

T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

**GÜMÜŞHANE’DE YAŞAYAN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN,
GÜMÜŞHANE ŞEHİRİ VE TÜRKİYE HAKKINDAKİ ALGISI**

YÜKSEK LİSANS

Fatih KELEŞ

NİSAN-2025
GÜMÜŞHANE



**T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

**GÜMÜŞHANE'DE YAŞAYAN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN,
GÜMÜŞHANE ŞEHİRİ VE TÜRKİYE HAKKINDAKİ ALGISI**

**THE PERCEPTION OF INTERNATIONAL STUDENTS LIVING IN
GÜMÜŞHANE ABOUT GÜMÜŞHANE CITY AND TURKEY**

YÜKSEK LİSANS

Fatih KELEŞ

**NİSAN-2025
GÜMÜŞHANE**



**T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

**GÜMÜŞHANE'DE YAŞAYAN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN,
GÜMÜŞHANE ŞEHİRİ VE TÜRKİYE HAKKINDAKİ ALGISI**

**THE PERCEPTION OF INTERNATIONAL STUDENTS LIVING IN
GÜMÜŞHANE ABOUT GÜMÜŞHANE CITY AND TURKEY**

YÜKSEK LİSANS

Fatih KELEŞ

Danışman: Doç. Dr. Ersin DİKER

**NİSAN-2025
GÜMÜŞHANE**

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlamış olduğum “**Gümüşhane’de Yaşayan Uluslararası Öğrencilerin, Gümüşhane Şehri ve Türkiye Hakkındaki Algısı**” isimli bu tezimin, tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi, alıntı yaptığım tüm çalışmaları kaynakçada belirttiğimi ve Gümüşhane Üniversitesi’nin lisanslı kullanıcısı olduğu intihal yazılım programı ile Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nün belirlediği kıstaslara uygun olarak raporladığımı taahhüt ederim. Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü arşivinde saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği’nin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

15/04/2025

.....
Fatih KELEŞ

TEŞEKKÜR

Uzun ve zahmetli bir süreç gerektiren bu çalışmada, beni yalnız bırakmayan aileme, Prof. Dr. Zekiye TAMER'e ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Akif GÜNEY'a ve kıymetli dostlarım Niyazi POYRAZ, Öğr. Gör. Çağrı ÖZDENER ve Serhat DOĞAN'a teşekkürlerimi bir borç bilirim. Ayrıca çalışmanın başarısında emeği geçen değerli danışmanım Doç. Dr. Ersin DİKER'e, teşekkürlerimi sunarım.

Fatih KELEŞ
GÜMÜŞHANE – 2025

ÖZET

Araştırmanın temel amacı, Gümüşhane Üniversitesi'nde öğrenim gören uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve Türkiye hakkındaki algılarını belirlemek ve bu algıların hangi faktörlerden beslendiğini analiz etmektir. Türkiye, son yıllarda yükseköğretimdeki uluslararasılaşma politikaları kapsamında küresel bir eğitim destinasyonu olarak dikkat çekmektedir. Özellikle Avrupa ve Asya arasında stratejik bir konumda yer alması, zengin kültürel mirası ve tarihsel derinliğiyle Türkiye, farklı ülkelerden gelen öğrenciler için cazip bir seçenek haline gelmiştir. Bu bağlamda, uluslararası öğrencilerin Türkiye hakkındaki algıları, ülkenin yükseköğretim stratejileri ve kültürel diplomasisi açısından büyük önem taşımaktadır. Araştırmanın örneklemini, 2024-2025 eğitim-öğretim yılında Gümüşhane Üniversitesi'nde öğrenim gören ve amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen uluslararası öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş; veri toplama aracı olarak, Paşalı Taşoğlu ve arkadaşları (2021) ile F, Barıtcı ve Z, Barıtcı (2018) tarafından geliştirilen ölçeklerden uyarlanan, 5'li Likert tipi ve açık uçlu sorulardan oluşan bir anket kullanılmıştır. Anket formunda geçen "imaj" kavramı, bu çalışmada bireylerin zihinsel temsilleri ve genel değerlendirmelerini ifade eden "algı" çerçevesinde ele alınmıştır. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların büyük bir kısmı Gümüşhane'yi huzurlu, sakin ve yaşanabilir bir şehir olarak değerlendirmiştir. Ancak kültürel etkinliklerin yetersizliği ve sanayi altyapısının gelişmemiş olması gibi konular olumsuz algı yaratmaktadır. Türkiye genelinde ise güvenli bir ülke olarak algılanan Türkiye'nin siyasi istikrarı, eğitim fırsatları ve halkın misafirperverliği öne çıkan olumlu unsurlar arasında yer almaktadır. Katılımcıların bilgi edinmede en çok dijital medya ve sosyal medya içeriklerinden faydalandıkları, geleneksel bilgi kaynaklarına olan ilginin ise daha sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Araştırma yerel yönetimler ile üniversite yönetimlerine uluslararası öğrencilerle ilgili daha etkili stratejiler geliştirmeleri için yol gösterici bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Algı, Gümüşhane şehir imajı, Türkiye, Uluslararası öğrenciler

