “çok nadir” seçeneğine 2 puan, “hayır, hiçbir zaman” seçeneğine ise 1 puan verilerek ölçek puanlanmaktadır. Şengün ve Kaya (2007) tarafından yapılan ölçekte; ölçeğin geçerlik çalışmasında uzman görüşleri, yapı geçerliği ve ölçüt geçerliği kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik çalışmasında iç tutarlılık, test-yarı test ve test tekrar test yöntemleri kullanılmıştır. Ahlaki Olgunluk Ölçeğinin bütününe ilişkin iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alpha) 0,93 olarak, test tekrar test güvenilirlik katsayısı 0,84 olarak ve test-yarı test güvenilirlik katsayısı ise 0,89 olarak bulunmuştur. Bu araştırmada ise elde edilen Cronbach’s Alpha katsayısı $\alpha = .86$ olarak bulunmuştur. Şengün ve Kaya (2007) tarafından hazırlanan Ahlaki Olgunluk Ölçeği, ortaokul düzeyindeki bireylerin ahlaki olgunluk düzeyini belirlemede kullanılabilir yeterlikte psikometrik özelliklere sahip geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğundan gerekli izinler alınarak bu çalışmamızda kullanılmıştır.

2.4. Verilerin analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 15.0 for Windows (Statistical Packages for the Social Sciences) Paket İstatistik Programı kullanılarak yapılmıştır. Ölçeğin birinci bölümünde bulunan tüm katılımcılara ait kişisel bilgiler için verilerin çözümlenmesinde, yüzde ve frekans dağılımları alınmış ve tablo hâlinde gösterilmiştir. Ahlaki olgunluk düzeyi ölçeğinden elde edilen verilerin analizinde kullanılacak istatistiksel yöntemleri belirlemek amacıyla öncelikle ölçeğin normallik dağılımına bakılmıştır. Veriler homojen olarak dağıldığından ikili gruplar arasındaki fark için “t-testi” yapılmış olup, farkın kaynağını bulabilmek için ortalamalara bakılmıştır. Üç ve daha fazla gruplar arasındaki fark için ise “Tek Yönlü Varyans Analizi” yapılmış olup, farkın kaynağını bulabilmek amacıyla Tukey Testi kullanılarak analiz yapılmıştır.

3. Bulgular

3.1. Birinci alt probleme ilişkin bulgular

Birinci alt problem olan, “Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeyi nasıldır?” sorusuna verilen yanıtlara ilişkin frekans ve yüzdeler hesaplanmış, elde edilen bulgular Tablo 6’ da verilmiştir. Öğrencilerin ölçeğe verdikleri cevaplar incelendiğinde; öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun insanları “çoğu zaman” (%63,89) düzeyinde sevdiğini görmektedir. Kötü bir davranış yaptıklarında “evet her zaman” (%58,33) düzeyinde rahatsız olduklarını belirtmektedirler. Çevrelerine “çoğu zaman” (%63,89) düzeyinde güven verdikleri görmektedir. Yardıma muhtaç insanlara “çoğu zaman” (%45,83) ve “evet her zaman” (%36,11) düzeylerinde yardım edebileceklerini belirtmektedirler. Başkalarının mutlu olması için “evet her zaman” (%48,61) düzeyinde çaba gösterebileceklerini belirtmektedirler. Başkalarıyla “çok nadir” (%59,72) düzeyinde kavga ettiklerini belirtmektedirler. Başkalarının kendilerine yaptıkları iyilikleri “evet her zaman” (%77,78) düzeyinde önemsediklerini belirtmektedirler. Hatalı davrandıkları zaman “evet her zaman” (%65,28) düzeyinde özür dilediklerini belirtmektedirler. Başkalarının haklarına “evet her zaman” (%75,00) düzeyinde saygı gösterdiklerini belirtmektedirler. Eşyalarını “evet her zaman” (%36,11) ve “çoğu zaman” (%38,89) düzeylerinde başkalarıyla paylaştıklarını belirtmektedirler. Küçüklere “evet her zaman” (%50,00) düzeyinde sevgilerini gösterdiklerini belirtmektedirler. “çoğu zaman” (%47,22) düzeyinde sabırlı olduklarını belirtmektedirler. Kendilerini eleştirenlere karşı “çoğu zaman” (%36,11) ve “çok nadir” (%26,39) düzeylerinde hoşgörülü davrandıklarını belirtmektedirler. Çevrelerindekiyle “çok nadir” (%41,67) ve “hayır hiçbir zaman” (%56,94) düzeylerinde alay ettiklerini belirtmektedirler. Başkalarının saflığını kendi çıkarları için “hayır hiçbir zaman” (%77,78) düzeyinde kullandıklarını belirtmektedirler. Başkalarının mutluluğunu “çok nadir” (%23,61) ve “hayır hiçbir zaman” (%52,78) düzeylerinde kıskandıklarını belirtmektedirler.

Çıkarlarını korumak için doğru olmayan yolları “çok nadir” (%29,17) ve “hayır hiçbir zaman” (%55,56) düzeylerinde denediklerini belirtmektedirler. Kötü davranışlarını “evet her zaman” (%43,06) ve “çoğu zaman” (%38,89) düzeylerinde kontrol altında tutabildiklerini belirtmektedirler. Kendilerine karşı saygısızlık yapanlara “evet her zaman” (%23,61), “çoğu zaman” (%27,78), “ara sıra” (%22,22) ve “çok nadir” (%18,06) düzeylerinde aynı şekilde davranmayacaklarını belirtmektedirler. Duygularını “çoğu zaman” (%61,11) ve “evet her zaman” (%19,44) düzeylerinde kontrol altında tutabildiklerini belirtmektedirler. Başkalarının hislerine karşı “evet her zaman” (%47,22) ve “çoğu zaman” (%37,50) düzeylerinde duyarlı olduklarını belirtmektedirler.

Öğrenciler tanıdıkları birinin acı çektiğini duyduklarında “evet her zaman” (%65,28) düzeyinde üzüldüklerini belirtmektedirler. “Evet her zaman” (%70,83) düzeyinde çevrelerini temiz tuttuklarını belirtmektedirler. “Evet her zaman” (%73,61) düzeyinde başkalarına iftira atmadıklarını belirtmektedirler. “Evet her zaman” (%63,89) düzeyinde kötü işlere ortak olmadıklarını, başkalarının inançlarına “evet her zaman” (%79,17) düzeyinde saygılı olduklarını belirtmektedirler. Doğaya “evet her zaman” (%76,39) düzeyinde zarar vermediklerini belirtmektedirler. İnsanların gizli konuşmalarını merak etme düzeylerinin ise “çok nadir” (%33,33) ve “hayır hiçbir zaman” (%27,78) şeklinde olduğu görülmektedir. Söz verdiklerinde “evet her zaman” (48,61) ve “çoğu zaman” (%43,06) düzeylerinde sözlerini tuttuklarını belirtmektedirler. Borçlarını “evet her zaman” (%66,67) düzeyinde zamanında ödediklerini, insanları “evet her zaman” (%69,44) düzeyinde incitmekten çekindiklerini belirtmektedirler. Kendi çıkarlarını “hayır hiçbir zaman” (%34,72) “çok nadir” (%36,11) ve “ara sıra” (%20,83) düzeylerinde ön planda tuttuklarını belirtmektedirler.

Tablo 6. Ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk ölçeğine göre dağılımları

Sıra No	Maddeler	Seçenekler											
		Evet her zaman		Çoğu zaman		Ara sıra		Çok nadir		Hayır hiçbir zaman		Toplam	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	İnsanları severim.	21,00	29,17	46,00	63,89	3,00	4,17	2,00	2,78	0,00	0,00	72	100,0
2	Kötü davrandığımda vicdanım rahatsız olur.	42,00	58,33	22,00	30,56	8,00	11,11	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
3	Çevremdeki insanlar bana güvenirliler.	26,00	36,11	46,00	63,89	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
4	Bana yapılan kötülüğün intikamını alırım.	7,00	9,72	13,00	18,06	24,00	33,33	23,00	31,94	5,00	6,94	72	100,0
5	Yardıma muhtaç insanlara yardım ederim.	26,00	36,11	33,00	45,83	13,00	18,06	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
6	Başkalarının mutlu olması için çaba gösteririm.	35,00	48,61	27,00	37,50	9,00	12,50	1,00	1,39	0,00	0,00	72	100,0
7	Başkalarıyla sık sık kavga ederim.	0,00	0,00	1,00	1,39	8,00	11,11	43,00	59,72	20,00	27,78	72	100,0
8	Başkalarının bana yaptığı iyilikleri önemserim.	56,00	77,78	15,00	20,83	0,00	0,00	1,00	1,39	0,00	0,00	72	100,0
9	Hatalı davrandığım zaman özür dilerim.	47,00	65,28	24,00	33,33	1,00	1,39	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
10	Başkalarının haklarına saygı gösteririm.	54,00	75,00	18,00	25,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
11	Eşyalarını başkalarıyla paylaşırım.	26,00	36,11	28,00	38,89	10,00	13,89	5,00	6,94	3,00	4,17	72	100,0
12	Küçüklerle sevgimi göstermekten çekinmem.	36,00	50,00	24,00	33,33	3,00	4,17	6,00	8,33	3,00	4,17	72	100,0
13	Sabırlı bir kişiyim.	10,00	13,89	34,00	47,22	15,00	20,83	8,00	11,11	5,00	6,94	72	100,0
14	Beni eleştirilere karşı hoşgörülü davranırım.	14,00	19,44	26,00	36,11	19,00	26,39	10,00	13,89	3,00	4,17	72	100,0
15	Çevremdekilerle alay ederim.	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,39	30,00	41,67	41,00	56,94	72	100,0
16	Başkalarının saflığını, kendi çıkarlarım için kullanırım.	2,00	2,78	2,00	2,78	2,00	2,78	10,00	13,89	56,00	77,78	72	100,0
17	Başkalarının mutluluğunu kıskanırım.	2,00	2,78	4,00	5,56	11,00	15,28	17,00	23,61	38,00	52,78	72	100,0
18	Çıkarlarımı korumak için doğru olmayan yollara da denerim.	0,00	0,00	4,00	5,56	7,00	9,72	21,00	29,17	40,00	55,56	72	100,0
19	Kötü davranışlarımı kontrol altında tutarım.	31,00	43,06	28,00	38,89	6,00	8,33	7,00	9,72	0,00	0,00	72	100,0
20	Bana karşı saygısızlık yapanlara aynı şekilde davranmam.	17,00	23,61	20,00	27,78	16,00	22,22	13,00	18,06	6,00	8,33	72	100,0
21	Duyularımı kontrol altında tutabilirim.	14,00	19,44	44,00	61,11	5,00	6,94	7,00	9,72	2,00	2,78	72	100,0
22	Başkalarının hislerine karşı duyarlıyım.	34,00	47,22	27,00	37,50	3,00	4,17	7,00	9,72	1,00	1,39	72	100,0

Büyüklerle “evet her zaman” (%88,89) düzeyinde saygılı olduklarını belirtmektedirler. Doğrultan ve adaletten asla taviz vermediklerini ve adil bir kişi olduklarını “evet her zaman” (%68,06) ve “çoğu zaman” (%30,56) düzeylerinde belirtmektedirler. Kibir ve gururdan “evet her zaman” (%51,39) ve “çoğu zaman” (%27,78) düzeylerinde sakındıklarını belirtmektedirler. Cahil insanları aşağılama konusunda “hayır hiçbir zaman” (%70,83) düzeyinde olduklarını belirtmektedirler. “Evet her zaman” (%51,39) ve “çoğu zaman” (%38,89) düzeylerinde alçak gönüllü biri olduklarını belirtmektedirler. Başkalarıyla olan problemlerine “evet her zaman” (%50,00) ve “çoğu zaman” (%45,83) düzeylerinde uzlaşma ve barış çerçevesinde çözüm aradıklarını belirtmektedirler. Çevrelerindeki iyi insanları kendilerine “evet her zaman” (%52,78) ve “çoğu zaman” (%29,17) düzeylerinde örnek aldıklarını belirtmektedirler. “Evet her zaman” (%48,61) ve “çoğu zaman” (%45,83) düzeylerinde israftan kaçındıklarını belirtmektedirler. Sorumluluklarını “evet her zaman” (%62,5) ve “çoğu zaman” (%34,72) düzeylerinde yerine getirdiklerini belirtmektedirler. Ayrıca “evet her zaman” (%69,44) ve “çoğu zaman” (%25,00) düzeylerinde inandıkları değerleri yaşamaya çalıştıklarını belirtmektedirler.

Anne babalarına “hayır hiçbir zaman” (%47,22), “çok nadir” (%33,33) ve “ara sıra” (%16,67) düzeylerinde karşı geldiklerini belirtmektedirler. Kendilerini, başkalarının yerine koyarak onları anlamaya çalışmakla ilgili olarak “evet her zaman” (%51,39) ve “çoğu zaman” (%38,89) düzeylerinde görüşe vardıklarını belirtmektedirler. Büyüklerinin öğütlerini “evet her zaman” (%45,83), “çoğu zaman” (%50,00) düzeylerinde uygulamaya çalıştıklarını belirtmektedirler. “Evet her zaman” (%59,72) ve “çoğu zaman” (%31,94) düzeylerinde kalp kırmamaya dikkat ettiklerini belirtmektedirler. Kötülük yapanlara “evet her zaman” (%48,61) ve “çoğu zaman” (%41,67) düzeylerinde engel olmaya çalıştıklarını belirtmektedirler. Kuskünleri barıştırmaya çalışmak ile ilgili “evet her zaman” (%43,06) “çoğu zaman” (%22,22) düzeylerinde görüş bildirmektedirler. Zayıf ve güçsüzlere “evet her zaman” (%59,72) ve “çoğu zaman” (%29,17) düzeylerinde merhamet ettiklerini belirtmektedirler. Aşırı arzu ve isteklerine “evet her zaman” (%30,56), “çoğu zaman” (%33,33) ve “ara sıra” (%22,22) düzeylerinde engel olmaya çalıştıklarını belirtmektedirler. Davranışlarında “evet her zaman” (%56,94), “çoğu zaman” (%36,11) düzeylerinde tutarlı ve dengeli olmaya çalıştıklarını ifade etmektedirler. Çevrelerindekiyle “evet her zaman” (%62,5), “çoğu zaman” (%34,72) düzeylerinde anlayışlı ve hoşgörülü olduklarını belirtmektedirler. “Evet her zaman” (%45,83), “çoğu zaman” (%36,11) düzeylerinde kimseye hakaret etmediklerini belirtmektedirler. Başkalarının sırlarını “evet her zaman” (%44,44) ve “çoğu zaman” (%27,78) düzeylerinde öğrenmeye çalışmadıklarını belirtmektedirler.

Davranışları hakkında “evet her zaman” (%69,44), “çoğu zaman” (%20,83) düzeylerinde düşündüklerini ve yanlış davranışlarını düzeltmeye çalıştıklarını belirtmektedirler. İyice araştırmadan ve anlamadan “evet her zaman” (%47,22), “çoğu zaman” (%40,28) düzeylerinde karar vermeyeceklerini belirtmektedirler. “Evet her zaman” (%54,17), “çoğu zaman” (%30,56) düzeylerinde kesin ve doğru bilgilerle hareket ettiklerini belirtmektedirler. Çevrelerindekiyle “evet her zaman” (%47,22) ve “çoğu zaman” (%34,72) düzeylerinde ikramda bulduklarını belirtmektedirler. Komşularıyla “evet her zaman” (%61,11) ve “çoğu zaman” (%26,39) düzeylerinde iyi geçindiklerini belirtmektedirler. İnsanların zaaflarından “hayır hiçbir zaman” (%65,28) ve “çok nadir” (%25,00) düzeylerinde faydalandıklarını belirtmektedirler. Kendileri için istedikleri bir şeyi başkası için de isterim maddesi ile ilgili olarak “evet her zaman” (%27,78), “çoğu zaman” (%38,89) ve “ara sıra” (%20,83) düzeyinde görüş bildirmektedirler. Kabalık yapmam maddesi ile ilgili olarak “evet her zaman” (%54,17), “çoğu zaman” (%30,56) düzeyinde görüş bildirmektedirler. Çevrelerindekiyle kötü ad takma ile ilgili “hayır hiçbir zaman” (%76,39), “çok nadir” (%16,67) düzeyinde görüş bildirmektedirler. Kendilerini “hayır hiçbir zaman” (%41,67), “çok nadir” (%48,61) düzeylerinde şımarık görmektedirler.