SUMMARY

The main purpose of the research is to determine the perceptions of international students studying at Gümüşhane University about the city of Gümüşhane and Turkey and to analyze the factors that feed these perceptions. Turkey has attracted attention as a global educational destination within the scope of internationalization policies in higher education in recent years. Especially with its strategic location between Europe and Asia, rich cultural heritage and historical depth, Turkey has become an attractive option for students from different countries. In this context, the perceptions of international students about Turkey are of great importance in terms of the country's higher education strategies and cultural diplomacy. The sample of the research consists of international students studying at Gümüşhane University in the 2024-2025 academic year and selected through purposeful sampling method. Quantitative research method was adopted in the study; A survey consisting of 5-point Likert-type and open-ended questions adapted from the scales developed by Paşalı Taşoğlu et al. (2021) and Barıtcı and Barıtcı (2018) was used as the data collection tool. The concept of “image” in the survey form was addressed in this study within the framework of “perception”, which refers to individuals’ mental representations and general evaluations. According to the research findings, the majority of participants evaluated Gümüşhane as a peaceful, calm and livable city. However, issues such as inadequacy of cultural activities and underdeveloped industrial infrastructure create negative perceptions. In general, Turkey is perceived as a safe country, and its political stability, educational opportunities and hospitality of the people are among the prominent positive elements. It was determined that participants mostly benefited from digital media and social media content in obtaining information, while interest in traditional information sources was more limited. The research offers guiding insights to local governments and university administrations for developing more effective strategies concerning international students.

Keywords: Perception, Gümüşhane, City image, Turkey, International students

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	III
BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI.....	IV
TEŞEKKÜR.....	V
ÖZET	VI
SUMMARY	VII
İÇİNDEKİLER	VIII
TABLolar LİSTESİ	X
ŞEKİLLER LİSTESİ	XII
SİMGELER VE KISALTMALAR	XIII
1.GİRİŞ	1
2.ALGI VE ALGIYI OLUŞTURAN FAKTÖRLER.....	3
2.1.Algı Kavramı	3
2.2.Algı Kavramının Tanımı ve Önemi.....	4
2.3.Şehir ve Ülke Algısı	7
3.ULUSLARASI ÖĞRENCİ VE TÜRKİYE	9
3.1.Uluslararası Öğrenci	9
3.2.Yükseköğretimde Uluslararasılaşma.....	10
3.3.Uluslararası Öğrenci Hareketliliğinin Ardındaki Etmenler.....	12
3.4.Uluslararası Yükseköğretimde Türkiye'nin Yeri ve Önemi	13
3.4.1.Türkiye Algısı ve Ardındaki Etmenler	15
3.4.2.Türkiye Algısının Uluslararası Öğrenci Hareketliliğine Etkileri	17
3.5.Türkiye'de Yükseköğretimde Uluslararasılaşma	18
3.5.1.Akademik Boyut	20
3.5.2.Öğrenci Boyutu	21
3.5.3.Uluslararası Öğrenci Temini	21
3.5.4.Uluslararası Öğrencilerin Ülke Tercihlerini Etkileyen Faktörler	22
3.6.Konu ile İlgili Yapılan Çalışmalar.....	24
3.6.1.Yurt İçinde Yapılan Çalışmalar	24
3.6.2.Yurt Dışında Yapılan Çalışmalar	27
4.YÖNTEM.....	30
4.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	30
4.2.Araştırmanın Sınırlılıkları	31