Tablo 6. Ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk ölçeğine göre dağılımları (Devamı)

Sıra No	Maddeler	Seçenekler											
		Evet her zaman		Çoğu zaman		Ara sıra		Çok nadir		Hayır hiçbir zaman		Toplam	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
23	Tanıdığım birinin acı çektiğini duyduğumda ben de üzülürüm.	47,00	65,28	19,00	26,39	6,00	8,33	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
24	Çevreyi temiz tutarım.	51,00	70,83	19,00	26,39	2,00	2,78	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
25	Başkalarına iftira atmam.	53,00	73,61	11,00	15,28	5,00	6,94	3,00	4,17	0,00	0,00	72	100,0
26	Kötü işlere ortak olmam.	46,00	63,89	9,00	12,50	11,00	15,28	2,00	2,78	4,00	5,56	72	100,0
27	Başkalarının inançlarına saygı gösteririm.	57,00	79,17	13,00	18,06	0,00	0,00	1,00	1,39	1,00	1,39	72	100,0
28	Doğaya zarar vermem.	55,00	76,39	12,00	16,67	1,00	1,39	2,00	2,78	2,00	2,78	72	100,0
29	İnsanların gizli konuşmalarını merak eder, kulak kabartırım.	7,00	9,72	11,00	15,28	10,00	13,89	24,00	33,33	20,00	27,78	72	100,0
30	Söz verdiğimde, sözümde dururum.	35,00	48,61	31,00	43,06	6,00	8,33	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
31	Borçlarımı zamanında öderim.	48,00	66,67	18,00	25,00	1,00	1,39	1,00	1,39	4,00	5,56	72	100,0
32	İnsanları incitmekten çekinirim.	50,00	69,44	22,00	30,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
33	Kendi çıkarlarımı ön planda tutarım.	0,00	0,00	6,00	8,33	15,00	20,83	26,00	36,11	25,00	34,72	72	100,0
34	Büyüklere saygılı davranırım.	64,00	88,89	8,00	11,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
35	Doğruluk ve adaleten asla taviz vermem, adil bir kişiyim.	49,00	68,06	22,00	30,56	1,00	1,39	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
36	Kibir ve gururdan sakınırım.	37,00	51,39	20,00	27,78	9,00	12,50	1,00	1,39	5,00	6,94	72	100,0
37	Müstehcen yayınları okurum veya seyredirim.	1,00	1,39	0,00	0,00	6,00	8,33	10,00	13,89	55,00	76,39	72	100,0
38	Cahil insanlar aşağılarım.	1,00	1,39	5,00	6,94	1,00	1,39	14,00	19,44	51,00	70,83	72	100,0
39	Alçak gönüllü birisiyim.	37,00	51,39	28,00	38,89	7,00	9,72	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
40	Başkalarıyla olan problemlerime uzlaşma ve barış çerçevesinde çözüm ararım.	36,00	50,00	33,00	45,83	2,00	2,78	0,00	0,00	1,00	1,39	72	100,0
41	Çevremdeki iyi insanları kendime örnek alırım.	38,00	52,78	21,00	29,17	6,00	8,33	4,00	5,56	3,00	4,17	72	100,0
42	İsrafları kaçınırım.	35,00	48,61	33,00	45,83	2,00	2,78	1,00	1,39	1,00	1,39	72	100,0
43	Sorumluluklarımı yerine getirmeye dikkat ederim.	45,00	62,50	25,00	34,72	2,00	2,78	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0
44	İnanmış olduğum değerleri yaşamaya çalışırım.	50,00	69,44	18,00	25,00	3,00	4,17	1,00	1,39	0,00	0,00	72	100,0

Tablo 6. Ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk ölçeğine göre dağılımları (Devamı)

Sıra No	Maddeler	Evvel her zaman						Seçenekler						Toplam	
		f	%	f	%	f	%	Ara sıra	Çok nadir	Hayır hiçbir zaman	f	%	f	%	
45	Anne-babama karşı gelirim.	0,00	0,00	2,00	2,78	12,00	16,67	24,00	33,33	34,00	47,22	72	100,0		
46	Kendimi, başkalarının yerine koyarak onları anlamaya çalışırım.	37,00	51,39	28,00	38,89	2,00	2,78	2,00	2,78	3,00	4,17	72	100,0		
47	Büyüklerimin öğütlerini uygulamaya çalışırım.	33,00	45,83	36,00	50,00	0,00	0,00	2,00	2,78	1,00	1,39	72	100,0		
48	Kalp kırılmaya dikkat ederim.	43,00	59,72	23,00	31,94	5,00	6,94	1,00	1,39	0,00	0,00	72	100,0		
49	Kötülük yapanlara engel olmaya çalışırım.	35,00	48,61	30,00	41,67	5,00	6,94	2,00	2,78	0,00	0,00	72	100,0		
50	Küskünleri barıştırmaya çalışırım.	31,00	43,06	16,00	22,22	13,00	18,06	10,00	13,89	2,00	2,78	72	100,0		
51	Zayıf ve güçsüzlere merhamet ederim.	43,00	59,72	21,00	29,17	6,00	8,33	2,00	2,78	0,00	0,00	72	100,0		
52	Aşırı arzu ve isteklerime engel olmaya çalışırım.	22,00	30,56	24,00	33,33	16,00	22,22	10,00	13,89	0,00	0,00	72	100,0		
53	Davranışlarımda tutarlı ve dengeli olmaya çalışırım.	41,00	56,94	26,00	36,11	4,00	5,56	1,00	1,39	0,00	0,00	72	100,0		
54	Çevremdekilere anlayışlı ve hoşgörülü davranırım.	45,00	62,50	25,00	34,72	2,00	2,78	0,00	0,00	0,00	0,00	72	100,0		
55	Kimseye hakaret etmem.	33,00	45,83	26,00	36,11	4,00	5,56	7,00	9,72	2,00	2,78	72	100,0		
56	Başkalarının sırlarını öğrenmeye çalışmam.	32,00	44,44	20,00	27,78	8,00	11,11	9,00	12,50	3,00	4,17	72	100,0		
57	Davranışlarım hakkında düşünürüm ve yanlış davranışlarımı düzeltmeye çalışırım.	50,00	69,44	15,00	20,83	6,00	8,33	1,00	1,39	0,00	0,00	72	100,0		
58	İyice araştırmadan ve anlamadan karar vermem.	34,00	47,22	29,00	40,28	6,00	8,33	2,00	2,78	1,00	1,39	72	100,0		
59	Kesin ve doğru bilgilerle hareket ederim.	39,00	54,17	22,00	30,56	10,00	13,89	1,00	1,39	0,00	0,00	72	100,0		
60	Çevremdekilere ikramlarda bulunurum.	30,00	41,67	25,00	34,72	14,00	19,44	3,00	4,17	0,00	0,00	72	100,0		
61	Komşularıyla iyi geçinirim.	44,00	61,11	19,00	26,39	6,00	8,33	3,00	4,17	0,00	0,00	72	100,0		
62	İnsanların zayıflıklarından faydalanırım.	2,00	2,78	2,00	2,78	3,00	4,17	18,00	25,00	47,00	65,28	72	100,0		
63	Kendim için istediğim bir şeyi, başkası için de isterim.	20,00	27,78	28,00	38,89	15,00	20,83	3,00	4,17	6,00	8,33	72	100,0		
64	Kabalık yapmam.	39,00	54,17	22,00	30,56	4,00	5,56	7,00	9,72	0,00	0,00	72	100,0		
65	Çevremdekilere kötü adlar takarım.	0,00	0,00	2,00	2,78	3,00	4,17	12,00	16,67	55,00	76,39	72	100,0		
66	Şımarık birisiyim.	0,00	0,00	1,00	1,39	6,00	8,33	35,00	48,61	30,00	41,67	72	100,0		

3.2. İkinci alt probleme ilişkin bulgular

İkinci alt problem olan, “Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin cinsiyet değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?” sorusu t-testi ile incelenmiş olup bulgular Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Ortaokul öğrencilerinin cinsiyet değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin t-testi

	Cinsiyet	n	Aritmetik ortalama	Standart sapma	Sd	t-değeri	p
Ahlaki olgunluk	Kız	40	2,23	.27792	70	.575	.567
	Erkek	32	2,2	.24034			

Tablo 7 incelendiğinde; ahlaki olgunluk düzeyi ile ilgili hesaplanan $t=.575$ değeri t değerinden (1.96) küçük olduğundan ve $p>.05$ düzeyinde anlamlı bulunmamıştır. Dolayısıyla Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin cinsiyet değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

3.3. Üçüncü alt probleme ilişkin bulgular

Üçüncü alt problem olan, “Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin okul türü değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?” sorusu t-testi ile incelenmiş olup bulgular Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Ortaokul öğrencilerinin okul türü değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin t-testi

	Okul türü	n	Aritmetik ortalama	Standart sapma	Sd	t-değeri	p
Ahlaki olgunluk	Devlet	54	2,19	.27084	70	1.799	.076
	Özel	18	2,31	.20644			

Tablo 8 incelendiğinde; ahlaki olgunluk düzeyi ile ilgili hesaplanan $t=1.799$ değeri t değerinden (1.96) küçük olduğundan ve $p>.05$ düzeyinde anlamlı bulunmamıştır. Dolayısıyla Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin okul türü değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

3.4. Dördüncü alt probleme ilişkin bulgular

Dördüncü alt problem olan “Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?” sorusu Tek Yönlü Varyans Analizi ile incelenmiş olup bulgular Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Ortaokul öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin tek yönlü varyans analizi

	Veri grupları	Sd	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	Beklenen F Değeri	P
Ahlaki olgunluk	Gruplar arası	3	.755	.252	4.201	.009
	Gruplar İçi	68	4.071	.060		
	Toplam	71	4.826			

Kılıç, F., Sevinç, M. (2020). Investigation of moral maturity levels of Science and Art Center (SAC) students. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 108-124.

Tablo 9’da öğrencilerin sınıf düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları incelendiğinde; ahlaki olgunluk düzeyinin, öğrencilerin sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir [$F=4,201$ $p<.05$]. Farklılığın kaynağını bulabilmek amacıyla Tukey testi yapılmış olup bulgular Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Ortaokul öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin Tukey testi

Ortalama (X)	Sınıf Düzeyi	Grup 1	Grup 2	Grup 3	Grup 4
2,61	8.Sınıf	*	*	*	
2,21	6.Sınıf				
2,19	5.Sınıf				
2,05	7.Sınıf				

Tablo 10’da öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeyi ile öğrencilerin sınıf düzeyi değişkenine göre Tukey testi incelendiğinde sınıf düzeyi 8.sınıf olan öğrencilerle 5.sınıf, 6.sınıf ve 7.sınıf olanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Sınıf düzeyi 8.sınıf (Grup 4) olan ($X=2,61$) öğrencilerin “Ara sıra”, 6.sınıf (Grup 2) ($X=2,21$), 5.sınıf (Grup 1) ($X=2,19$), ve 7.sınıf (Grup 3) ise ($X=2,05$) ile “Çok nadir” düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır.

3.5. Beşinci alt probleme ilişkin bulgular

Beşinci alt problem olan “Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin annelerinin eğitim düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?” sorusuna cevap bulabilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmıştır. Anlamlı fark çıkan durumlarda fark gösteren ortalamaları belirleyebilmek için Tukey testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçları Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Ortaokul öğrencilerinin annelerinin eğitim düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin tek yönlü varyans analizi

	Veri grupları	Sd	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	Beklenen F değeri	p
Ahlaki olgunluk	Gruplar arası	3	.893	.298	5.145	.003
	Gruplar İçi	68	3.393	.058		
	Toplam	71	4.826			

Tablo 11.’de öğrencilerin annelerinin eğitim durumu değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları incelendiğinde; ahlaki olgunluk düzeyinin, öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir fark gösterdiği görülmektedir [$F=5,145$ $p<.05$]. Farklılığın kaynağını bulabilmek amacıyla Tukey testi yapılmış olup bulgular Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Ortaokul öğrencilerinin annelerinin eğitim düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin Tukey testi

Ortalama (X)	Eğitim Düzeyi	Grup 1	Grup 2	Grup 3	Grup 4
2,62	İlkokul		*	*	*
2,21	Üniversite				
2,10	Lise				
2,03	Ortaokul				

Tablo 12’de, ahlaki olgunluk düzeyi ile öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre Tukey testi incelendiğinde; annelerinin eğitim düzeyi ilkökul (Grup 1) olan öğrencilerle;

annelerinin eğitim durumu, ortaokul (Grup 2), lise (Grup 3) ve üniversite (Grup 4) olanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Annelerinin eğitim düzeyi ilköğretim olan ($X=2,62$) öğrencilerin “Ara sıra”, ortaokul ($X=2,03$), üniversite ($X=2,21$) ve lise ($X=2,10$) olanların ise “Çok nadir” düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır.

3.6. Altıncı alt probleme ilişkin bulgular

Altıncı alt problem olan “Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin babalarının eğitim düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark var mıdır?” sorusuna cevap bulabilmek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçları Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13. Ortaokul öğrencilerinin babalarının eğitim düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyine ilişkin tek yönlü varyans analizi

	Veri grupları	Sd	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	Beklenen F değeri	P
Ahlaki Olgunluk	Gruplar Arası	3	.197	.066	.966	.414
	Gruplar İçi	68	4.628	.068		
	Toplam	71	4.826			

Tablo 13’e göre ahlaki olgunluk ile ilgili $p=.414$, olarak bulunmuştur ki bu değer .05 düzeyinde anlamlı bir fark oluşturmamaktadır ($p>.05$). Öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkeni ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

4. Sonuç ve tartışma

Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeyleri ile ilgili ölçüğe verdikleri yanıtların frekans ve yüzde değerleri incelendiğinde genel olarak istendik toplumsal normlara ve ahlaki değerlere uygun yönde görüş bildirdikleri bulunmuştur. Öğrenciler görüşlerinde başkalarının mutlu olmaları için çaba gösterebilmek, başkalarının kendilerine yaptıkları iyilikleri önemseyebilmek, hatalı davrandıkları zaman özür dileyebilmek, başkalarının haklarına saygı, küçüklere karşı sevgilerini gösterebilmek, kötü davranışları kontrol edebilmek, başkalarının hislerine karşı duyarlı olabilmek ile ilgili “her zaman” düzeyinde görüş bildirmektedirler. Aynı şekilde çevreyi temiz tutmak, başkalarına iftira atmamak, kötü işlere ortak olmamak, saygılı olmak, doğaya zarar vermemek, söz verdiklerinde sözlerini tutmak, borçlarını zamanında ödemek, insanları incitmekten çekinmek, büyüklerine saygılı olmak, doğruluktan ve adaletten asla taviz vermemek ve adil bir kişi olmak, kibir ve gururdan sakınmak, alçak gönüllü olmak, başkalarıyla olan problemlerine uzlaşma ve barış çerçevesinde çözüm aramak, çevrelerindeki iyi insanları kendilerine örnek almak, israftan kaçınmak, sorumluluklarını yerine getirmek, inandıkları değerleri yaşamaya çalışmak, kendilerini başkalarının yerine koyarak onları anlamaya çalışmak, kalp kırmamaya dikkat etmek, kötülük yapanlara engel olmaya çalışmak, zayıf ve güçsüzlere merhamet etmek, davranışlarında tutarlı ve dengeli olmaya çalışmak, çevrelerindeki anlayışlı ve hoşgörülü olmak, kimseye hakaret etmemek, başkalarının sırlarını öğrenmeye çalışmamak, davranışları hakkında düşünmek ve yanlış davranışlarını düzeltmeye çalışmak, iyice araştırmadan ve dinlemeden karar vermemek, kesin ve doğru bilgilerle hareket etmek, çevrelerindeki ikramlarda bulunmak, komşularıyla iyi geçinmek, kabalık yapmamak ile ilgili olarak ta öğrenciler “evet her zaman” düzeyinde görüş belirtmektedirler. Bununla birlikte başkalarının saflığını kendi çıkarları için kullanmak, başkalarının mutluluğunu kıskanmak, çıkarlarını korumak için doğru

olmayan yolları denemek, cahil insanları aşağılamak, insanların zaaflarından faydalanmak öğrenciler tarafından “hayır hiçbir zaman” düzeyinde ifade edilmektedir.

Bilim ve Sanat Merkezindeki ortaokul öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeyleri öğrencilerin cinsiyet, okul türü ve babalarının eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemekle birlikte, öğrencilerin sınıf düzeyleri ve annelerinin eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Sarıçam vd. (2014) yapmış oldukları çalışmada her iki cinsiyetinde Kohlberg’in geleneksel ahlak düzeyinde olduğunu tespit etmiş olup bu çalışmayı destekler niteliktedir. Bu çalışmada 8. sınıf düzeyinde olan öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeyleri 5.sınıf, 6.sınıf ve 7.sınıf öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeyleri ile anlamlı farklılık göstermektedir. 8.sınıf düzeyinde bulunan öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeyleri “ara sıra” düzeyindeyken 5. 6. ve 7. sınıf düzeyinde bulunan öğrencilerin “çok nadir” düzeyinde oldukları görülmektedir. Bu da aslında sınıf düzeyi arttıkça ahlaki olgunluk düzeyinin de arttığını göstermektedir. Kangal’ın (2010) yapmış olduğu “Normal ve Üstün Yetenekli Çocukların Ahlaki Yargılarının Karşılaştırılması ve Yaratıcı Drama Programının Çocukların Ahlaki Yargılarına Etkisi” konulu çalışmada normal gelişim gösteren ve üstün yetenekli çocukların ahlaki yargı puan ortalamaları arasında sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmekte olup bu çalışmayı destekler nitelikte sonuçlar ortaya konmaktadır. Annelerinin eğitim düzeyi ilkökullü olan öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeyleri annelerinin öğrenim durumu ortaokul, lise ve üniversite olan öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeyleri ile anlamlı farklılık göstermektedir. Annelerinin eğitim durumu ilkökullü olan öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeyi “ara sıra” düzeyindeyken, annelerinin eğitim durumu ortaokul, lise ve üniversite olan öğrencilerin “çok nadir” düzeyinde olduğu görülmektedir. Şengün’ün (2008) yapmış olduğu “Lise Öğrencilerinin Ahlaki Olgunluk Düzeylerinin Bazı Kişisel Değişkenler Açısından İncelenmesi” konulu çalışmada anne-baba tutumu, anne öğrenim düzeyi, anne mesleği, ailenin ekonomik düzeyinin lise öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeylerini etkileyen önemli faktörler olduğu sonucuna ulaşılmış olup anne eğitim düzeyi ile ilgili olarak bu çalışmayı destekler nitelikte sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın bulgularından yola çıkarak özel yetenekli olan farklı yaş ve sınıf seviyelerinde bulunan öğrenciler için (okul öncesi, lise, vb.) ahlaki olgunluk üzerine çalışmalarla ağırlık verilmesi düşünülmektedir. Ahlaki olgunluk seviyesini belirleyebilmek ve gelişimine katkıda bulunabilmek amacıyla özel yetenekli öğrencilerin eğitimiyle sorumlu olan ve öğrencilerine rol model olan öğretmenlere ahlak ve ahlaki olgunluk konularında kişisel gelişimlerine destek verilmesinin sağlanabileceği düşünülmektedir. Çalışma sonucunda anne eğitim düzeyinin anlamlı farklılık gösterdiğinden yola çıkılarak ahlak ve ahlaki olgunluk üzerine aile eğitimlerinin planlanmasının önemli olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Alikaşifoğlu M. (2008). Ergenlerde davranışsal sorunlar. *İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Sürekli Tıp Eğitimi Etkinlikleri Adolesan Sağlığı II Sempozyum Dizisi Yayını*, 63(3), 55-60.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. NewYork: Prentice-Hall, Inc.
- Becer, F. (2017). Durkheim sosyolojisinde ahlak ve yansımaları. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(12), 813-826.
- Cevzici, A. (2014). *Etik ahlak felsefesi*. İstanbul: Say Yayınları.
- Ergin, K. H. ve Köse, N. (2008). *Zekâ türüne göre çocuk eğitimi*. İstanbul: Hepsi Çocuk Yayınevi.

Kılıç, F., Sevinç, M. (2020). Bilim ve Sanat Merkezi (BİLSEM) öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeylerinin incelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 108-124.

- Gündüz, T. (2010). Üstün zekâlı çocuklarda ahlak gelişimi ve eğitimi. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 157-177.
- Hoffmann, M. L. (2000). *Empathy and moral development: implications for caring and justice*. New York: Cambridge University Press.
- Hökelekli, H., Gündüz, T. (2004). *Üstün yetenekli öğrencilerin karakter özellikleri ve değerler eğitimi*. I. Türkiye Üstün Yetenekli Çocuklar Kongresi Bildiriler Kitabı. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Kangal, B., S. (2010). *Normal ve üstün yetenekli çocukların ahlaki yargılarının karşılaştırılması ve yaratıcı drama programının çocukların ahlaki yargılarına etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Bilim Kitap Kırtasiye Yayınevi.
- Kohlberg, L. (1995). *Diepsychologie der moral entwicklung*. Sinzheim: Suhrkampf.
- Mathieson, K. (2003). Elements of moral maturity. *Journal of College And Character*, 4(5), 1940-1639.
- Memişoğlu, S. P., Kılıç, F. (2017). Bilim ve sanat merkezlerindeki öğretmenlerin yöneticilerinin liderlik yeterlilikleri kurum etkililiği ve kurum kültürüne yönelik algıları arasındaki ilişki. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 64(3), 69-85.
- Sarıçam, H., Çelik, İ., Arıcı, N., Kaya, M. M. (2014). Ergenlerde insani değerler ve ahlaki olgunluk arasındaki ilişkinin incelenmesi. *International Journal of Human Sciences*. 11(1), 1325-1342.
- Şengün, M. ve Kaya, M. (2007). Ahlaki olgunluk ölçeği: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Ondokuz Mayıs İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24(25), 51-64.
- Şengün, M. (2008). *Lise öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeylerinin bazı kişisel değişkenler açısından incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Tekin, İ. (2017). Ahlaki olgunluk kavramı üzerine kuramsal bir çözümleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2275-2298.
- Vargün, E., G. (2019). *Çocuklarda olumlu sosyal davranışın yordayıcıları olarak ahlaki muhakeme, ahlaki duygu ve ebeveyn davranışları*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Yeşilkayalı, E. (2014). *Ebeveynlerin çocuk haklarına yönelik tutumları ile ilköğretim öğrencilerinin ahlaki olgunluk ve hoşgörü eğilimleri arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Tebliğler Dergisi. (2019). *Millî Eğitim Bakanlığı Tebliğler Dergisi*, 10.02.2020 tarihinde <http://tebligler.meb.gov.tr/index.php/tuem-sayilar/finish/87-2019/5328-2747-aralik-2019-ek>, adresinden alındı.

Extended abstract in English

In this study, it is aimed to determine the moral maturity levels of especially talented secondary school students in Science and Art Centers by determining them. Special talented individual; is an individual determined by field experts who perform at a higher level than their peers Science and Art Centers for the training of talented individuals in Turkey (SAC) is located. Especially talented students continue their education and training at the official institutions, Science and Art Centers, after the school. With the education given in BİLSEM, special talented students; It is aimed that the country adopts national, moral, human, spiritual and cultural values. It is thought that students with special abilities will contribute to the development of countries and to shape the societies. Children's decision-making skills against moral facts are graded. In the literature, the skills that children will show in the decision step are expressed as mature judgment, and those with these skills are morally mature. When the literature is analyzed, it is seen that the high moral maturity in the individuals corresponds exactly to the behavioral dimension of the individuals.

In this study, it was tried to determine the moral maturity levels of special talented secondary school students in Science and Art Centers. This research is a descriptive research. Their search data were collected from there late sources along with the literature review and from the secondary school students with the survey technique. The population of their search consists of 72 secondary school students in Bolu Science and Art Center in the academic year 2019-2020. The data obtained in their search were made by using SPSS 15.0 for Windows Package Statistics Program. Cronbach's Alpha coefficient obtained in this research was found as $\alpha = .86$. In the first part of the scale, percentage and frequency distributions are taken for personal information of all participants and shown in tables. T-test and one-way analysis of variance (Anova) were performed for differences. In cases where there is a difference, in order to find the source of the difference, the averages and the Tukey test were examined, respectively. Whether the results are meaningful or not was tested at the .05 level. In their search, answers to the following questions were sought:

1) What is the level of moral maturity of middle school students in Science and Art Centers? Frequency and percentage values were examined for the question.

2) Is there a significant difference between the gender and moral maturity levels of middle school students in Science and Art Centers? T-test was applied for the question.

3) Is there a significant difference between the school types and moral maturity levels of middle school students in Science and Art Centers? In order to find the answer to the question, a t-test was performed.

4) Is there a significant difference between the grade level sand moral maturity levels of middle school students in Science and Art Centers? In order to find the answer to the question, a t-test was performed.

5) Is there a significant difference between the education level sand the moral maturity levels of them others of middle school students at the Science and Art Centers? One Way Variance Analysis (Anova) was applied for the question. Tukey test was performed in order to determine the averages that show difference in cases where there is a significant difference.

6) Is there a significant difference between the education level sand moral maturity levels of fathers of middle school students at Science and Art Centers? One Way Variance Analysis

(Anova) was applied for the question. Tukey test was performed in order to determine the averages that show difference in cases where there is a significant difference.

As a result of the analysis, it is seen that the moral maturity levels of the students are “mostly”. There is no significant difference between students' gender and moral maturity levels. There is no significant difference between the school types of students in formal education and their moral maturity levels. There is no significant difference between the education levels of the fathers of the students and their moral maturity levels. There is a significant difference between the class levels of students in formal education and their moral maturity levels. it is observed that the moral maturity level increases as the grade level increases. There is a significant difference between the education levels of the mothers of the students and their moral maturity levels. While the level of moral maturity of the students whose mothers' educational status is primary school is “occasionally”, the education level of their mothers is at the "very rare" level of students with secondary, high school and university.

It is thought that this study, which examines the moral maturity levels of students with special abilities, will contribute to other studies to be conducted.

Coronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri

The economic effects of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry

Ozan Bahar¹ ve Nur Çelik İlal²

Gönderilme tarihi/Received date: 28 / 04 / 2020

Kabul tarihi/Accepted date: 10 / 05 / 2020

Öz

Günümüzde ekonomik bir olgu olarak her geçen gün önemi artan turizm sektörü, gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında, ödemeler dengesi problemlerinin hafifletilmesinde önemli bir araçtır. Turizm sektörünün talep esnekliği ise oldukça yüksektir. Turizm sektörü diğer sektörlerle göre politik sorunlar, salgın hastalıklar, ekonomik krizler gibi olaylardan daha hızlı etkilenmektedir. Bu bağlamda Aralık 2019'da ortaya çıkan ve o tarihten bu yana küresel olarak yayılmaya devam eden Covid-19 virüsü, insan sağlığının yanı sıra turizm sektörünü de olumsuz olarak etkileyen bir olay olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Covid-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkilerini kavramsal olarak ortaya koymaktır. Çalışmada öncelikle daha önce yaşanmış olan krizlerin turizme etkileri üzerinde durulmuştur ve ekonomik verilerle Covid 19 virüsünün turizme yönelik olası etkileri değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında kontrollü ve sağlıklı turizm kavramı ortaya konmaktadır. Çalışma sonucuna göre, salgının yol açacağı talep şoklarının turizm sektöründe istihdam ve gelir kayıplarına yol açması kaçınılmaz görünmektedir.

Anahtar kelimeler: Coronavirus, Covid 19, Pandemi, turizm ekonomisi, turizm sektörü

Abstract

The tourism sector, which is becoming more and more important as an economic phenomenon today, is an important tool in generating income, business and tax revenues and alleviating the balance of payments problem. The demand elasticity of the tourism sector is quite high. Tourism sector is affected by events such as political problems, economic crises and epidemics faster than other sectors. In this context, the Covid-19 virus, which emerged in December 2019 and has been spreading globally since then, is an event that negatively affects the tourism sector as well as human health. The aim of this study is to conceptually demonstrate the economic effects of Covid-19 outbreak on the tourism sector. In the study, initially, the effects of previous crises on tourism will be examined and then the economic effects of Covid 19 virus on tourism will be evaluated using economic data. Also included within the scope of the study, the concept of controlled and healthy tourism is introduced. This study will show that as a result of the Covid-19 pandemic it will be inevitable that lack of demand caused by the outbreak will lead to unemployment and income losses in the tourism sector.

Keywords: Coronavirus, Covid 19, Pandemics, tourism economics, tourism industry

1. Giriş

Turizm sektörü, günümüzde hemen hemen bütün ülkeler için en önemli ekonomik alanlardan birisi olarak kabul edilmektedir (Bahar ve Kozak, 2006). Türkiye'de turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) içindeki payı, 2018 yılında %3,8, ihracat gelirleri içindeki payı % 17,5, dış ticaret açığını kapatmadaki payı % 53 düzeyindedir. 1980 yılında, turizm işletme ve yatırım belgeli toplam 778 olan tesis, 42.011 olan oda ve 82.332 olan yatak sayısı; 2019 yılında sırasıyla

¹ Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, Muğla, Türkiye, obahar@mu.edu.tr

² Araştırma Görevlisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, Türkiye nurcelik@mu.edu.tr

4.918, 569.886 ve 1.200.122 olarak gerçekleşmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Turizm, 54 sektörü doğrudan, 185 sektörü dolaylı olarak etkilemektedir. Bu yönüyle turizm, Türkiye'nin en rekabetçi ve en çok döviz geliri getiren sektörü konumundadır. Ülkedeki toplam istihdamın yaklaşık % 8'ini oluşturmaktadır. Turizmin makroekonomik olarak toplamda 96 milyar dolarlık hâsıla etkisi olup, ortalama % 2,5'lük katma değeri ile ülkenin gelişme potansiyeli en yüksek ve daha önce de ifade edildiği gibi dünya pazarındaki en rekabetçi sektördür. İthalat bağımlılığı % 10 ile en düşük sektörlerindedir. İşletmelerin %10'a yakını bu sektörde faaliyet göstermektedir. Türkiye'de yapılan ücret ödemelerinin %5'i, üretilen malların toplam cirosunun %2'si ve maddi yatırımların % 4'ü bu sektörde gerçekleşmektedir. En çok istihdam yaratan ve altyapı sektöründen sonra en yaygın ikinci sektör durumundadır. Buna ilave olarak, Türkiye'de cari açığın sürdürülebilirliğinde turizm gelirlerinin etkisi önemlidir (Dündar ve Bahar, 2020). 2001-2016 döneminde turizm gelirlerinin cari açığın sürdürülebilirliğine katkısı % 13 düzeyindedir. Bu dönemde turizm gelirleri 1 dolarlık ithalat karşılığı yapılan 0.40,7 dolarlık ihracata ortalama sadece 4,7 dolarlık bir katkı yapmaktadır (<https://www.muglayenigun.com/yerel-haberler/mugla-sitki-kocman-universitesi-iktisadi-ve-idari-bilimler-fakultesi-ogretim-uyesi-prof-dr-ozan-bahar-kontrollu-ve-saglikli-turizm/>). Tüm bu ekonomik etkilerine karşılık turizm talebi savaş, terörizm, yüksek suç oranı, salgın hastalıklar, krizler gibi olaylara son derece duyarlıdır. Aynı zamanda hükümetlerin uyguladığı tarifler ve diğer kısıtlamalar uluslararası turizmi önemli ölçüde etkilemektedir (Roney Akış, 2018: 31).

Turizm sektöründe kriz; turizmle ilgili işletmelerin olağan faaliyetlerini tehdit eden, turistik bölgenin güvenli olmadığı izlenimi yaratan, turistleri yörenin turistik çekicilikleri ve rahatlığı konusunda olumsuz etkileyen ve bölgeye yönelik turizm talebinin ve harcamalarının azalması nedeniyle yerel turizm işletmelerinin faaliyetlerini yerine getirememeleri ya da varlıklarını devam ettirememelerine ve turizm talebinin azalmasına neden olan olaylar şeklinde tanımlanmaktadır (Sönmez vd., 1994:2). Pandemi turizm ekonomisi için eşi görülmemiş bir kriz olarak nitelendirilmektedir. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), 2020 yılında uluslararası turizmde COVID-19 sebebiyle, % 45 oranında bir düşüş yaşanacağını tahmin etmektedir. Eylül 2020 ayına kadar iyileşme ertelenirse bu oranın % 70'e yükselebileceği öngörülmektedir. İç turizm de sınırlama önlemlerinden büyük ölçüde etkilenmektedir, ancak iyileşme aşamasından sonra iç turizmde daha hızlı bir toparlanma beklenmektedir (OECD, 2020).

Bu çalışmada öncelikle krizlerin turizm sektörüne etkisi ile ilişkili literatüre yer verilmiştir. Covid-19 virüsünün turizm sektörüne yönelik küresel bağlamda ekonomik etkileri belirlenmeye çalışılmış ve turizm sektörünün bu salgın sonrası yeniden toparlanmasına yönelik öneriler geliştirilmiştir.

2. Krizlerin turizme etkisi ile ilişkili literatür

Turizm çok hassas bir endüstridir. Bir turizm destinasyonunun makro ve mikro çevresinde gerçekleşen olumsuz olaylar genellikle daha az ziyaretçi sayısı ile sonuçlanır. Özellikle insan sağlığı ya da güvenliği (hastalık, terörizm, vb.) ile ilgili hafif bir risk bile, turistik bir bölgenin tercih edilmemesi için yeterlidir (Lee ve Chen, 2011). Bu bağlamda, turizm başta terör, savaş ve doğal afetler olmak üzere siyasal, politik ve ekonomik istikrarsızlıklardan, hükümet bunalımlarından vb. olumsuz olaylardan çok çabuk etkilenen bir sektördür. Özellikle son yıllarda yaşanan bazı terör olaylarının, salgın hastalık ve doğal afetlerin bölge turizmi ve uluslararası turizm hareketleri üzerinde olumsuz etkiler yaptığı bilinmektedir (Bahar ve Kozak 2008).

Literatür incelendiğinde, hem mali krizlerin hem de salgın hastalıkların turizme olan etkilerine yönelik çalışmalar bulmak mümkündür. Örneğin, Okumuş vd. (2003), Kuo vd. (2008), Stylidis ve Terzidou (2014), Hoque vd. (2020) bu çalışmalardan bir kaçıdır. Yıldız ve Durgun 2010 yılında yapmış oldukları çalışmada, 2008 yılında ABD mortgage kredileri ile patlak veren ve kısa bir süre sonra bütün dünyayı etkisi altına alan 2008 Dünya ekonomik krizinin turizm sektörü üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışmışlardır. Benzer şekilde Bahar ve Balmumcu (2010) tarafından yapılan çalışmada, 2008 küresel mali krizinin Türkiye ve Dünya turizm sektörü üzerindeki etkileri incelenmiş ve turizm sektörünün krizden çıkışını sağlayacak politika önerileri getirilmesi amaçlanmıştır. Her iki çalışmada da hane halkının harcanabilir gelirinin azalmasıyla, uluslararası turizm hareketine katılan insan sayısı da ciddi şekilde etkilendiği ortaya konmuştur. Ancak Bahar ve Balmumcu (2010) küresel ekonominin diğer alanları ile karşılaştırıldığında, turizm sektöründeki olumsuz yansımaların nispeten daha az olduğunu ifade etmişlerdir. Krizin derinleştiği 2009 yılında ise sektörün hem turist sayısında hem de turizm gelirlerinde bir düşüş olduğu ortaya konmuştur (Bahar ve Balmumcu, 2010).

Pine ve McKercher (2004) yapmış oldukları çalışmada, 2002 yılının Kasım ayında Çin'de ortaya çıkan, Asya'nın büyük bölümünde görülen ardından da Kuzey Amerika ve Avrupa'da etkili olan Sars virüsünün Hong Kong turizm sektörü üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Yapmış oldukları çalışmada, SARS virüsünün hem konaklama hem havayolu şirketlerini vakaların artması ile birlikte ciddi oranda etkilediğini ancak hastalık kontrol altına alındığında turizm faaliyetlerine hızlı bir geri dönüş olduğunu ortaya koymuşlardır. SARS gibi bir virüsten kaynaklanan ciddi etkiler, bazı havayolları için hava yolcu sayısının % 80'e kadar azalmasına neden olmuş ve otel dolulukları da % 90'dan % 10'a düşmüştür. Bunun yanı sıra Hong Kong'da 27.000 kişi, Çin'de 2,8 milyon kişi, Singapur'da 17.500 ve Vietnam'da 62.000 kişi işini kaybetmiştir. Hong Kong'da Haziran ayında işsizlik % 8,6'ya yükselmiş, iş kayıplarının en fazla olduğu sektörler catering, oteller, ulaşım ve eğlence hizmetleri olarak gerçekleşmiştir (Pine ve McKercher, 2020).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Asya'da ortaya çıkan H5N1 virüsü diğer adıyla kuş gripinin insanlara kolaylıkla bulaşabilen bir virüs olduğunu bildirmiş ve insanların dikkatli olmaları gerektiğini belirtmiştir. Bazı ülkeler bu süreçte etkilenen bölgelere zorunlu olmayan seyahatlerden kaçınmak için vatandaşlarına seyahat uyarıları yayınlamıştır. Lee ve Chen 2011 yılında yapmış oldukları çalışmada 2004-2006 kuş gribi salgınının Asya'daki yaşlı turistler üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Yapılan çalışmada bu turist grubunun Asya'yı ziyaret eden yaşlı turistleri etkilemediği ve planladıkları ziyaretlerinden vazgeçemediklerini ortaya koymuşlardır. Bunun nedeninin de bu salgındaki düşük ölüm oranı olduğunu ifade etmişlerdir.

Turizm sektörü küresel jeopolitik belirsizlik, pandemi, ekonomik dalgalanma, salgın hastalıklara karşı oldukça duyarlı bir sektör olsa da yapılan çalışmalar sektörün hızlı toparlandığını, bazı durumlarda küresel krizlere rağmen iyi performans gösterdiğini ortaya koymaktadır. Buna karşılık Covid 19 virüsü ise daha önce eşi görülmemiş bir salgın hastalık olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla şu an karşılaştırma yapılacak verilere henüz ulaşılmamış olsa da seyahat kısıtlamalarından dolayı diğer krizlere göre etkisinin daha yüksek oranda seyredeceği muhtemeldir.