4.3.Araştırmanın Yöntemi.....	31
4.4.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	34
5.BULGULAR.....	36
5.1.Demografik Bulgular	36
5.2.Gümüşhane Hakkındaki Bilgi ve Görüşler	37
5.3.Türkiye'ye Gelmeden Önce Türkiye İmajını Oluşturan Kaynaklar	38
5.4.Türkiye'ye Geldikten Sonra Türkiye İmajını Oluşturan Kaynaklar	39
5.5.Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeğinde Yer Alan Maddeler	39
5.6.Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeğinde Yer Alan Maddeler	40
5.7.Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları.....	41
5.7.1.Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları.....	41
5.7.2.Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları.....	44
5.8.Betimsel Bulgular	47
5.9.Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik İmaj Algısı Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması	48
5.10.Türkiye İmajı Algısı Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması	52
5.11.Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik İmaj Algısı ile Türkiye İmajı Algısı Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular	58
6.SONUÇ VE ÖNERİLER	60
KAYNAKÇA	66
EKLER.....	73
ETİK KURUL KARARI.....	77
ÖZGEÇMİŞ	78

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri.....	36
Tablo 2. Katılımcıların Gümüşhane hakkındaki bilgi ve görüşleri	37
Tablo 3. Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye imajını oluşturan kaynaklara ilişkin betimsel istatistikler	38
Tablo 4. Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajını oluşturan kaynaklara ilişkin betimsel istatistikler	39
Tablo 5. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği madde betimsel istatistikleri	39
Tablo 6. Türkiye İmajına Yönelik Algı boyutundaki madde betimsel istatistikleri	40
Tablo 7. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği açıklayıcı faktör analizi (AFA) bulguları.....	42
Tablo 8. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) elde edilen model uyum indeksleri	43
Tablo 9. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği DFA ve güvenirlik analizi bulguları	43
Tablo 10. Türkiye imajına yönelik algı ölçeği açıklayıcı faktör analizi (AFA) bulguları	44
Tablo 11. Türkiye imajına yönelik algı ölçeği doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) elde edilen model uyum indeksleri	45
Tablo 12. Türkiye imajına yönelik algı ölçeği DFA ve güvenirlik analizi bulguları.....	46
Tablo 13. Ölçeklerin toplam ve alt boyut puanlarına ait betimsel istatistikler.....	47
Tablo 14. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması	48
Tablo 15. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının ülkesinin bulunduğu bölgeye göre karşılaştırılması	49
Tablo 16. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının yaş gruplarına göre karşılaştırılması	50
Tablo 17. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre karşılaştırılması.....	50
Tablo 18. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının Gümüşhane'de yaşama süresine göre karşılaştırılması.....	51
Tablo 19. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması	52

Tablo 20. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının ülkesinin bulunduğu bölgeye göre karşılaştırılması	53
Tablo 21. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının yaş gruplarına göre karşılaştırılması	54
Tablo 22. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre karşılaştırılması	55
Tablo 23. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının Gümüşhane’de yaşama süresine göre karşılaştırılması	56
Tablo 24. Türkiye’ye gelmeden önce ve geldikten sonraki Türkiye imajına yönelik algı puanlarının karşılaştırılması.....	58
Tablo 25. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik imaj algısı ile Türkiye imajı algısı arasındaki ilişki	58

ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 1. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği DFA diyagramı.....44
- Şekil 2. Türkiye imajına yönelik algı ölçeği DFA diyagramı47