3. Ekonomik verilerle Covid 19 virüsünün turizme olası etkileri

Covid 19 adlı virüs, ilk olarak Çin'in Hubei eyaleti Wuhan kentinde Aralık 2019'da ortaya çıkmıştır. O tarihten bu yana ise hızla küresel olarak yayılmaya devam etmektedir. Hala ciddi bir sağlık problemi olarak etkisini sürdüren Covid-19 pandemisi, küresel ekonomik etkileri de

beraberinde getirmiştir. Sadece insan sağlığını değil, ekonomileri de tehdit eden bu virüsün evrimi ve ekonomik etkileri henüz belirsizlik içerisinde (McKibbin ve Fernando, 2019).

Johns Hopkins Üniversitesi'nin derlediği verilere göre, 18 Nisan 2020 itibarıyla, 185 ülkede 2.261.631 vaka ve 154.789 ölüm bulunmaktadır. Türkiye'de ise vaka sayısı 78.546 ve ölüm 1769 olarak gerçekleşmiştir (Johns Hopkins Üniversitesi, 2020). Devam eden Covid-19 ile birlikte uluslararası ticaret ve seyahat askıya alınmış, okullar kapatılmış, birçok büyük çaplı organizasyonlar, kongreler, festivaller iptal edilmiş, bazı işyerleri kapatılmıştır. Beyaz yakalılar daha çok evden çalışmaya başlarken, mavi yakalılar işini kaybetme riski ile karşı karşıya kalmışlardır. Covid 19 pandemisinin ülke ekonomilerini derinden sarması, üretim, istihdam ve gelir kayıplarına yol açması kaçınılmaz görünmektedir.

Salgının yayıldığı tüm ekonomilerde ulaşım, turizm ve ticaret başta olmak üzere önemli hizmet sektörlerinde patlak veren harcama çöküşü (talep şoku) giderek derinleşmekte ve hızla tüm ekonomilere yayılmaktadır. Bununla birlikte talep şokları gecikmeli olarak da (üretim) arz şoklarına yol açmaya başlayacaktır. Tüm bunların üzerine finansal şokların yaşanması ile birlikte reel ekonomilerin talep ve arz şokları ile birlikte küçülmeye başlaması muhtemeldir (Aydoğuş, 2020). Covid 19 salgınından etkilenen sektörlerin başında ise hizmet sektörü gelmektedir. Çünkü seyahat kısıtlamaları ile birlikte talepteki en büyük düşüş özellikle turizm sektörüne yönelik hane halkının harcamalarında ortaya çıkmıştır. Hava ulaşımı başta olmak üzere ulaşım, otel ve lokantalar, eğlence, spor ve kültürel etkinlikler gibi hizmet sektörleri salgından en fazla etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Covid-19 sonrası dünyanın birçok ülkesi ve sektöründe iş modellerinin değişeceği aşikârdır. Dünya Turizm Örgütü tarafından 21. yüzyılın en önemli sektörü olarak kabul edilen ve bir hizmet sektörü olan turizm de bundan en fazla etkilenecek sektördür.

Özellikle tüketim harcamaları içerisinde Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) TÜFE hesaplamalarında kullandığı ana harcama grupları içerisinde ulaşım %15,6, eğlence ve kültür %3,3, lokanta ve oteller %8,7 paya sahiptir. Bu durumda tüketim harcamalarının beşte birinden fazlası söz konusu hizmetlere gitmektedir (Aydoğuş, 2020: 12). Bununla birlikte turizm sektörü, 54 sektörü doğrudan, 185 sektörü dolaylı olarak etkilemektedir. ABD genelinde e-ticaret satışlarını incelemeye yönelik yapılan bir çalışma, turizm sektörünün diğer sektörleri ne denli etkilediğini açıkça ortaya koymaktadır. ABD genelinde yapılan bu çalışma ile 2019-2020 karşılaştırması ile Mart ayında e-ticaret tüketiminde en çok artış ve azalış gösteren ilk 100 ürünü kategorileştirilmiştir. Aşağıdaki Tablo 1'de ilk 100 ürün içerisinde turizm sektörü ile bağlantılı ürünlerin tüketimindeki azalış dikkat çekmektedir.

Tablo 1. E-ticarette en hızlı azalış görülen ürünlerden örnekler

Sıra	Ürün kategorisi	Azalış oranı
1	Bavul	-%77
3	Kamera	-%64
4	Mayo	-%64
7	Bikini	-%59
12	Şnorkel ekipmanları	-%56
13	Kız çocuğu mayoları	-%55
45	Güneş gözlüğü	-%43
58	Kamp ekipmanları	-%39
63	Yüzme ekipmanları	-%37

Kaynak: Styrk (2020).

Pandemi ile birlikte turizm ile ilişkili tüketim harcamalarında keskin bir düşüş olduğu ortadadır (bkz. Tablo 1). Özellikle seyahatlerin durdurulması bavul, evrak çantası ve kamera gibi tüketim harcamalarında ciddi düşüslere neden olmuştur. Buna ek olarak, birçok rezervasyon iptal edilmiş ve sandalet, mayo, kamp malzemeleri gibi kategorilerde de düşüş yaşanmıştır.

Covid-19 virüsünden başka daha önce Dünya'da hiçbir olay bu denli büyük çapta seyahat kısıtlamasına sebep olmamıştır. Nisan 2020 itibarıyla, tüm dünya destinasyonlarının % 96'sı Covid-19 salgınına önlemeye yönelik seyahat etmeyi kısıtlayan önlemler uygulamıştır (UNWTOa, 2020:3). Dolayısıyla seyahat kısıtlamaları ile birlikte uçuşlar, otel rezervasyonları, festivaller iptal edilmiş ve bu durum küresel turizmi oldukça etkilemiştir. Covid-19 her şeyden önce insanların yaşamlarını etkileyen ve küresel bir ekonomik krizi tetikleyen insani bir krizdir. Bu pandeminin turizm sektörü için çok somut etkileri vardır ve bu durumun birçok kişi, işletme, destinasyon ve sektörü etkilemesi kaçınılmazdır.

Turizm sektörü dünya GSMH'sinin %10'undan fazlasını üretmekte ve bu da ortalama 8,8 trilyon dolara denk gelmektedir. Taymaz, 2020 yılında yaptığı çalışmada, Covid-19 salgınına karşı alınan önlemlerin yol açacağı talep şoklarının GSYH ve istihdamda yaratacağı toplam etkileri Girdi Çıktı modeliyle hesaplamış ve ulaşım, otel, lokanta, eğlence ve kültür gibi hizmet sektöründe meydana gelecek talep düşüşlerinin toplam GSYH'de %7,8 oranında düşüşe yol açacağını belirtmiştir. Toplam istihdamda ise % 10 üzerinde bir daralma olabileceğini ortaya koymuştur (Taymaz, 2020). Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre bu yıl salgın nedeniyle turist sayısının %20-30 arasında düşebileceği tahmin edilmektedir. Bu düşüş uluslararası ziyaretçilerin yaptığı harcamalarda yani turizm gelirlerinde 30 ile 50 milyon dolar arasında bir azalış anlamına gelmektedir (UNWTOb, 2020). Turizm sektörü OECD ülkelerinde GSYH'nin ortalama % 4,4'üne ve hizmet ihracatının % 21,5'ine doğrudan katkıda bulunmaktadır. Bu paylar birçok OECD ülkesi için çok daha yüksektir. Örneğin, İspanya'da turizm, GSYH'nin %11,8'ine katkıda bulunurken, toplam hizmet ihracatının % 52,3'ünü temsil etmekte, Meksika'da bu rakamlar % 8,7 ve % 78,3, İzlanda'da % 8,6 ve % 47,7, Portekiz'de % 8,0 ve % 51,1 ve Fransa % 7,4 ve % 22,2 olarak gerçekleşmektedir. Türkiye'de ise turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı %3,8 olarak gerçekleşmektedir (OECD, 2020).

Turizm döviz girdisi sağlar, bölgesel kalkınmayı güçlendirir, çok sayıda iş ve işletmeyi doğrudan destekler ve birçok yerel topluluğun temelini oluşturur. Emek yoğun bir sektör olarak, OECD ülkelerinde ortalama olarak istihdamın % 6,9'una doğrudan katkıda bulunmaktadır. Dünya'da ise turizm sektörü, istihdamın ortalama % 7,4'üne doğrudan katkı sağlarken, toplam istihdamın ortalama % 10'una katkı sağlamaktadır. Turizm istihdam yaratan önemli bir sektördür ve normal şartlarda düşük vasıflı kişiler, göçmenler, kadınlar, öğrenciler ve yaş almış çalışanlar için çeşitli istihdam fırsatları sağlamaya yardımcı olabilir niteliktedir. Turizm istihdamının payı, İzlanda'daki toplam istihdamın % 15,7'sini, İspanya'da % 13,5'ini, İrlanda'da % 10,3'ünü, Yunanistan'da %10,0'ünü ve Portekiz'de % 9,8'ini temsil etmektedir. Türkiye'de ise bu oran ortalama % 7,7'dir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'ne (WTTC) göre ise, Covid-19 pandemisi nedeniyle küresel Seyahat ve Turizm'de 75 milyona kadar kişinin işini kaybetme riski altında olduğu tahmin edilmektedir. Dolayısıyla turizm sektörü, istihdamı, vergi gelirlerini, döviz girişini ve kendisi ile ilişkili diğer sektörleri etkilemektedir. WTTC'nin araştırmasına dayanan endişe verici rakam, 2020'de dünya turizm ekonomisinde kaybin 2,1 trilyon dolara kadar olacağını göstermektedir.

Diğer yandan, Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA), küresel hava taşımacılığı gelirlerinin bu yıl % 5 azalacağını tahmin etmekte, bu da 29,3 milyar dolar daha az gelir anlamına

gelmektedir. Virüsün seyahat talebi üzerindeki mevcut etkisi göz önüne alındığında, otel endüstrisi her hafta 1,4 milyar dolar gelir kaybetmektedir. Bu nedenle turizm sektörünün etkilenmesi dünya ekonomisine de çok yönlü etkileyecektir. Böylece seyahat kısıtlamaları, uçuş yasakları ve tüm ülkelerde yaşanan iptaller, sektörü ve çalışanları ciddi anlamda tehdit etmektedir. Martın son haftası itibarıyla hava yolculuğu % 34,02, konaklama ve otellere talebin % 39, araç kiralamanın da % 33 düştüğü görülüyor. Bunun yanında haber ve medya sektörü % 2,07, teslimat sektörü ise % 7,8 artmıştır. Nitekim seyahat ve turizm sektörünün yavaş toparlanma gösterecek sektörlerin başında olduğu da ifade edilmektedir. Bunlara ilave olarak, Türk Hava Yolları (THY) ve Pegasus hisse senetleri % 5,6 ile % 4,9 düşmüş durumdadır. Herhangi bir gelir akışı olmazsa, THY'nin iki aydan biraz fazla, Lufthansa'nın 51 gün ve dünyanın pek çok havayolu şirketinin ise faaliyetlerini en fazla beş ay sürdürebileceği ifade edilmektedir. Turizm uzmanları tarafından, dünya genelindeki toplam 20.000 civarındaki uçağın sadece 1.000'e yakınının havada olduğu, onlarında genellikle kargo amaçlı uçtuğu belirtilmektedir. Diğer bir deyişle, seyahat sektörünün % 90'ndan fazlası durmuştur. Bu, havayollarının işletme gelirlerinde 88 ila 116 milyar dolar arasında potansiyel bir kayıp yaratacaktır (<https://www.muglayenigun.com/yerel-haberler/mugla-sitki-kocman-universitesi-iktisadi-ve-idari-bilimler-fakultesi-ogretim-uyesi-prof-dr-ozan-bahar-kontrollu-ve-saglikli-turizm/>).

Daha önce de ifade edildiği üzere Sars virüsü, kuş gribi gibi salgın hastalıklar otellerin, havayolu şirketlerinin, acentelerin kayıplar yaşamasına neden olmaktadır. Covid-19 pandemisinde de küresel olarak, oteller virüs yayılma seviyesine bağlı olarak daha düşük doluluk oranları yaşayacaktır. Örneğin büyük otel zincirleri 2020'de hisse senedi fiyatlarındaki düşüşü görmeye başlamıştır. 18 Mart tarihi itibarıyla Marriott hisse senetleri % 62 oranında düşmüş, MGM tatil köyleri hisse senedi fiyatları ise % 75 oranında düşüş yaşamıştır (OECD, 2020). Hilton CEO'su Chris Nassetta, koronavirüs nedeniyle şirketin büyük bir kayıp yaşadığını ifade etmiştir. Chris Nassetta'ya göre, gerçekleşebilecek tahmini zarar 25 milyon dolar ile 50 milyon dolar arasındadır (Houqua vd., 2020).

Türkiye'de Covid-19 sürecine yönelik bir değerlendirme yapıldığında, 10 Mart'ı 11 Mart'a bağlayan gecenin ilk saatlerinde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, koronavirüs (Covid-19) salgını ile ilgili olarak bir vatandaşın sonuçlarının pozitif çıktığını belirtmişti. Daha sonra Türkiye, 13 Mart 2020 itibarıyla 9 Avrupa ülkesine yönelik uçuşları askıya alma kararı aldı. 21 Mart 2020 itibarıyla da Türkiye'den uçuşların yasaklandığı ülke sayısı 68 oldu (Bişkin, 2020). Dolayısıyla Covid-19 nedeniyle Türkiye'de Mart 2020 tarihi itibarıyla seyahat kısıtlamalarının başladığı görülmektedir. 2019 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı, 45.058.286 kişi olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'de Covid19 vakasının görüldüğü ay olan Mart 2019'da gelen ziyaretçi sayısı 2.232.358 kişi olarak gerçekleşirken, Nisan ayında 3.293.176 kişi olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında ortalama kişi başı harcama ise 666 Dolar olarak gerçekleşmiştir (TÜRSAB, 2020). Dolayısıyla kısıtlamanın olduğu Mart ve Nisan ayı içinde ortalama kayıp 3,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Mart ve Nisan ayında ziyaretçi sayısı Mayıs, Haziran, Temmuz aylarına göre daha düşük düzeyde seyretse de salgının kontrol altına alınmaması durumunda bu kayıp artarak devam edecek ve Türkiye'de ortalama 30 milyar dolarlık bir kayıp yaşanmış olacaktır.

Çoğu ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de işsizlik önemli ekonomik sorunların başında gelmektedir. Hizmetler sektörü içinde yer alan turizm emek yoğun bir sektördür ve bu sektör tüm ülkeler için işsizlik sorununa bir çözüm olarak algılanmıştır. Türkiye ekonomisinde turizmin istihdama katkısı incelendiğinde turizm sektörünün toplam istihdam içerisinde aldığı payın genelde

% 8 civarında gerçekleştiği görülmektedir (Şit, 2016). Tablo 2, turizm sektöründe sigortalı çalışan sayısını göstermektedir. Yayınlanan son verilere göre, 2018 yılı itibarıyla konaklama, yiyecek ve içecek hizmetleri, seyahat acentesi, tur operatörü hizmetleri, spor, eğlence ve dinlence faaliyetleri ile havayolu taşımacılığında çalışan toplam sigortalı sayısı 1.021.438 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 2. Turizm sektöründe sigortalı çalışan sayısı

Faaliyet kodu	Faaliyet grubu	İşyeri sayısı	Zorunlu sigortalı sayısı	Ortalama günlük kazanç
55	Konaklama	18.660	226.760	105,87 TL
56	Yiyecek Ve İçecek Hizmeti Faal.	122.194	668.387	79,93 TL
79	Seyahat Acentesi, Tur Oper.Rez.Hiz	8.526	47.727	120,04 TL
93	Spor, Eğlence ve Dinlence Faal.	8.747	51.022	115,66 TL
51	Havayolu Taşımacılığı	292	27.542	363,77 TL
Toplam		158.419	1.021.438	113,41 TL

Kaynak: SGK (2018) İstatistik Yılları incelenerek yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye’de turizm sektöründe çalışanların belirli bir oranı 12 ay süreyle sigortalı olarak çalışmaktadır. Bu durum sektörün mevsimsellik özelliğinden kaynaklanmaktadır. Bu kişiler de genellikle üst düzey departman yöneticileri ile rezervasyon, muhasebe gibi belli başlı departmanlardaki sınırlı sayıdaki personellerden oluşmaktadır. Özellikle Türkiye’nin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Antalya’da sektörde çalışan personel ortalama 4,5 ay gibi süreyle sigortalı olarak çalıştırılmaktadır. Dolayısıyla turizm sektöründe çalışan personelin ortalama %70’i işsizlik sigortasından da faydalanamamaktadır.

Avrupa, %51’lik payı ile dünyada en çok turist alan bölge durumundadır. Diğer bir deyişle, turizmin merkezi olan bir kıta ve ülkedir. 2018 yılında dünyada en çok turizm harcaması yapan ülke verileri incelendiğinde, önde gelen ilk üç ülkenin Çin, ABD ve Almanya olduğu görülmektedir. Bu ülkeleri sırasıyla, İngiltere, Fransa, Avustralya, Rusya Federasyonu, Kanada, Güney Kore ve İtalya izlemektedir (UNWTO, 2018). İlk onda yer alan söz konusu ülkeler, dünya nüfusunun yaklaşık dörtte birine karşılık gelmekte ve turizm harcamaları açısından piyasa payının toplam %55,9’unu meydana getirmektedir. ABD dünya GSYH’nın %23’ünü, Çin ise %16’sını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, dünya GSYH’nın %2, ABD’nin %2,3, Çin’in % 0,1, İngiltere’nin % 1,5, AB’nin % 6,5 ve Türkiye’nin % 3 küçüleceği öngörülmektedir. Bu ülkelerin hemen hemen hepsi şu anda pandemi ile mücadele etmektedir. Bu da dünya genelinde turizm talebinin daralması ve hatta tamamen durması anlamına gelmektedir. Türkiye’de turizm talebinde bu ülkelere bağımlı olduğundan, toparlanmanın zaman alacağı muhtemeldir.