SİMGELER VE KISALTMALAR

n : Örneklem/gruptaki örneklem sayısı

% : Yüzde

: Ortalama

SS : Standart sapma

p : Anlamlılık düzeyi

t : t testi istatistiği

F : ANOVA test istatistiği

r : Pearson korelasyon katsayısı

β : Standardize regresyon katsayısı

1. GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle birlikte yükseköğretim alanında uluslararası öğrenci hareketliliği önemli bir artış göstermiştir. Bu hareketlilik, ülkelerin eğitim politikalarını yeniden şekillendirmesine ve kendilerini uluslararası eğitim destinasyonları olarak konumlandırma çabalarına ivme kazandırmıştır. Bu bağlamda Türkiye, coğrafi konumu, tarihî geçmişi, kültürel zenginliği ve son yıllarda geliştirdiği yükseköğretim politikaları ile uluslararası öğrenciler için cazip bir seçenek haline gelmiştir. Türkiye, Asya ile Avrupa arasında bir köprü oluşturmalarının yanı sıra, farklı medeniyetlerin izlerini taşıyan kültürel çeşitliliğiyle de öne çıkmaktadır. Bu özellikler, uluslararası öğrenciler nezdinde Türkiye'ye yönelik olumlu bir algının oluşmasında etkili olmaktadır. Ancak bu algı, yalnızca ülke düzeyindeki genel özelliklerle değil, aynı zamanda öğrencilerin eğitim gördükleri şehirlerin sunduğu sosyal, kültürel ve akademik ortamlarla da doğrudan ilişkilidir.

Yapılan çalışma, Türkiye genelinde uluslararası öğrencilerin ülkeye yönelik algılarını incelemekle birlikte, Gümüşhane ili özelinde bu algının nasıl şekillendiğini ortaya koymayı hedeflemektedir. Gümüşhane, büyükşehir statüsüne sahip olmamakla birlikte, üniversitesi aracılığıyla uluslararası öğrencileri ağırlayan Anadolu şehirlerinden biridir. Bu durum, Gümüşhane'nin uluslararası öğrenciler üzerindeki etkisinin ve bu öğrencilerin Gümüşhane'ye dair algılarının incelenmesini anlamlı kılmaktadır. Metropollerin dışındaki şehirlerin uluslararası öğrencilerle kurduğu ilişkiler ve sundukları yaşam deneyimleri literatürde yeterince ele alınmamıştır. Bu bağlamda, çalışma Gümüşhane örneği üzerinden hem Türkiye'nin uluslararası öğrenci algısını yerel bağlamda değerlendirmekte hem de bu alandaki akademik boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın temel amacı, Türkiye'de eğitim gören uluslararası öğrencilerin Türkiye ve özel olarak Gümüşhane'ye yönelik algılarını analiz etmektir. Bu analiz, öğrencilerin akademik deneyimlerinin yanı sıra kültürel adaptasyon, sosyal etkileşim, günlük yaşam deneyimleri ve geleceğe yönelik beklentileri gibi çok boyutlu unsurlar dikkate alınarak yapılmaktadır. Çalışma, Türkiye'nin yükseköğretimde uluslararasılaşma stratejilerine katkı sağlamayı, yerel düzeydeki deneyimlerin genel algı üzerindeki etkilerini anlamayı ve Gümüşhane gibi kentlerin uluslararası eğitim sürecindeki rolünü açığa çıkarmayı hedeflemektedir.

Çalışmanın önemi, Türkiye'nin uluslararası öğrenciler için sunduğu olanakların yalnızca ülke genelinde değil, şehir bazında da ne şekilde algılandığını göstermesi ve bu doğrultuda politika yapıcılara hem ulusal hem de yerel düzeyde katkı sağlayacak öneriler sunmasıdır. Literatürde Türkiye'ye yönelik uluslararası öğrenci algısı genel düzeyde incelenmiş olsa da Gümüşhane gibi nispeten küçük şehirlerin uluslararası öğrencilerle olan etkileşimi üzerine yapılan araştırmalar oldukça sınırlıdır. Bu yönüyle çalışma, Türkiye'nin uluslararası eğitimdeki konumunu mikro ölçekte değerlendirerek literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.



2. ALGI VE ALGIYI OLUŞTURAN FAKTÖRLER

2.1. Algı Kavramı

Algı, bireylerin çevresel uyarıcılardan edindiği bilgileri zihinsel olarak işleme süreciyle oluşan bir kavramdır. Bu süreç, bireyin önceki deneyimleri, değerleri, tutumları ve inançları doğrultusunda şekillenmektedir. Algı, bireylerin dış dünyayı nasıl yorumladığını belirleyen temel bir zihinsel faaliyettir. Kişinin çevresinde olup bitenleri nasıl anlamlandırdığı ve bu doğrultuda nasıl davrandığı, büyük ölçüde algılama biçimiyle bağlantılıdır. Dolayısıyla, algı yalnızca dışsal uyaranlara verilen tepki değil, aynı zamanda bireyin bu uyaranlara yüklediği anlamdır (Erdoğan vd., 2006: 56).

Algı, bireylerin ya da kurumların doğrudan deneyimleri, dolaylı anlatımları, medya, iletişim ve sosyal etkileşim gibi çeşitli faktörler aracılığıyla şekillenmektedir. Bu nedenle, kurumlar veya hizmet sunucuları açısından bakıldığında, hedef kitlenin algısı, sunulan hizmetin kalitesinden bağımsız olarak olumlu ya da olumsuz biçimlerde gelişebilmektedir. İnsanlar bir ürünü, hizmeti ya da kurumu değerlendirirken genellikle bu değerlendirmeyi doğrudan nesnel verilere değil, sahip oldukları algıya dayandırmaktadır. Bu bağlamda algı, bireylerin karar alma süreçlerinde oldukça belirleyici bir faktördür (Briggs, 2007: 710).

Algı, bireylerin deneyimlerinin ve çevreden edindiği bilgilerin zihinsel bir sentezidir. Bu süreçte birey; önceki bilgilerini, değer yargılarını ve duygularını kullanarak çevresindeki nesne, olay ve kurumlara yönelik bir değerlendirme geliştirir. Bu değerlendirme sonucu oluşan algı, bireyin o nesne ya da kurumla ilgili tutumunu doğrudan etkilenmektedir. Örneğin, bir öğrenci için üniversiteye dair algı; yalnızca akademik başarıyla değil, kampüs yaşamı, öğretim üyeleriyle ilişkiler, barınma koşulları, sosyal ortam gibi çok boyutlu unsurlarla şekillenmektedir. Algının olumlu olması için, öncelikle hedef kitlenin beklentilerinin doğru anlaşılması gerekmektedir. Kurumların hizmet sundukları bireylerin ne düşündüğünü ve hangi deneyimler sonucu bu düşüncelere ulaştıklarını analiz etmeleri büyük önem taşımaktadır. Aksi takdirde, kurumun dışarıya sunduğu görünüm ile hedef kitlenin algısı arasında ciddi farklılıklar oluşabilir. Bu nedenle kurumlar, mevcut algı durumunu sürekli olarak gözlemlemeli, geri bildirim mekanizmalarını etkin biçimde kullanmalı ve gerektiğinde bu algıyı olumlu yönde dönüştürecek stratejiler geliştirmelidir (Taslak ve Akın, 2005: 269).

2.2. Algı Kavramının Tanımı ve Önemi

Algı ve duyum kavramlarını ele almadan önce, bu iki terimin birbirinden nasıl farklılaştığını açıklamak önemlidir. Algı, bir nesnenin bireysel zihin tarafından nasıl işlendiğine dair bir süreç iken, duyum ise çevresel uyaranların duyu organları aracılığıyla algılanmasıdır. Görsel sanatlar ve müzik üzerinden bir örnek vermek gerekirse, bir resmin hâkim renginin sarı olduğunu ya da bir müzik parçasında klarnetin baskın enstrüman olduğunu algılamamız, bu ayrımı gösterir. Genellikle yapılabilen bir hata, sarı rengi ya da klarnet sesini sadece görmek ya da duymakla sınırlı olduğunu düşünmektir. Oysaki sarı renk ve klarnet sesi, duyumsanan veriler olup, algılama sürecimizin çok daha ötesinde bir işlemdir. Duyum, doğrudan gelen temel verilerin algılanması iken, algılama bu duyusal verilerin zihinsel süreçlerle yeniden işlenmesidir (Arıkan, 2008: 24).