Şu anda Covid-19’un ekonomik etkisini net bir şekilde tahmin etmek mümkün değildir. Ancak pandeminin turizm sektörünü olumsuz yönde etkileyeceği hem önceki çalışmalar hem de şu an yayınlanan veriler ışığında ortadadır. Ali ve Çobanoğlu (2020) Mart ayının üçüncü haftasında 28 ülkeden 2.000’den fazla yolcu ile bir çalışma yapmışlardır. Çalışmanın amacı, katılımcıların pandemi sırasında seyahat davranışlarını ortaya koymaktır. Çalışma, gezginlerin % 63,8’inin gelecek 12 ay içinde seyahat planlarını azaltacağını ortaya koymuştur. Buna ilaveten yarısından fazlasının, koronavirüs nedeniyle iş seyahatlerini hemen iptal ettiği yönündedir. Çalışma sonuçları, 2019 yılına göre havayolu, otel ve restoran gibi işletmeleri içeren seyahat endüstrisinin 2020 yılında %50 oranında küçüleceğini ve bu da önemli bir iş ve gelir kaybı anlamına geleceğini

öngörmektedir. Dolayısıyla yapılan bu çalışma da göstermektedir ki sektör pandemiden etkilenecektir. Burada önemli olan nokta pandeminin kontrol altına alınmasından sonraki süreci doğru yönetmektir. Bu bağlamda öne çıkan nokta kontrollü ve sağlıklı turizmi geliştirmektir.

4. Kriz yönetimine yönelik bir öneri: Kontrollü ve sağlıklı turizm

Kriz yönetimi, büyük bir krizi hem öngörmek hem de bunlarla başa çıkmak için stratejik bir planlama çerçevesi sunar. Kriz gelişiminin doğasına göre, kriz yönetimi dört aşamaya ayrılabilir (Yu vd., 2006)

- (1) kriz öncesi aşama;
- (2) akut kriz aşaması yani krizin ortaya çıktığı ilk aşama;
- (3) kronik kriz aşaması ve
- (4) inceleme aşaması.

Kriz öncesi aşama, potansiyel krizlerin etkilerini önlemek veya azaltmak için önlem alınabildiği zamandır. Her otel, büyüklüğüne, konumuna ve kaynağına bakılmaksızın, spesifik krizlerin genel olarak turizm endüstrisini ve özellikle kendi kuruluşlarını nasıl etkileyebileceğine dair sağlam bir anlayış geliştirmelidir. Akut kriz aşaması, krizin etkilerinin hissedildiği ve geri döndürülemediği andaki noktayı ifade eder. Bu aşamada, kriz yönetimi komuta merkezi kurulması ve tesislerin güvenliğini içeren yönetim müdahaleleri, mobilizasyon ve eylem üzerinde durulur. Kronik kriz aşaması, kendi kendini analiz ve iyileşme dönemidir. Bu aşamada vurgu kurtarma ve yeniden yapılanma üzerinedir. Kronik evre sırasındaki bir hasar denetimi yapılmalı, çeşitli sistemleri izlenmeli, çalışanlar da dâhil olmak üzere mağdurlara danışmanlık yapılmalı, tüketici güvenini geri kazanma ve yatırım planları geliştirilmelidir. İnceleme aşaması ise kuruluşun planlama konusunda neyin doğru gittiğini ve nerelerde iyileştirmeler yapılabileceğini de içeren bir bütün olarak krize genel bir bakışı ifade eder. İnceleme aşaması, rutin geri yükleninceye kadar gerçekleşmez (Tew vd., 2018).

Krizi yönetmek konunun sadece ekonomik etkileri üzerine odaklanmanın da ötesindedir. Geçmiş pandemilerden öğrenilen dersler aslında Covid-19 virüsü için de geçerlidir ve şöyle sıralanmaktadır (Jamal ve Budge, 2020):

- Olası / gerçek bir salgının kaotik başlangıç aşamasında, sakinler ve yerel topluluklar için sorumluluk ve özen gereklidir.
- Ağırlama endüstrisindeki hizmet sağlayıcılar ve çalışanlar, yeni koronavirüsü taşıyacaklarından korktukları için misafirlerin uygunsuz bir şekilde geri çevrilmeyecek şekilde bilgili ve hazır olmalıdır.
- Proaktif stratejik müdahale planının bir parçası olarak kilit turizm ve konaklama paydaşları ile yerel ve bölgesel halk sağlığı yetkilileri arasındaki iletişim kanalları açık kalmalıdır.

Bu noktada kontrollü ve sağlıklı turizmin geliştirilmesi hem kriz aşamasında hem de krizden sonraki süreçte turizmin sürdürülebilirliği ve krizin en az hasarla üstesinden gelinmesi açısından gereklidir. Kontrollü ve sağlıklı turizm, özellikle konaklama ve ulaşım hizmetlerinde konukların ve sektörde çalışanların sağlığını ve hijyenini ön plana çıkaran, çalışanların sektöre güvenmeleri için istihdam edilebilirliğini devam ettiren hem çevreye hem de yerel halkı dikkate alan bir turizm modelidir diyebiliriz. Şöyle ki; Avrupa Birliğinin (AB) nüfusu yaklaşık 520 milyondur. Bunun da 125 milyonunu yaşlı nüfustur ve bu sayı sürekli artmaktadır. Bu yaşlı nüfusun %1'inin

Türkiye'ye gelmesi ise 1 milyon 250 bin kişinin tatil amaçlı ülkemizi tercih etmesi anlamına gelmektedir. Yaşlı nüfus aylık 4 bin Euro'nun biraz üzerinde sağlık harcaması yapmaktadır. Bu harcamayı 5-6 ay boyunca ve tatillerini sıcak bölgelerde geçirerek yapmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin yaş almış bir turistten yıllık 20-25 bin Euro gelir elde etme potansiyeli vardır. Önümüzdeki 6 yıllık süreçte Dış İşleri Bakanlığı'nın altındaki AB Başkanlığı, 20 milyar doları medikal turizmden, 25 milyar doları da 55 plus denilen ziyaretçiden olmak üzere toplam 45 milyar dolar sağlık turizminden gelir elde etmeyi amaçlıyor. Dolayısıyla sağlık turizmi bu süreçte iyi değerlendirilirse, hastaneleri, çalışanları, yatakları, turistik tesisleri dinamik hale getirerek, kadrolarını güçlendirerek, sadece sağlık turizminden 45-50 bin dolar gelir elde edilebilir. Gerçekten ciddi bir yapılanmayla ziyaretçileri kış aylarında da Türkiye'ye çekip, bu hastanelerin olduğu destinasyondaki oteller aktif hale getirilebilir. Türkiye'ye bir saat uçuş mesafesinde olan 12; 4 saat uçuş mesafesinde olan 57 ülke vardır. Bu 57 ülke nüfusunun toplamı ise 1,5 milyar dolaylarındadır. Bu insanların kaliteli ve ucuz sağlık hizmeti alması noktasında Türkiye oldukça önemli bir arza sahiptir. Türk hekimleri artık sağlık hizmeti konusunda çok iyi eğitilmiştir. Eskiden Türk hekimleri yurt dışına giderek eğitim alırken, şimdi Türk hekimler yabancı hekimlere eğitim vermektedir. Öte yandan, ülkelerdeki sağlık harcaması her geçen gün artmaktadır. Günümüzde sağlık turizmi kapsamında tüm dünya genelinde 30 milyonluk bir hasta trafiği bulunmaktadır. Şu an ki pazarın büyüklüğü ise 500 milyar dolardır. Böylesi bir pazardan Türkiye'nin aldığı pay %1 ile 5-6 milyar dolar civarındadır. İlerleyen süreçte bu payın %1'den, %10'a çıkması 50 milyar doların ülkeye döviz girdisi olarak girmesi demektir. 2023 yılında, bu pazarın 1 trilyon dolara çıkması beklenmektedir. 1 trilyon doların %10'u, 100 milyar dolar etmektedir. Türkiye'nin sağlık turizminde kazanacağı bu gelir, Türkiye'nin dış ticaret ile cari açığının otomatik olarak kapanması anlamına gelmektedir. Nitekim İstanbul, Antalya, Muğla gibi sağlık hizmeti veren üniversite hastanelerinin olduğu yerlere çekilecek turistler oldukça önemlidir. Türkiye'nin sağlık hizmetini ve kalitesini, pandemi sürecinde, Avrupa'da çok da iyi sağlık hizmeti alamayan Avrupalı vatandaşlara rahatlıkla pazarlamak mümkündür. Bundan sonra değişecek olan tatil anlayışında, sağlık hizmeti ile turizm hizmetini birleştirerek ürün sunmak Türkiye'nin turizmden elde edeceği geliri de arttıracaktır (<https://www.muglayenigun.com/yerel-haberler/mugla-sitki-kocman-universitesi-iktisadi-ve-idari-bilimler-fakultesi-ogretim-uyesi-prof-dr-ozan-bahar-kontrollu-ve-saglikli-turizm/>).

İşletmeler satış, pazarlama, hizmetin sunumu ve dizaynı, hijyen, sağlık ve pek çok alanda artık daha dinamik olmak zorundadırlar. Bu süreçten sonra hijyen ve temizlik başta olmak üzere insanların tatilde aradığı şeyler değişecektir. Örneğin otellerdeki ortak kullanım alanları, havuzlar, asansör düğmeleri, oda kapı kolları, odalardaki kumandalar, tuvalet ve banyolar, açık büfe restoranlar vb. birçok şeyin temizliği oldukça önemlidir. Her ne kadar sektörde otellerin tercih edilebilirliğinde hijyen ön planda olsa da artık konuklar hijyen konusunda daha fazlasını talep edeceklerdir. Temizlik, hijyen ve sağlık açısından tasarlanacak görsel ve yazılı mesajlar değişik reklam mecraları ile sosyal medya hesaplarında sürekli paylaşılmalıdır.

Pandemiden sonraki süreçte algıyı iyi yönetmek de gereklidir. Otel içerisindeki temizlik görevlileri günün her saati ellerinde temizlik malzemeleri sürekli temizlik yapmalı ve turistler bunları görmelidir. Otellerdeki sağlık personeli sayısı artırılmalıdır. Gün içerisinde turistlerin ateşi belirli kontrol noktalarında ölçülmelidir. Hem havayolu firmaları hem de konaklama işletmeleri konuklardan hastanelerden alacakları bir sağlık raporunu virüs tamamen ortadan kalkana kadar talep etmelidir. Yöresel tarımsal ürünlerin öne çıkartıldığı taze meyve suları ve detoks tarzı ürünlerin sunulacağı büfeler otelin birçok noktasına konulmalıdır. Algı yönetimi, daha sağlıklı yaşam ve tatil yapmak düşünce ile entegre edilerek iyi kullanılmalıdır.

Bunlara ilave olarak, kişiye özel seyahatler, ekolojik seyahatler, sağlık yaşam-spa seyahatler, gurme seyahatler, yavaş (slow-city) seyahatler, sosyal sorumluluk seyahatler daha fazla tercih edilebilir olacaktır. Kitle turizminin yerini alacak olan yeni seyahat eğilimleri aynı zamanda sürdürülebilirliği de destekler niteliktedir.

Otellerin, havayolu firmalarının ve restoranların hijyen konusunda alacakları birçok önlemin yanı sıra turizm işletmeleri personel desteğini de hem kriz sürecinde hem de kriz sonrasında göz ardı etmemelidir. Bu konu en az, yeniden talebi artırtma kadar önem arz etmektedir. Çünkü personel bu süreçte sektörden gerekli desteği alamazsa kendine farklı alternatif iş olanakları arayacak ve sektöre olan güvenini yitirecektir. Marriott, SARS salgını sırasında operasyonları gözden geçirme şansını yakalamış. Otel, personelinin hiçbirine izin vermemiş, ücretsiz izin teşvik edilmiştir. Bu süreçte bazı personeller yeniden eğitilmiş ve görevlendirilmiş, birçoğu ekstra temizlik önlemlerine katılmıştır (Pine ve McKercher, 2004). Dolayısıyla sektör şu an elinde bulundurduğu personeli ücretsiz izne göndermek yerine bu sürecin sonsuza kadar sürmeyeceğini dikkate alıp, personel desteğini de göz ardı etmemelidir.

5. Sonuç

Turizm sektörüne yönelik talep şokunun boyutu ve ekonomik olarak sektörün ne düzeyde etkileneceği salgının ne kadar süreceğine bağlıdır. Hatta salgın bittikten sonra veya etkili bir aşu bulunduktan sonraki süreçte insanların tatile çıkma eğilimlerinin ne düzeyde seyredeceği henüz net değildir. Turizm sektöründeki kayıpların tümüyle önlenmesi mümkün değildir. Bunun nedeni de üretilen hizmetin depolanamaması ve tüketicinin yani turistin ürünün üretildiği yere gelmesinden kaynaklanmaktadır. Tarım dâhil diğer tüm sektörlerde üretilen her çeşit ürünü bir şekilde muhafaza ya da stok etme şansı varken, seyahat ve turizm sektöründe ne yazık ki bu mümkün değildir. Bir otel odasını veya bir uçak koltuğunu, yaşanan herhangi bir ekonomik vb. kriz ortamında depolamak veya stok etmek imkânsızdır. Yatırımların geri dönüş süresinin 7 ila 10 yıl olduğu bu sektör -ki imalat ve diğer sektörlerde 1 ila 3 yıldır- en riskli sektör konumundadır. Ürün hizmet olduğu için, depolama ve stok edilemediğinden ikamesi söz konusudur ve riski dağıtma şansı da yoktur. Diğer bir deyişle, pandemi sürecinden geçilen bu dönemde işletmelerin satamadığı ve iptal edilen çok sayıda otel odası ya da uçak koltuğu zarar olarak işletmelere geri dönmektedir. Bu durumda iyi tasarlanmış politika önlemleriyle bile yaşanan bu kayıpların önlenmesi olanaklı değildir ancak en aza indirilebilir. Genişlemeci iktisat politikalarına bu dönemde gereksinim duyulmaktadır. Türkiye’de ekonomi yönetimi pandeminin ortaya çıktığı yıl olan 2020 yılında bu dönemde 100 milyar liralık bir paket açıklamıştır. Bu paketin turizmle ilgili olan başlıkları şöyledir:

- Konaklama, yiyecek içecek sektörleri için muhtasar ve KDV tevkifatı ile SGK primlerinin 2020 yılının Nisan, Mayıs, Haziran ödemelerinin altışar ay süre ile ertelenmesi,
- Konaklama vergisinin Kasım ayına kadar uygulanmaması,
- Otel kiralamalarına ilişkin irtifak hakkı bedelleri ve hasılat payı ödemelerini Nisan, Mayıs ve Haziran ayları için 6 ay süre ile ertelenmesi,
- İç hava yolu taşımacılığında üç ay süre ile KDV oranının %18’den %1’e düşürülmesi.

GSYH’nin sadece %2,3’ü olan 100 milyar liralık bu ilk paketin sektör için son derece yetersiz olduğu ortadadır. Çünkü açıklanan ilk pakette ne yazık ki turizm sektöründe istihdam eden kişilere yönelik herhangi bir destek bulunmamaktadır. Kore’de ise seyahat ve turizm endüstrisi bu süreçte 'özel istihdam destek sektörü' olarak belirlendiğinden, turizm şirketleri işçilerine ücretli

izin verebilmektedir. İtalya’da ise Covid-19 nedeniyle işini kaybeden mevsimlik turizm işçilerine Mart ayı için 600 Euro tutarında özel bir tazminat ödeneceği bildirilmiştir (OECD, 2020).

Turizm sektörü Türkiye ekonomisi için oldukça önemli bir sektördür. Çünkü Türkiye’de 2018 yılı içerisinde turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı %3,8’dir. Turizmde istihdam eden kayıtlı kişi sayısı ise 2018 yılında 1 milyonun üzerindedir (TUİK, 2020). Dolayısıyla turizm sektörüne yönelik ek bir ekonomi paketine ihtiyaç bulunmaktadır. Özellikle istihdama yönelik alınacak önlemler ve devletin turizm sektörüne müdahalesi turizmde istihdam eden kişilerin de sektöre olan güvenini olumlu yönde etkileyecektir.

Türkiye açısından bir değerlendirme yapılacak olursa, turizm çeşitlendirilmeli, agro, eko, çiftlik turizmi ile organik tarım turizmle entegre edilerek ürün pazarlanmalı ve sunulmalıdır. Ülkenin Akdeniz bölgesindeki en yeni tesislere sahip olduğu, misafirlerin temizlik, hijyen, sağlık gibi konularda rahatlıkla ve güven içerisinde tatilini geçirebileceği tüm reklam mecraları ile sosyal medyada sürekli vurgulanmalıdır. Böylece, ülkedeki tarihi eserler ile zengin ve benzersiz tarımsal ürün çeşitliliği iyi kullanılmalı ve çok iyi bir stratejiyle de pazarlanmalıdır. “Medikal turizm, termal turizm, 55 plus denilen ileri yaş, bakıma muhtaç yaşlı turizmi ve engelli turizmi” olarak ifade edilen sağlık turizmini, pandemi krizi açısından Türkiye olarak iyi değerlendirilmesi son derece önemlidir.

Turizm, birçok ulusal ekonominin önemli bir parçasıdır. OECD ülkelerinde GSYİH’nın ortalama %4,4’üne ve istihdamın ortalama %6,9’una doğrudan katkı sağlamaktadır. UNWTO’ne göre, Dünya GSYİH’nın %10 ile istihdamın %10,1’ini oluşturmaktadır. Dünyada her 10 kişiden biri turizmde istihdam etmektedir. Bu durum özellikle turizm sektörüne bağımlı ülkelerde, şehirlerde ve bölgelerde önemli makroekonomik etkilere dönüşecektir. Birçok hükümet, sektördeki bu olumsuz durumu bertaraf etmek ve toparlanmayı kolaylaştırmak için turizme özgü tedbirler almaktadır. Ancak bu tedbirlerin daha fazla ve daha koordineli bir şekilde yapılması gerekmektedir. Covid 19 pandemisi ile ilişkili üzerinde durulması gereken üç konu vardır (OECD, 2020: 3):

1. İnsanları korumak: Ziyaretçileri (örneğin; bilgi, ülkesine geri dönüş yardımı, tüketicinin korunması) ve turizm çalışanlarını (örneğin, gelir desteği sağlanması) korumak,
2. İş dünyasının hayatta kalmasını sağlamak: Turizm tedarik zinciri boyunca ve özellikle nakit akışı destekleri de dâhil olmak üzere KOBİ’leri desteklemek,
3. Koordinasyon mekanizmalarının devreye sokulması (örneğin; özel sektör, hükümet ve akademisyen işbirliği, verilerin zamanında ve doğru olarak sağlanması, kısa, orta ve uzun vadeli koordineli politika).