Günlük yaşantımızdan alınan örnekler, duyum ve algı arasındaki farkı daha iyi kavramamıza yardımcı olur. Jerome Bruner'ın geliştirdiği "algıda kanaat süreci modeli" bu bağlamda açıklayıcı bir örnekle sunulabilir: İştene eve dönerken her gün geçtiğimiz sokakta yürümekteyiz. Çevrede dikkatimizi çekecek bir uyaran yokken, karşıdan gelen ve tanıdık bir komşumuz olan kişi 15 metre mesafede görüş alanımıza girer. Kişiyi aramızdaki mesafe azaldıkça yüzüne bakmamıza rağmen onu tanımamız bir süre gerçekleşmez. Sesini duyduğumuz anda, kim olduğunu hemen anlarız. Bu örnekte, kişiyi görsel olarak algılamamamız, algı sürecinin tamamlanmadığını gösterirken, sesini duyduğumuzda hemen tanımamız, duyum ve ardından gelen algılama sürecinin sağlıklı işlediğini ortaya koyar. Bu, sıklıkla “bakmak ile görmek arasındaki fark” şeklinde ifade edilen bir durumdur; bakmak basit bir duyum, görmek ise algı sürecinin bir parçasıdır (Dinç, 2018: 68-70).

İnsan, dış dünyadan gelen verileri yalnızca duyu organlarıyla almakla kalmaz; bu verileri zihinsel süreçler aracılığıyla anlamlandırarak bütüncül bir algıya dönüştürür (Eren, 2010: 169). Görme, işitme, tatma, koklama ve dokunma gibi farklı duyularla elde edilen uyarılar, önce duyusal seviyede nörofizyolojik enerjiye dönüşür, ardından ise zihinsel işleme süreci olan algı başlar. Bu sürecin işleyişinde bireyin kalıtsal özellikleri kadar yaşam deneyimleri de belirleyici rol oynar. Diğer bir ifadeyle algı; doğuştan gelen yetiler ile yaşam boyunca edinilen bilgi ve becerilerin etkileşimi sonucunda şekillenir (Arkonaç, 1998: 107-112). Birey, çevresinden topladığı bilgileri zihninde düzenleyip işlerken, dünyaya dair çeşitli düşünce yapıları, öngörüler ve yaklaşımlar geliştirir. Bu zihinsel çerçeve, aynı zamanda bireyin tutum ve davranışlarının oluşumuna da yön verir.

Algı kuramları, görsel algının yalnızca o anki duyuşal girdilerle sınırlı kalmadığını, bireyin geçmiş deneyimlerine ve diğer bilgi kaynaklarına bağılı olarak değışkenlik gösterebildiğini belirtir. İnsanlar şu anda bir nesne ya da olay hakkında bir algı oluştururken, geçmişte benzer durumlarda edindikleri bilgileri de bu sürece dâhil ederler. Bu birleşik yapı, literatürde “final algısı” olarak tanımlanır ve çok sayıda unsurun etkileşimiyle oluşur (Coren vd., 1993: 14).

Algı yalnızca bilgiyi almak değıl, aynı zamanda ilgi ve dikkatle yönlendirilmiş bir seçim sürecini de kapsar. Birey, çevresindeki uyaranların tümünü aynı oranda algılamaz; bazılarına duyarsız kalırken, bazılarına özel bir dikkat gösterir (Eren, 2010: 69). Bu seçicilik, bireyin bilgi düzeyi, ilgi alanları ve uzmanlık alanları doğrultusunda şekillenir. Örneğın, bir köprüye bakan üç farklı uzmanın dikkat ettikleri unsurlar birbirinden oldukça farklı olabilir: bir metalurji mühendisi köprünün malzeme yapısına odaklanırken, bir inşaat mühendisi yapının taşıma kapasitesine, bir şehir plancısı ise köprünün ulaşım açısından işlevine odaklanabilir. Aynı nesneye bakmalarına rağmen, bilgi temelleri farklı olduğundan her biri farklı algılara sahip olacaktır. Dolayısıyla, bireyin sahip olduğú bilgi altyapısı, algı sürecinin yönünü belirler (Coren vd., 1993: 15).

Algı, çok sayıda içsel ve dışsal faktörün etkileşimiyle oluşur. Bu faktörler genel olarak dört ana başlık altında toplanabilir:

a. Bireysel Faktörler

Bireyin kişilik özellikleri, değıer yargıları, kültürel geçmişi, inanç sistemi ve geçmiş deneyimleri, algı süreçlerinde doğrudan rol oynar. Her birey, aynı uyarana farklı tepkiler verebilir çünkü algı öznel bir süreçtir. Örneğın, geçmişte olumsuz bir deneyim yaşıayan birey, aynı ortama tekrar girdiğinde bu deneyime dayalı olarak farklı bir algı geliştirebilir.

b. Çevresel Faktörler

Algıyı etkileyen fiziksel çevre unsurları; ışık, ses, mekânsal düzen gibi duyuşal uyarıcılardır. Örneğın, şehirlerin temizliğı, ulaşım düzeni, insanların davranış biçimleri gibi unsurlar bireylerin o ortama yönelik algısını biçimlendirir.

c. Sosyal ve Kültürel Etkileşimler

Toplumun genel tutumu, medyada yer alan haberler, aile ve arkadaş çevresi gibi sosyal ilişkiler de algının şekillenmesinde belirleyici olabilir. Birey, diğer kişilerin değıerlendirmelerinden etkilenecek kendi algısını oluşturabilir.

d. İletişim ve Medya

Algının oluşmasında medya ve iletişim araçları güçlü bir etkiye sahiptir. Özellikle şehirler ve ülkeler hakkındaki haberler, tanıtım filmleri, sosyal medya paylaşımları gibi

unsurlar, bireylerin daha deneyim yaşamadan belirli bir izlenime sahip olmalarına neden olabilir. Bu durum, gerçeklikten uzak ama güçlü bir algı yaratabilir.

Algı kavramı, temelde iç ve dış olmak üzere iki temel başlık altında sınıflandırılabilir. Her algı süreci bir uyarıcıya dayansa da uyarıcının fiziksel olarak dış çevreden gelmesi her zaman zorunlu değildir. Birey, bazen dış dünyadan gelen verilerle algı geliştirirken, bazen de kendi iç dünyasındaki farkındalık yoluyla da algı oluşturabilir. Kişinin kendi benliğine yönelik farkındalığı ve içsel süreçlerini değerlendirmesiyle oluşan bu duruma iç algı denir. İç algı, bireyin bilinç yoluyla kendisi hakkında bilgi edinmesini sağlayan bir mekanizmadır ve dışsal uyaranlar olmadan da ortaya çıkabilir (Eren, 2010: 342).

Bunun yanında, bireyin dış dünyadaki nesne ve olaylara yönelik zihinsel temsilleriyle oluşan algılara ise dış algı adı verilmektedir. Dış algılar, bireyin çevresinde bulunan nesne ve olaylara ilişkin duyuşsal bilgiler temelinde oluşur. Nesnelerin zihinde canlanan görüntüleri, gerçekliğe dayalı algısal temsiller olarak kabul edilir. Dış algılar yalnızca doğrudan gözlemlerle değil; aynı zamanda geçmiş deneyimlerin, hayallerin ve duygusal etkilerin birleşimiyle de şekillenebilir. Bu nedenle, dış algı bireyden bireye, hatta kültürden kültüre farklı biçimlerde ortaya çıkabilir (Arkonaç, 1998: 107-112).