Hükümetler ve turizm endüstrisi paydaşlarının eskisinden daha fazla olarak krizlerin seyahat ve turizm üzerindeki maliyet, risk ve etkilerini göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Zaman zaman yaşanan salgın hastalıklar aslında turizm sektöründeki değişimin de habercisi durumundadır. Bu bağlamda turizm paydaşları proaktif yaklaşımlar sergilemeli ve küresel yaşanabilecek krizlere yönelik eylem planlarını hazırlamak durumundadırlar. Bununla birlikte bundan sonraki süreçte kontrollü ve sağlıklı turizme yönelik aksiyonların alınması hem gelecekte hem de şu anda turizmin daha sürdürülebilir olması açısından önemlidir.

Özetle, ziyaretçi beklentilerinde çok büyük/radikal değişimler olacağı herkes açısından hem fikir olunan önemli bir konudur. Ziyaretçi beklentilerindeki büyük değişimlere hızlı, güçlü ve etkili yanıt verebilen, yenilikçi deneyimler üretebilen destinasyonlar bu iş bittiğinde ayakta

kalacaktır. Bundan sonra otellerin ya da seyahat acentelerinin web sayfalarına Covid-19 ile yapılan mücadele de ne kadar başarılı olduklarına ilişkin, insanların gönül rahatlığıyla sorunsuz bir şekilde tatillerini güvenle geçirebilecekleri bir yer olduğunu gösteren materyaller koymaları önemli olacaktır. Ziyaretçinin destinasyon seçiminde Covid-19 ile ilgili yetkili bir STK, kurum ya da kuruluşun alınmış sertifika, otelin temizlik ve hijyene verdiği önemi gösteren video, fotoğraf vb. materyaller oldukça önem arz edecek konular arasındadır.

Dolayısıyla Türkiye’de turizm yatırımları her zaman için özel önem taşıyan yatırımlar olarak değerlendirilmektedir. Böylece, turizm ve seyahat sektörünü ilgilendiren tüm kanuni düzenlemelerin Turizm Bakanlığı altında ve tek çatı altında toplanması gerekmektedir. İç turizm pazarına gereken önem verilmeli ve fiyatlar ülke insanının yararlanabileceği şekilde revize edilmelidir. OECD ülkelerinde iç pazarın büyüklüğü %77, Fransa ve İtalya’da ise %65’ler düzeyindedir (Turizm Bakanlığı, 2017). İç pazar, sadece kriz dönemlerinde bir kurtuluş olarak değil, her zaman değer verilen bir pazar olmalıdır. En büyük tur operatörü olan TUI, 2021 satışlarını açmıştır. Yerli ve yabancı turistlere yönelik aynı konut sektöründe ki gibi şimdiden ön ödemeli tatil paketi almaya teşvik edici politikalar geliştirilebilir. Gelecek yılın hizmetinin, tanıtım ve reklam kampanyalarıyla bu yıldan ekonomik paketlerle satılması sağlanabilir.

Küresel ekonomik ve politik sistemin değişmemesi artık mümkün değildir. Bakış açıları hem üretici ve hem de tüketici için tamamen değişecektir. Temizlik, hijyen, dijitalleşme ve dijital (sanal) ekonomi yeni trendler olacaktır. Kısacası artık yüksek ihracat geliri elde etmek için yeni ürün ve pazarlar geliştirmek gerekmektedir. İş modellerini, organizasyonel yönetim ve inovasyon metotlarını yeniden gözden geçirmek; dezavantajlı gibi görünen mevcut durumu avantajlı hale getirmesi açısından önemlidir.

Kaynakça

- Akış Roney, S. (2018). *Turizm Bir Sistemin Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ali, F. ve Çobanoğlu, C. (2020). “Global tourism industry may shrink by more than 50% due to the pandemic”, <https://theconversation.com/global-tourism-industry-may-shrink-by-more-than-50-due-to-the-pandemic-134306>, (Erişim Tarihi: 24.04.2020).
- Aydoğuş, O. (2020). Salgın ve Ekonomik Kriz. *İktisat ve Toplum Dergisi*, 114, s. 11-17.
- Bahar, O. (2020). “Kontrollü ve Sağlıklı Turizm”, <https://www.muglayenigun.com/yerel-haberler/mugla-sitki-kocman-universitesi-iktisadi-ve-idari-bilimler-fakultesi-ogretim-uyesi-prof-dr-ozan-bahar-kontrollu-ve-saglikli-turizm/>, (Erişim Tarihi: 16.04.2020).
- Bahar, O. ve Balmumcu Ö. (2010), “2008 Küresel Mali Krizinin Turizm Sektörüne Yansımaları”, I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, Nevşehir, 27-30 Mayıs 2010: 894-909.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2008). *Tourism Economics Concepts and Practices*. New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm ve Rekabet*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bişkin, C. (2020). Gün Gün Coronavirüs salgınının turizme yansımaları. <https://www.turizmgunlugu.com/2020/03/21/coronavirus-ve-turizm/>. (Erişim tarihi: 23.04.2020).
- Dündar, Y. ve Bahar, O. (2020), *Turizm Güvenliği*, Ankara: Gazi Kitabevi, 2020.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I. ve Abdul Hamid, A.B. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China, *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1).
- Jamal, T. ve Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of Tourism Futures, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/jtf-02-2020-0014>

- Johns Hopkins University CSSE <https://github.com/CSSEFISandData/COVID-19>, Erişim Tarihi: 18.04.2020, 15.19 Türkiye saati).
- Kuo, H. I., Chen, C. C., Tseng, W. C., Ju, L. F., & Huang, B. W. (2008). Assessing impacts of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia. *Tourism Management*, 29(5), 917–928.
- Lee, C. C., ve Chen, C. J. (2011). The reaction of elderly Asian tourists to avian influenza and SARS. *Tourism Management*, 32(6), 1421–1422.
- McKibbin, Warwick J. and Fernando, Roshen, The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios (March 2, 2020). CAMA Working Paper No. 19/2020. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3547729> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3547729>.
- OECD (2020). Tourism Policy Responses, https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- Okumuş, Fevzi, Altınay, M. ve Arasli, H. (2005). The impact of Turkey's economic crisis of February 2001 on the tourism industry in Northern Cyprus, *Tourism Management* 26, 95–104.
- Pine, R., ve McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 139–143.
- SGK (2018). SGK İstatistik Yıllıkları. http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari, Erişim Tarihi: 19.04.2010.
- Sönmez, Sevil, Heila J. Backman ve Lavrence R. Ailen, (1994), Managing Tourism Crisis: A Guidebook, Clemson Sc: Clemson University.
- Styrk, J. (2020, Mart). Top 100 Fastest Growing&Declining Categories in E- Commerce, <https://www.stackline.com/news/top-100-gaining-top-100-declining-e-commerce-categories-march-2020>, (Erişim Tarihi: 18.04.2020).
- Şit, M. (2016). Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1): 101-117.
- Taymaz, E. (2020). Covid 19 Tedbirlerinin Ekonomik Etkileri ve Politika Önerileri, <https://sarkac.org/2020/03/covid-19-tedbirlerinin-ekonomik-etkileri-ve-politika-onerileri>, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- Tapiki, S. T. (2012). The Impact of Economic Crisis on Tourism and Hospitality: Results from a Study in Greece. *Central European Review of Economics and Finance*, 2(1):19-30
- Tew, P. J., Lu, Z., Tolomiczenko, G., & Gellatly, J. (2008). SARS: Lessons in strategic planning for hoteliers and destination marketers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(3): 332-345.
- Turizm Bakanlığı, (2017). 3. Turizm Şurası Tam Zamanı Şura Kitabı, Ankara: Turizm Bakanlığı Özel Matbaası.
- TÜRSAB (2020). Turizm İstatistikleri. <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri>, Erişim Tarihi: 23.04.2020.
- UNWTO (2018), *UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition*, UNWTO, Madrid.
- UNWTOa (2020, Nisan). Covid - 19 Related Travel Restrictions A Global Review For Tourism, https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/TravelRestrictions_0.pdf, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- UNWTOb (2020, Mart). Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism, <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-03/24-03Coronavirus.pdf>, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- WTTC (2020). The Domino Effect of Covid-19, <https://wttc.org/en-gb/>, (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- Yu, L., Stafford, G. and Armoo, A.K. (2006), "A study of crisis management strategies of hotel managers in the Washington, DC metro area", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 19(2/3): 91-105.

Extended abstract in English

Tourism is widely regarded as the world's largest industry. For decades tourism sector growth has been a major contributor to increased economic activity throughout the world. It has created job, taxes and generating foreign currency earnings, in both large and small communities. Tourism increases employment opportunities. Additional jobs, ranging from low-wage entry-level to high-paying professional positions in management and technical fields, generate income and raise standards of living. Tourism improves local economy, tax revenues, public utilities infrastructure, transport infrastructure. It is also creating new business opportunities (Bahar & Kozak, 2012).

Crisis in the tourism sector is defined as threatening the ordinary activities of tourism-related businesses, creating the impression that the tourist area is not safe, local tourism enterprises are not able to perform their activities or continue their existence due to the decrease in tourism demand (Sönmez et al., 1994:2). Crisis in tourism includes three element: a triggering event causing significant change or having the potential to cause significant change; the perceived inability to cope with this change; and a threat to the existence of organizations, as well as of tourists and members of the tourism industry (Kapiki, 2012:19). The tourism industry is one of the most susceptible and vulnerable industries to crises.

Pandemic is described as an unprecedented crisis for the tourism economy. The COVID-19 pandemic, also known as the coronavirus pandemic was caused by the SARS-CoV-2 virus. This outbreak was triggered in December 2019 in Wuhan city of China. COVID19 continues to spread across the world and affect many sectors adversely. According to the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), in 2020, COVID-19 is required in international tourism; we predict a decrease of 45%. It predicts that if the recovery is postponed until September, this rate may increase to 70%. A faster recovery is expected in domestic tourism after the restriction measures, but after the improvement phase (OECD, 2020).

The tourism sector, which is becoming more and more important as an economic phenomenon today, is an important tool in generating income, business and tax revenues and alleviating the balance of payments problem. The demand elasticity of the tourism sector is quite high. Tourism sector is affected by events such as political problems, economic crises and epidemics faster than other sectors. In this context, the Covid-19 virus, which emerged in December 2019 and has been spreading globally since then, is an event that negatively affects the tourism sector as well as human health. The aim of this study is to conceptually demonstrate the economic effects of Covid-19 outbreak on the tourism sector. In the study, initially, the effects of previous crises on tourism will be examined and then the economic effects of Covid 19 virus on tourism will be evaluated using economic data. Also included within the scope of the study, the concept of controlled and healthy tourism is introduced.

Although the tourism sector is a sector sensitive to global geopolitical uncertainty, pandemic, economic fluctuation, and epidemic diseases, studies show that the sector has recovered rapidly and in some cases performed well despite the global crises. In contrast, Covid 19 virus is expressed as an unprecedented epidemic. Therefore, even though the data to be compared are not yet available, it is likely that the impact will be higher than other crises due to travel restrictions. The extent of the demand shock for the tourism sector and how much the sector will affect economically depends on how long the epidemic will last. In fact, it is not yet clear how much people

tend to go on vacation after the outbreak ends or after an effective vaccine has been found. It is not possible to completely prevent losses in the tourism sector.

Turkey has announced its first confirmed case of Covid-19 on 11 March. Firstly, Turkey decided to suspend flights from nine European countries due to the Covid-19 on 13 March 2020. And later, in accordance with decisions taken by the official authorities of the Republic of Turkey, all domestic and international flights have been suspended in order to protect public health against the novel coronavirus (COVID-19) pandemic. Consequently, it is seen that Turkey started travel restrictions due to Covid-19 as of March 2020. According to Turkish Travel Agencies Association (TÜRSAB) data, 45 million foreign visitors arrived in Turkey in 2019 and *the average tourist expenditure per capita was \$ 666*. 2,232,358 foreign visitors arrived in Turkey on March 2019 and 3,293,176 visitors on April 2019. Due to the travel restrictions, the average loss in March and April was 3.7 billion dollars. The number of visitors in March and April is at a lower level compared to May, June and July. If the outbreak is not controlled, These losses will continue to grow and will be experienced an average loss of \$ 30 billion in Turkey. So, this study will show that as a result of the Covid-19 pandemic it will be inevitable that lack of demand caused by the outbreak will lead to unemployment and income losses in the tourism sector.

Türkiye'nin COVID-19 pandemisi sırasında yaptığı uluslararası insani yardımların kavramsal çerçevesi

Conceptual framework of Turkey's humanitarian assistance during the COVID-19 pandemic

Onur Şen¹

Gönderilme tarihi/Received date: 29 / 04 / 2020

Kabul tarihi/Accepted date: 10 / 05 / 2020

Öz

Türkiye, COVID-19 (Koronavirüs)'ün Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilmesinden sonra birçok ülkeye virüsle mücadelelerinde katkıda bulunmak için insani yardımda bulunmuştur. İnsani diplomasinin bir parçası olan ve uluslararası insani hukuka dayanan insani yardım kavramı genel olarak dış yardımları konu alan akademik çalışmaların bir parçası olarak literatürde yer bulmaktadır. Kavramsal bir çalışma olan bu makale konuyla ilgili olan dış yardım, resmi kalkınma yardımları, kamu kalkınması yardımları, insani yardım, afet ve acil durum yardımları, insani diplomasi, afet diplomasisi gibi kavramların tanımlamalarını yaparak, bu kavramların akademik literatürde ve pratikte kullanımlarındaki tanımsal sorunların çözümüne katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Çizilen kavramsal çerçevede Türkiye COVID-19 pandemisi sırasında geleneksel olarak kamu kalkınması ve insani yardım yaptığı en az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin dışında, afet yardımları kavramı tanımına uygun olarak COVID-19'la mücadelede kendi kapasitelerinin üzerinde bir insani krizle karşı karşıya kalan gelişmiş ülkelere de yardımlarda bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: COVID-19, Koronavirüs, insani yardım, dış yardım, afet yardımları, afet diplomasisi

Abstract

Since COVID-19 (Coronavirus) has been declared as a pandemic by World Health Organization (WHO), Turkey has been giving humanitarian aid to countries with emergency medical supply needs in their struggle with the virus. Having its foundation in International Humanitarian Law and as a part of humanitarian diplomacy, humanitarian aid is a part of the foreign aid literature. This conceptual article aims to clarify definitions and usage of related concepts such as foreign aid, official development assistance, public development aid, humanitarian aid, disaster and emergency aid, humanitarian diplomacy, and disaster diplomacy. During COVID-19 pandemic, in addition to traditional recipients of Turkish official development aid composed of least-developed and developing countries, in line with disaster aid concept Turkey has helped several developed nations struggling with managing COVID-19 pandemic by their own means.

Keywords: COVID-19, Coronavirus, humanitarian aid, foreign aid, disaster aid, disaster diplomacy

1. Giriş

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından COVID-19 (Koronavirüs)'ün pandemi olarak ilan edilmesinden bu yana Türkiye çeşitli ülkelerin ve toplumların insani ihtiyaçlarına katkıda bulunmak adına virüsün yayılmasını önleyecek ve enfekte olan insanların tedavilerine yardımcı olacak tıbbi malzemelerin tedariki için insani yardımlar göndermektedir. "İngiltere, İtalya ve İspanya gibi önemli müttefiklerimiz de aralarından bulunduğu 34 ülkeye yardım elimizi uzattık"

¹Dr. Öğr. Üyesi, Mersin Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Mersin, Türkiye onursenacademic@gmail.com

açıklaması yapan Dışişleri Bakanlığı, Çin ve ABD'nin ardından Türkiye'nin dünyada en çok yardım yapan ülke olduğunu belirtti (DW, 2020) Benzer bir açıklamada Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Türkiye'nin 54 ülkeye test kiti, eldiven ve maske gibi tıbbi malzeme gönderdiğini belirtti (TRT, 2020). Türkiye'nin bu dönemdeki yardımları başta Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (TİKA) olmak üzere, Kızılay, Sağlık Bakanlığı, Savunma Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı ve Cumhurbaşkanlığı aracılığıyla koordine edilmektedir.

Türkiye'nin insani yardımları sadece COVID-19 pandemisi sırasında ortaya çıkmış bir durum olarak değil, özellikle 2000'li yıllarda Türk dış politikasının önemli bir parçası haline gelen insani diplomasi politikasının bir devamı olarak okunabilir. Gilley (2015)'e göre Türkiye'nin insani diplomasisini "orta güç aktivizmi"dir ve ülkenin 'küresel insani süper güç' olma yolundaki dönüm noktalarından biri dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 2011 yılındaki Somali ziyareti-dir (Gilley, 2015). 2000'li yıllardaki Türk dış politikasının mimarlarından olan Ahmet Davutoğlu'nun kaleme aldığı "Turkey's Humanitarian Diplomacy" başlıklı makalesinde dönemin Türk dış politikasını açıklayan en önemli prensiplerinden birinin insani diplomasi olduğunu belirtmiştir (Davutoğlu, 2013).

Bu makalenin amacı Türkiye'nin COVID-19 pandemisi sırasında yaptığı insani yardımların sebeplerini ve etkilerini araştırmak değildir. Benzer şekilde bu makale insani yardımların sebepleri ve olumlu ya da olumsuz etkileri üzerine yapılmış istatistiksel bir çalışma ya da karşılaştırmalı vaka analizi de değildir. Bu makalenin çıkış noktası Türkiye'nin COVID-19 pandemisi sırasında yaptığı insani yardımlarından feyz alarak arka plandaki kavramları netleştirmektir. Buradaki amaç konuyla ilgili araştırma yapacak olan akademisyenlere, düşünce kuruluşlarına ve öğrencilere referans olabilecek ve bu kavramları günlük tartışmalarda kullanan politikacılara, medya mensuplarına ve kamuoyuna kavramları netleştirebilecek bir kaynak yaratmaktır. Konunun genellikle yabancı kaynaklarda çalışılmış olması bazı kavramların Türkçeleştirilmesi ve tanımlanmasını gerekli kılmıştır. Bu anlamda makalenin Türkçe literatüre de katkıda bulunması amaçlanmıştır.

2. Dış yardımlarla ilgili kavramlar

Dış yardımlar literatüründeki en önemli sorunlardan biri de kavramların tanımlanmasıdır. Dış yardımlarla ilgili kavramların gerek tanımlanmalarında gerekse kullanımlarında uluslararası örgütler, akademisyenler, politikacılar ve kamuoyu arasında bir fikir birliğinin varlığından söz edemeyiz. OECD-DAC, Avrupa Birliği, Birleşmiş Millet gibi uluslararası örgütlerin ve donör (dış yardım veren) ülkelerin dış yardım tanımları çeşitlilik göstermekle birlikte, akademik literatürde de konuyla ilgili çalışma yapan akademisyenlerin farklı tanımlar kullandığını görmekteyiz. Pratikte de politikacıların, medyanın ve kamuoyunun dış yardımlar ve konuyla ilgili diğer kavramları kullanırken bir anlam kargaşası içinde olduğunu söyleyebiliriz.

Dış yardımlar ve insani yardımlar kavramlarının aynı anlama gelmemesine rağmen sıklıkla birbirinin yerine kullanılmasının yanında konuyla ilgili diğer kavramların da kullanımında sorunlar vardır. İnsani hukuk, insani diplomasi, afet ve acil durum yardımları, afet diplomasisi gibi kavramların daha net tanımlanması hem akademik literatüre hem de pratikteki kullanımlarında anlam kargaşasını gidermek adına ihtiyaç duyulmaktadır. Kavramların doğru tanımlanması nedenselliğe dayanan akademik çalışmalara ve konuyla ilgili politikaların medya ve kamuoyunda doğru iletişimine katkısı olacaktır.

Kavramların tanımlamalarını yaparken en genel kavram olan dış yardımdan başlayıp onun bir alt kategorisi olan insani yardıma ve insani yardımın daha spesifik bir kolu olan afet ve acil durum yardımlarına doğru genelden özel bir yaklaşım kullanılacaktır. Dış yardım (foreign aid) akademik anlamda çok sayıda çalışmanın konusu olmuş ve neredeyse bu konuda çalışma yapan akademisyen sayısı kadar farklı tanımları olan bir kavramdır. En geniş anlamıyla dış yardım tanımının altında şöyle bir varsayım yatar: “Donör ülkeler tarafından sahip olunan ve kontrol edilen, dağıtımı farklı amaçlara ve çıkarlara göre değişen maddi ürünler ve servislerdir” (Hattori, 2001). Dış yardımın bu şekilde genel olarak tanımlanması ülkeler arasındaki ve ülkelerle uluslararası örgütler arasındaki her türlü karşılıksız sağlanan ürün ve servisi içine almaktadır. Bu geniş kapsam kalkınma ve insani yardımın yanında askeri yardımı da, STK’ların ve özel sektörün yaptığı yardımları da amaç, çeşit, ve yöntem ayırmaksızın içine almaktadır. Böylesine geniş bir tanım kaçınılmaz olarak kavramsal genişleme (conceptual overstretching) sorunu yaratmaktadır ki bu da hem konunun teorik olarak çalışılmasında hem de pratikteki kullanımında sorun yaratmaktadır.

Dış yardım konusunda uluslararası kurumlaşmanın tek örneği olan ve bu alandaki uluslararası normları belirleyen kurum İktisadi İşbirliği ve Genişleme Teşkilatı’nın Kalkınma Yardımları Komitesi’dir. İngilizce’den kısaltmasıyla OECD-DAC olarak isimlendirilen komite dış yardımın uluslararası bir kurum olarak normlarını ve standartlarını belirleme amacıyla 1961 yılında kurulmuştur. Bugün OECD-DAC’ın 29 ülke ve Avrupa Birliği’nden oluşan toplam 30 üyesi vardır. Bunlara ek olarak 80 tane uluslararası örgüt, ülke ve özel vakıfın dış yardım verisini tutmaktadır. Üye olan ülkelerin hepsi zorunlu olarak üye olmayan ancak dış yardım yapan ülkelere bazıları gönüllü olarak OECD-DAC’a dış yardım verilerini raporlamaktadır. Şili, Estonya, Litvanya, Letonya, Meksika, İsrail ve Türkiye üye olmamalarına rağmen OECD-DAC toplantılarının tamamına katılmaktadırlar (OECD-DAC, 2020).

OECD-DAC hem dış yardım konusundaki normları ve standartları belirlediği hem de en geniş veri raporlanmasının yapıldığı kurum olduğu için dış yardım tanımlamasında da en teknik ve standart tanımları yapmaktadır. OECD-DAC dış yardım raporlamasında ne tür yardımların sayılabileceğini net bir şekilde belirlemiştir ve bu tür yardımlar için resmi kalkınma yardımları (Official Development Assistance - ODA) kavramını kullanmıştır. OECD-DAC’a göre resmi kalkınma yardımları “(1) ekonomik kalkınmayı ve refahı teşvik etmeyi asıl amaç olarak gören (askeri ve kalkınma amaçlı olmayan yardımların dışında); ve (2) hibe ya da sübvansiyonlu kredi olarak sunulan finansal akım, teknik yardım ve ürün ve servislerin tamamıdır.” Bu tanımda hibe ve sübvansiyonlu kredi imtiyazlı finansmandır ve piyasa değerinden verilen krediler olan imtiyazsız finansmandan farklıdır. Bir kredinin dış yardım olarak sayılabilmesi için en az %25 hibe unsuru taşıması gerekmektedir. Başka bir deyişle, verilen kredinin o anki değerinin piyasadaki faiz oranından verilen kredinin değerinden en az %25 daha az olmalıdır (Radelet, 2006).

Resmi kalkınma yardımları OECD-DAC’ın resmi kalkınma yardımı alıcısı ülke, bölge ve çok taraflı kalkınma kurumlarına yapılan yardımları kapsar. Bu yardımlar devletler, yerel yönetimler ya da yürütme kurumlarını kapsayan resmi kurumlar tarafından yapılmalı ve kalkınmakta olan ülkelerin ekonomik kalkınması ve refahının teşvikini ana hedef olarak sayan hibe ve imtiyazlı kredi olarak verilmelidir. OECD-DAC’a göre askeri ve donör ülkenin güvenlik çıkarlarıyla direkt ilgili olarak yapılan yardımlar ve ihracat kredisi gibi tamamen ticari amaç güden yardımlar resmi kalkınma yardımı olarak sayılmaz (OECD-DAC, 2020).

Resmi kalkınma yardımları orta gelir seviyesindeki ülkelere ve en az gelişmiş ülkelere (Least Developed Countries-LDCs) yapılabildiği gibi uluslararası örgütlere de yapılabilir. Yüksek gelirli

ülkelerin birbirilerine yardım yaptıkları durumlar da vardır ve bunlara resmi yardımlar denir. Ancak resmi yardımlar OECD-DAC'ın resmi kalkınma yardımları tanımında alıcı ülke olarak listelenmeyen ülkelere yapıldığı için resmini kalkınma yardımı statüsünde değillerdir ve veri raporlarına eklenmezler. Donör ülkelere alıcı ülkelere direkt olarak yapılan kalkınma yardımları için iki taraflı resmi kalkınma yardımları kavramı kullanılırken, kalkınma alanında faaliyet gösteren uluslararası örgütlere yapılan yardımlar ise çok taraflı resmi kalkınma yardımları olarak adlandırılır. Çok taraflı yardımlar Dünya Bankası, IMF, bölgesel kalkınma bankaları gibi kurumlara ek olarak Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı başta olmak üzere çeşitli Birleşmiş Milletler kurumlarına yapılan yardımlardır.

Brezilya, Meksika, Kolombiya gibi Latin Amerika ülkeleri resmi kalkınma yardımlarının %50'den fazlasını çok taraflı olarak verirlerken, AB üyesi ülkelerde çok taraflı resmi kalkınma yardımları tüm yardımların %10 ila %30 arasındadır. Benzer şekilde ABD'nin resmi kalkınma yardımlarının içinde çok taraflı yardımların oranı %20 civarındadır. Öte yandan Birleşik Arap Emirlikleri ve Katar gibi körfez ülkeleri için bu oran %5'in altındadır. Türkiye'nin 2017'de yaptığı resmi kalkınma yardımlarındaki çok taraflı yardımların payı %2'dir (OECD-DAC, 2020). Donör ülkelerin neden çok taraflı ya da tek taraflı resmi kalkınma yardımını tercih ettikleri üzerinde daha fazla çalışma yapılması gereken bir araştırma sorusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

İki taraflı resmi kalkınma yardımlarını kamu kalkınması yardımları (development aid) ve insani yardımlar (humanitarian aid) olarak ikiye ayrılmaktadır. Kamu kalkınması donör ülkelerin alıcı ülkelerdeki uzun vadeli ekonomik kalkınma ve refah düzeyinin artırılmasına yönelik yaptıkları yardımlardır. Kalkınma projeleri ve programları, altyapı, eğitim, sağlık hizmetleri, kurumsallaşma, teknik işbirliği, gibi en az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin uzun vadeli sorunlarına yönelik yapılan yardımları bu kategoride gruplayabiliriz. OECD-DAC istatistiklerine göre 2018 yılında yapılan toplam 143.2 milyar dolarlık toplam resmi kalkınma yardımlarının yaklaşık yarına denk gelen 75.8 milyar dolarlık kısmı iki taraflı kamu kalkınması yardımdır.

İnsani yardımlar ise etik temelini uluslararası insani hukuktan alan resmi kalkınma yardımlarının bir alt kategorisidir. Uluslararası insani hukuk silahlı çatışmaların etkilerini insani nedenlerden dolayı sınırlandırmayı amaçlayan bir kurallar bütünü olarak ortaya çıkmıştır. 1949 Cenevre Sözleşmeleri ve 1977 ek protokollerinin önemli bir kısmını oluşturduğu uluslararası insani hukuk çatışmaya dahil olmayanların korunması ve çatışma yöntemlerinin sınırlandırılmasının içerir (Alexander, 2015; ICRC). 19 Aralık 1991 tarihli Birleşmiş Millet Genel Kurulu'nun 46/182 nolu kararı uluslararası insani sistemin oluşmasında önemli adımlardan birisi olmuştur. Bu karar BM İnsani İşler Eşgüdüm Ofisi (UNOCHA) ve Merkezi Acil Durum Fonu (CERF) gibi kurumların kurulmasına öncülük etmiştir (UNOCHA, 2016).

İnsani yardımlar isminden de anlaşılacağı üzere insani kaygılarla verilen yardımlardır. Uzun vadeli kamu kalkınması yardımlarından farklı olarak insani bir krize yönelik verilirler. İnsani krizler doğal ya da insan kaynaklı felaketleri içeren savaş, iç savaş, doğal felaketler, teknolojik felaketler, kuraklık, salgınlar, mülteci krizleri, yiyecek ve su kıtlığı gibi durumların genel ifadesidir (Fink ve Redaelli, 2009; Nelson, 2012). İnsani Yardımlar Üzerine Avrupa Mutabakatı AB'nin insani yardımlar konusundaki politikasını belirleyen belgedir. Bu belge insani yardımları politik, ekonomik, askeri ve diğer çıkarlardan bağımsız olarak Uluslararası İnsani Hukuk'a uygun bir şekilde "insanîyetçilik, tarafsızlık, nötralite ve bağımsızlık" (humanity, impartiality, neutrality, and independence) prensipleri üzerinden tanımlamıştır (Avrupa Komisyonu, 2020).

Kamu kalkınması yardımları alıcı ülkedeki yoksulluğun azaltılması ve altında yatan sorunların çözülmesi amacıyla alıcı ülkenin de dahil olduğu bir orta ve uzun vadeli programın istişare edilmesini içerir. İnsani yardımlar ise insan, doğa ya da teknoloji kaynaklı felaketlerden etkilenmiş toplumların sıkıntısını hafifletmeyi amaçlayan çoğu zaman hızlı ve geçici süreli yardımlardır. Kamu kalkınması yardımları genellikle donör ve alıcı ülke arasındaki politik şartların da müzakere edildiği bir süreci içerse de insani yardımlar hedef ülke ve toplumların kalkınmasından ziyade insani krizlerden etkilenen bireylerin ülke, vatandaşlık, ırk gibi özelliklerine bakılmaksızın prensipte şartsız olarak sunulan yardımlardır (Fink ve Redaelli, 2009).

İnsani krizler bazı durumlarda uzun süreli olabildiği için yapılan insani yardımları kamu kalkınması yardımlarından ayırmak güçleşebilir. İnsani yardımlarla kamu kalkınması yardımları arasındaki ilişki “rahatlatma-kalkındırma süreci” (relief-development continuum) olarak birbirini takip eden iki farklı adımmış gibi düşünülse de aslında bu kadar lineer ya da kronolojik bir durum söz konusu değildir (Hinds, 2015). Burada zamansal bir ilişki söz konusu olmayabilir. Yani insani yardımlar görevini tamamladıktan sonra kamu kalkınması ve yeniden yapılandırma yardımlarının zamanı gelmiştir denilemez. İnsani yardımlarla kamu kalkınması yardımları birbirini tamamlayan ve karmaşık süreçlerdir (Suhrke ve Ofstad, 2005; Mosel ve Levine, 2014).

Afet yardımları insani yardımların bir alt kategorisidir. Bazı kaynaklarda acil durum yardımları olarak da kullanılmaktadır (Nelson, 2012). Birleşmiş Milletler Afet Riski Azaltma Ofisi (UNDRR) tanımına göre afetler “bir toplumun işleyişini ciddi bir şekilde aksatan ve o toplum kendi kaynaklarıyla baş edemeyeceği kadar insani, maddi, ekonomik ve çevresel kayıplara neden olan olaylardır.” Uluslararası savaşlar ve iç savaşlar da toplumların işleyişini ciddi bir şekilde aksatabilir ancak bu tip insani krizler çatışmaya bağlı felaketler olup sebepleri ve sonuçları ve dolayısıyla yapılan yardımlar açısından farklı bir kategoriye konulurlar. Buradaki afet yardımlarının konusu olan felaketlerin örnekleri depremler, seller, fırtınalar, kasırgalar, kuraklık, sanayi patlamaları, ulaşım kazaları ve salgınlardır (Kelman, 2012).

Afet durumlarıyla karşılaşan ülkeler kendi kapasitelerinin durumla baş edemeyeceklerini düşündüklerinde uluslararası toplumdaki yardıma isteyebilirler. Afetler genellikle çok hızlı gelişen ve sonuçları hemen gözlenebilen olaylar olduğu için yardımlarında hızlı bir şekilde ulaştırılması gerekir. Bu yüzden bazı kaynaklarda afet yardımlarına acil durum yardımları da denilir (Nelson, 2012). Afet yardımlarında çok ani bir şekilde harekete geçildiği için daha kısa bir zaman aralığı vardır. Durumun aciliyetinden kaynaklanan ve geçici süreli olarak verilen bu tip yardımlar donör ve alıcı ülke arasında yardımların müzakere edilmesini kısıtlamaktadır. Bu da donör ülke tarafında insaniyetçi bir kararlılık gerektirir (Fink ve Redaelli, 2009). Dolayısıyla kamu kalkınması yardımları ve çatışmayla ilgili insani yardımlara göre afet yardımları daha az politize edilmesi beklenir ve yardımın bir takım politik şartlara dayandırılmamasını gerektirir.

Amerikan Dış Felaket Yardımları Ofisi (OFDA) “...bizim yardımlarımız acı çeken insanlardır, hükümetlere değil” ve “...hiçbir düzenleme OFDA’nın bir felaketin mağdurlarına zamanında yardım iletmesini engellememelidir” şeklinde açıklamaları vardır (OFDA, 1990). Benzer şekilde insani yardımlarla ilgili AB dokümanları da insani yardımların AB üye ülkelerinin dış politika önceliklerinden bağımsız bir şekilde insani sebeplerden dolayı verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Her ne kadar prensipte afet yardımları donör ülke ile alıcı ülke arasındaki askeri, ekonomik ya da politik bir çıkar ilişkisine dayandırılmaması ve alıcı ülkenin insani ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla verilmesi gerekse de, donör ülkelerin hangi afetlere ne kadar yardım yapacağını politik bir kararın sonucu olduğunu ileri süren çalışmalar vardır (Drury, Olson ve Van Belle,

2005; Schraeder, Hook ve Taylor, Nelson, 2012). Konuyla ilgili önemli çalışmalarda birinde Eissensee ve Strömberg (2007) Amerikan afet yardımlarında medyanın rolünü çalışmışlardır. Bir afetin çeşidi, nerede olduğu ve kimleri etkilediğinin meydanın bu afete haberlerde ne kadar yer vereceğini etkilediğini ileri sürmüşlerdir. Bir afetin medyada ne kapsamlı bir şekilde haberleştirildiği ve vurgulandığıyla Amerikan afet yardımları arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varmışlardır.

Uluslararası savaş ya da iç çatışmaları yaşayan toplumların afet durumlarında korunmasız oldukları gerçeği vardır. Bu toplumlar çatışmadan dolayı gerekli yiyecek, ilaç, yapı malzemesi gibi ihtiyaçlarını karşılayamadıkları için olası bir afet durumundan daha fazla etkilenirler. Savaştan dolayı fiziksel ve psikolojik olarak toplumlar salgınlardan etkilenmeye daha yatkın olabilirler. Kaynaklarını çoğunu savaşa ayırmış olan bir devletin, olası bir afet durumunda vatandaşlarına gerekli insani desteği sağlayacak kapasitesi olmayabilir. Dolayısıyla çatışmaya bağlı felaketlerle çatışma sırasında oluşabilecek afetler arasında bir bağlantı vardır.

Her ne kadar çatışma durumda olan toplumlar afetlerin etkilerini daha hazırlıksız ve dolayısıyla sonuçlarına daha hassas bir durumda olsalar da, çatışma ve afetler arasında tam tersi bir ilişki de düşünülebilir. Çatışma sırasında çatışma bölgesini etkileyen bir afet, taraflar arasında insani sebeplerden dolayı bir işbirliği fırsatı yaratarak çatışmanın çözümüne katkıda bulunabilir. Bu durum literatürde afet diplomasisi olarak geçmektedir. Konuyla ilgili referans kitap olan Ilan Kelman'ın Disaster Diplomacy (Kelman, 2012) isimli çalışması afet diplomasisi kavramını vaka analizleriyle birlikte ele almaktadır.

3. Kavramsal çerçevede Türkiye'nin COVID-19 yardımlarının yeri

Türkiye'nin dış yardımlarıyla ilgili en güncel veriler 2018 yılına aittir. 2018 TİKA Kalkınma Yardımları Raporu'na göre Türkiye'nin dış yardımları 9.927 Milyar Amerikan Doları'dır. Bu rakam kavramsal bölümde tanımlanan en geniş dış yardım tanımına uygun olarak devletin resmi kurumları, özel sektör ve STK'lar tarafından verilen tüm dış yardımları kapsamaktadır. Türkiye 2018 yılında STK'lar ve özel sektör aracılığıyla 1.129 Milyar Dolar dış yardım vermiştir (TİKA, 2019).

Türkiye'nin bu dönemde yaptığı yardımlardan OECD-DAC'ın resmi kalkınma yardımları (ODA) tanımına uyan dış yardım miktarı 8.612 Milyar Dolar olmuştur. Bu yardımların %98'ine denk gelen 8.432 Milyar Dolarlık kısmı iki taraflı dış yardım olarak verilirken, sadece %2'si olan 179 Milyon Dolar çok taraflı dış yardım olarak uluslararası örgütler aracılığıyla verilmiştir (TİKA, 2019). Türkiye Orta Doğu'daki diğer majör donörlerle benzer olarak dış yardımlarının çoğunu çift taraflı olarak vermeyi tercih etmiştir.

Türkiye'nin iki taraflı resmi kalkınma yardımları, kamu kalkınması yardımları ve insani yardımlar olarak iki alt kategoriye ayrılmaktadır. Kamu kalkınması yardımlarına ayrılan 1.081 Milyar Dolarlık kısmı tanımına uygun olarak sosyal altyapılar ve hizmetleri (635.5 Milyon Dolar), ekonomik altyapılar ve hizmetleri (190.5 Milyon Dolar) ve Üretim (9.6 Milyon Dolar) gibi uzun vadeli kalkınma ve refahla ilgili sektörlere aktarılmıştır. Afet ve acil durum yardımlarını da kapsayan insani yardım kategorisinde ise Türkiye 2018 yılında 7.351 Milyar Dolarlık dış yardım yapmıştır (TİKA, 2019).

Türkiye 8.612 Milyar Dolarlık resmi kalkınma yardımlarıyla ABD (34.3 Milyar Dolar), Almanya (25 Milyar Dolar), Birleşik Krallık (19.4 Milyar Dolar), Japonya (14.2 Milyar Dolar) ve

Fransa'nın (12.2 Milyar Dolar) ardından dünyada altıncı sırada bulunmaktadır. Resmi kalkınma yardımlarını ekonominin büyüklüğüne oranlandığı resmi kalkınma yardımları/gayri safi milli hasıla oranında ise %1.1'le Türkiye dünyada ilk sırada yer almaktadır (TİKA, 2019). İnsani yardımların gayri safi milli hasılaya oranında da Türkiye dünya lideri olmuştur. Türkiye Birleşmiş Milletlerin kalkınma hedefleri arasında donör ülkeler için koyduğu %0.7'lik resmi kalkınma yardımları/gayri safi milli hasıla oranı hedefini dünyada tutturabilen altı ülkeden biridir.

2018 yılında Türkiye'nin iki taraflı resmi kalkınma yardımlarından en çok yararlanan on ülke sırasıyla Suriye (6.698 Milyar Dolar), Kırgızistan (98.8 Milyon Dolar), Kazakistan (50.7 Milyon Dolar), Afganistan (32.3 Milyon Dolar), Somali (29.1 Milyon Dolar), Filistin (25.4 Milyon Dolar), Sudan (25.1 Milyon Dolar), Libya (18.8 Milyon Dolar), Bosna-Hersek (18 Milyon Dolar) ve Özbekistan (17.4 Milyon Dolar) olmuştur (TİKA, 2019).

Türkiye'nin dış yardımlarının koordinasyonun sorumlu kurum olarak TİKA COVID-19 salgını sırasında yapılan insani yardımların dağıtımında da en önemli kurum olarak karşımıza çıkmaktadır. TİKA'nın resmi kalkınma yardımı yaptığı ülkelere bu dönemde de COVID-19'la mücadele kapsamında insani yardımlarını sürdürmektedir. COVID-19 salgını sırasında TİKA'nın yardım faaliyetleri hem yardım verilen ülkeler hem de yardımın içeriği anlamında çeşitlenmiştir. Afrika'da Gine, Tunus, Kenya, Çad, Kamerun, Lübnan, Etiyopya, Güney Afrika Cumhuriyeti gibi Afrika ülkelerine, Moğolistan, Özbekistan, Tacikistan gibi Orta Asya ülkelerine, Karadağ, Moldova, Kuzey Makedonya gibi Avrupa ülkelerine ve Kolombiya, Meksika gibi Latin Amerika ülkelerine tıbbi malzeme yardımları yapmıştır (TİKA, 2019). Bu ülkeler Türkiye'nin TİKA koordinasyonunda COVID-19 salgını öncesinde de kamu kalkınması yardımları yaptığı ülkelerdir.

TİKA'nın 2018 iki taraflı resmi kalkınma yardımları ülkesel panoramasında yer almayan bazı ülkelere de tıbbi ve hijyen malzemesi yapılmıştır. Peru, Hırvatistan, Romanya gibi ülkelere afet yardımı olarak tıbbi malzeme, siperli maske üretimi için 3D printer, hijyen malzemeleri gönderilmiştir (TİKA, 2019). Bu anlamda COVID-19 salgını sırasında Türkiye'nin kalkınma yardımı yaptığı en az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere insani yardım oranını da arttırdığı görülmektedir.

COVID-19 salgını sürecinde Türkiye'nin resmi kalkınma yardımlarının "geleneksel" alıcı ülkeleri olan en az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler dışında gelişmiş ülkelere de yardımlar yaptığını gözlemlemekteyiz. Bugüne kadarki Türkiye'nin insani yardımlarının nedenleri olan yoksulluk (Somali örneği), iç savaş ve mülteci krizi (Suriye örneği), politik izolasyon (Filistin örneği), azınlık hakları (Arakan Müslümanları örneği) gibi nedenlerin dışında COVID-19 sebep olduğu salgına bağlı insani krize nedeniyle gelişmiş ülkelere yapılan yardımlar afet yardımının tanımına uygun klasik bir örnek karşımıza çıkmaktadır. Daha önce Ebola salgını nedeniyle Türkiye Batı Afrika'daki bazı ülkelere afet yardımı göndermiş olsa da COVID-19 salgınında gelişmiş ülkelere yapılan yardımlar hem ülke sayısı olarak hem de yapılan yardım miktarı olarak Türk dış yardımlarında türünün yeni bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye bu COVID-19 salgını sürecinde şimdiye kadar Cumhurbaşkanlığı, Dış İşleri Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, NATO gibi kurumlar aracılığıyla Türkiye'nin resmi kalkınma yardımlarının alıcı ülkeleri konumunda olmayan gelişmiş birçok ülkeye insani yardımda bulunmuştur. Bu yardım dahilinde hangi ülkeye ne kadar yardım gönderildiği verisi henüz netlik kazanmış olmasa da bazı örnekleri kamuoyuyla paylaşılmıştır. Bu anlamda Türkiye ilk yardımlarını 31 Mart'ta NATO müttefikleri olan İtalya ve İspanya'ya toplam 450 bin maske olarak göndermiştir. 10

Şen, O. (2020). Türkiye'nin COVID-19 pandemisi sırasında yaptığı uluslararası insani yardımların kavramsal çerçevesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 140-149.

Nisan'da Hava Kuvvetlerine ait bir uçakla İngiltere'ye tıbbi malzeme yardımı yapılmıştır. Son olarak 28 Nisan'da bir diğer NATO müttefiki olan ABD'ye askeri uçakla tıbbi malzeme yardımı yapılmıştır (BBC, 2020). Bu yardımların etkilerini analitik olarak çalışmak için henüz yeterince veri olmasa da kavramsal olarak afet yardımları literatürüne geçecek klasik bir vaka oluşturmaktadır.

COVID-19 salgını kavramsal bölümde yapılan afet tanımına uygun olarak hızlı ve kısa vadeli olarak verilen afet yardımlarını gerekli kılmıştır. Birçok ülke gelişmişlik düzeyine bakılmaksızın salgının getirdiği insani krizle kendi imkanlarıyla mücadele edemeyecek durum kalmıştır. Tanımına uygun olarak Türkiye'nin kendi kaynaklarıyla bu insani krizin yönetilmesinde yeterli tıbbi malzeme ve diğer kaynakları bulamayan ülkelere gönderdiği yardımlar afet ve acil durum yardımları kategorisine girmektedir. Bu tip yardımlar yaşanan insani krizin hafifletilmesi için verildiğinden politize edilmekten daha uzaktır ve zor durumdaki insanların durumuna yardım etmek için etik bir sorumluluktan dolayı verilirler. Türkiye'nin bu dönemde yaptığı yardımları da tanımı gereği politik, ekonomik ya da askeri çıkarlardan ziyade devletlerin gelişmişlik seviyesine bakılmaksızın ve ırk, din, vatandaşlık özelliklerini göz önünde bulundurmadan toplumlara ve bireylere yapılmış yardımlar olarak adlandırmak gerekmektedir.

4. Sonuç

Türkiye COVID-19 (Koronavirüs) pandemisi sırasında başta TİKA olmak üzere birçok kamu kurumunun koordine ettiği insani yardımları virüsle mücadelede tıbbi malzeme eksikliği çeken çeşitli ülkelere göndermiştir. Uzun zamandır Türk dış politikasının bir parçası olan insani diplomasi'nin bir gereği olarak Türkiye bu süreçte yalnızca TİKA'nın yardımında bulunduğu en az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere değil, malzeme ihtiyacı olan ülkelere gelişmişlik düzeyine bakılmaksızın insani yardımlarda bulunmuştur.

İnsani yardımlar kavramı ve bu kavramla ilgili dış yardımlar, resmi kalkınma yardımları, kamu kalkınması yardımları, afet ve acil durum yardımları, uluslararası insani hukuk, insani diplomasi, afet diplomasi gibi kavramların gerek akademik literatürdeki kullanılmaları gerekse politika platformları, medya ve kamuoyundaki kullanımlarında bir anlam kargaşası görülmektedir. Bu makale konuyla ilgili kavramların tanımsal olarak netleştirilmesi amaçlamıştır. Konuyla ilgili yapılacak teorik çalışmalarda ve pratikte bu kavramların kullanımlarındaki tanımsal sorunlarda referans olarak kullanılabilir ve Türkçe literatürde bu alandaki boşluğu dolduracak bir çalışma olarak sunulmaktadır.

Kaynakça

- Alexander, A. (2015). A short history of international humanitarian law. *The European Journal of International Law* 26 (1): pp. 109-138.
- Avrupa Komisyonu (2020). *The European Consensus on Humanitarian Aid*. https://ec.europa.eu/echo/files/media/publications/consensus_en.pdf (E.T: 28 Nisan 2020).
- BBC Türkçe. (2020). Koronavirüs: Türkiye hangi ülkelere ne kadar yardım gönderdi. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-52459231> (E.T: 28 Nisan 2020).
- Davutoğlu, A. (2013). Turkey's humanitarian diplomacy: objectives, challenges and prospects. *Nationalities Papers* 41 (6): 865-870.

Şen, O. (2020). Conceptual framework of Turkey's humanitarian assistance during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 140-149.

- Deutsche Welle (DW). (2020). COVID-19: Türkiye yurtdışında nereye, nasıl destek sağlıyor. <https://www.dw.com/tr/covid-19-türkiye-yurtdışında-nereye-nasıl-destek-sağlıyor/a-53184552> (E.T: 28 Nisan 2020).
- Drury, C., Olson, R. S. ve Van Belle, D. A. (2005). The politics of humanitarian aid: us foreign disaster assistance, 1964-1995. *The Journal of Politics* 67 (2): pp. 454-473.
- Eisensee, T. ve Strömberg, D. (2007). News floods, news droughts, and U.S. disaster relief. *Quarterly Journal of Economics* 122 (2): pp. 693-728.
- Fink, G. ve Redaelli, S. (2009). Determinants of international emergency aid: humanitarian need only? *The World Bank Policy Research Working Paper*.
- Gilley, B. (2015). Turkey, Middle Powers, and the New Humanitarianism. *Perceptions*, 20 (1): pp. 37-58.
- Hattori, T. (2001). Reconceptualizing foreign aid. *Review of International Political Economy* 8 (4): pp. 633-660.
- Hinds, R. (2015). Relationship between humanitarian and development aid. *GSDRC Applied Knowledge Services*.
https://www.cgdev.org/sites/default/files/8846_file_WP92.pdf (E.T: 28 Nisan 2020).
- ICRC (2004). What is International Humanitarian Law. *Advisory Service on International Humanitarian Law*.
- Kelman, I. (2012). *Disaster diplomacy: How disasters affect peace and conflict*. New York: Routledge.
- Mosel, I ve Levine, S. (2014). Remaking the case for linking relief, rehabilitation and development: How LRRD can become a practically useful concept for assistance in difficult places. HPG Commissioned Report. London: ODI. <http://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/8882.pdf> (E.T: 28 Nisan 2020).
- Nelson, T. (2012). Determinants of disaster aid: donor interest or recipient need? *Global Change, Peace and Security* 24 (1): pp. 109-126.
- OECD-DAC. (2020) *Trends and insights on development finance*. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/5e331623-en/index.html?itemId=/content/component/5e331623-en&_csp_=b14d4f60505d057b456dd1730d8fcea3&itemIGO=oecd&itemContentType=chapter#section-d1e19705 (E.T: 28 Nisan 2020).
- OECD-DAC. (2020). *Development Assistance Committee (DAC)*. <http://www.oecd.org/dac/development-assistance-committee/> (E.T: 28 Nisan 2020).
- OFDA. (1990). *OFDA Annual Report FY 1990*. Washington: Agency for International Development.
- Radelet, S. (2006). A primer on foreign aid. *Center for Global Development*.
- Schraeder, P., Hook, S. ve Taylor, B. (1998). Clarifying the foreign aid puzzle: A comparison of American, Japanese, French, and Swedish aid flows. *World Politics* 50 (2).
- Suhrke, A. ve Ofstad, A. (2005). Filling “the gap”: Lessons well learnt by multilateral aid agencies. *CMI Working Paper*. <http://www.cmi.no/publications/file/2063-filling-the-gap-lessons-well-learnt.pdf> (E.T: 28 Nisan 2020).
- TİKA. (2019). *Türkiye Kalkınma Yardımları Raporu*
https://www.tika.gov.tr/tr/yayin/liste/turkiye_kalkinma_yardimlari_raporlari-24 (E.T: 28 Nisan 2020).
- TİKA. (2020). <https://www.tika.gov.tr/tr/haber/liste?page=1> (E.T: 28 Nisan 2020).
- TRT. (2020). Türkiye 54 ülkeye test kiti ve tıbbi malzeme gönderdi. <https://www.trthaber.com/haber/gundem/turkiye-54-ulkeye-test-kiti-ve-tibbi-malzeme-gonderdi-479142.html> (E.T: 28 Nisan 2020).
- UNOCHA (2016). *Resolution 46/182, which created the humanitarian system, turns twenty-five*. <https://www.unocha.org/story/resolution-46182-which-created-humanitarian-system-turns-twenty-five> (E.T: 28 Nisan 2020).

Extended abstract in English

Turkey, during the COVID-19 (Coronavirus) pandemic has sent humanitarian aid in the form of medical supplies to several countries struggling to contain the virus. Sending humanitarian aid has been an important part of Turkish foreign policy in line with its humanitarian diplomacy approach for the last two decades. Although Turkey typically has been giving foreign aid to least-developed and developing countries, it sent medical supplies to countries in need regardless of their development level during the pandemic. The purpose of this article is not to analyze the reasons behind Turkey's humanitarian aid or to evaluate its effectiveness. Taking its starting point from Turkey's humanitarian aid during COVID-19 pandemic, this conceptual article aims to clarify meaning and usage of certain concepts related to foreign aid.

More often than not, we observe a conceptual confusion both in academic literature and in practice related to the meaning and usage of concepts such as foreign aid, official development assistance, development aid, humanitarian aid, disaster and emergency aid, international humanitarian law, humanitarian diplomacy, and disaster diplomacy. Although each of these concepts has distinct definitions, academics, practitioners, politicians, the media and the public often use these concepts with confusion and without taking into consideration the conceptual boundaries.

In its most general meaning foreign aid refers to goods and services owned by donors and distributed based on their preferences and interests. The definition of Official Development Assistance (ODA) by OECD-DAC is more precise and technical that limits the scope of ODA to grants and subsidized loans given for economic development and welfare promotion purposes. While ODA given directly from donor country to recipient country is categorized as bilateral aid, ODA given indirectly through international organizations is called multilateral aid.

Two subcategories of ODA are development aid and humanitarian aid. Development aid has a long-term time horizon with economic development and welfare of the recipient country as its main purpose. On the other hand, humanitarian aid, taking its ethical foundation in the international humanitarian law, is short-term assistance given with humanitarian concerns in response to a humanitarian crisis. As a subcategory of humanitarian aid, disaster aid (also called emergency aid) is immediate and temporary assistance given to countries and territories in response to a man-made or natural disaster when recipient country's own resource is not enough in dealing with the catastrophe. Since on-set of disaster aid in response to a humanitarian disaster is more rapid than other types of aid, it is expected to be less politicized than development aid. Therefore, it can be argued that disaster aid can be crosscutting economic and security interests of donors. The concept of disaster diplomacy emerges from this line of logic proposing that this kind of aid can create an opportunity for cooperation among traditionally rival countries.

During COVID-19 pandemic, in addition to traditional recipients of Turkish official development aid composed of least-developed and developing countries, in line with disaster aid concept Turkey has helped several developed nations struggling with managing COVID-19 pandemic by their own means.