Algılar farklı türlerde sınıflandırılarak daha ayrıntılı şekilde analiz edilebilir. Bunlardan biri duyu algısıdır. Duyu algısı, çevredeki nesnelerin özelliklerinin duyu organları aracılığıyla algılanması ve bu sayede o nesneye ilişkin nitelik, nicelik, konum ve durum gibi bilgiler elde edilmesidir. Bir diğer tür ise hayal algısıdır. Bu tür algıda nesne fiziksel olarak bireyin karşısında bulunmaz; ancak birey daha önceki duyu algılarına dayanarak nesneyi hayal eder ya da hatırlar. Bu, geçmişte edinilen duyuşsal izlenimlerin zihinsel olarak yeniden canlandırılmasıyla ilgilidir. Dış algı, bireyin çevresinde var olan fiziksel gerçekliğe dayalı olarak geliştirdiği algılardır. Görme, işitme ve dokunma gibi duyuşlar aracılığıyla birey çevresini tanımlar. Dış algı, dış dünyaya yönelik olarak işleyen temel algı türüdür ve bireyin çevresel gerçekliği yorumlamasında belirleyicidir. İç algı ise, bireyin içsel farkındalığına, sezgilerine ve öngörülerine dayanır. Duyu organlarıyla doğrudan algılanamayan ancak içsel bir bilişsel süreçle fark edilen bu algılar, bireyin kendini tanıması, ruhsal durumunu anlamlandırması ve geleceğe yönelik değerlendirmelerde bulunması açısından önemlidir. Bu iki temel algı biçimi arasında bir tür denge sağlayan ve her ikisinin özelliklerini bir araya getiren öz algı da bireyin hem içsel hem de dışsal verileri birleştirerek oluşturduğu farkındalık biçimidir. Öz algı, bireyin kendi benliğine dair hem

çevresel hem de içsel yansımaları bir arada değerlendirdiği karma bir algı biçimidir (Briggs, 2007: 712).

2.3. Şehir ve Ülke Algısı

Şehir ve ülke algısı, bireylerin belirli bir coğrafi mekâna dair zihinsel temsilleri, değerlendirmeleri ve duygusal yaklaşımları olarak tanımlanabilir. Bu algılar, bireyin o şehir ya da ülkeye dair doğrudan yaşadığı deneyimlere, dolaylı olarak edindiği bilgilere (medya, sosyal çevre, anlatılar) ve kültürel birikimlerine dayanır. Şehir ve ülke algısı, sadece fiziki mekânlara ilişkin değil, aynı zamanda o mekânda yaşayan insanlar, kültürel yapı, yaşam tarzı, güvenlik, ekonomi, siyaset ve hatta iklime dair genel bir izlenimi kapsar. Bu nedenle algı, yalnızca gözlem değil; aynı zamanda yorum, anlam yükleme ve duygusal tepkilerle şekillenen çok katmanlı bir zihinsel süreçtir (Can ve Başaran, 2014: 35).

Bir şehir ya da ülkeye dair algılar genellikle bireyin kişisel deneyimleriyle başlar ve şekillenir. Bu deneyimler doğrudan (turistik ziyaret, yerleşim, eğitim vb.) ya da dolaylı (medya, internet, sosyal medya, film, müzik) yollarla oluşabilir. Bir ülkenin siyasi istikrarı, toplumsal olayları ya da küresel platformlardaki imajı da ülkeye yönelik algının oluşumunda büyük rol oynar. Bu bağlamda şehir ve ülke algısı, bireyin deneyimleri ile toplumsal temsilin etkileşiminden doğan bir algı türüdür. Şehir ve ülke algısı, bireyin kendi kültürel geçmişi, değer yargıları ve sosyal kimliğiyle de doğrudan ilişkilidir. Aynı şehir, farklı bireyler tarafından farklı biçimlerde algılanabilir. Bu nedenle, şehir ve ülke algısı çoğu zaman karşılaştırmalı ve kültürlerarası bir bakış açısıyla şekillenir. Bireyin yaşadığı sosyal ortam, ait olduğu topluluk ve bu topluluğun söz konusu şehir ya da ülkeye dair söylemleri, bireyin algısını biçimlendiren önemli etmenler arasında yer alır (Fırat ve Kömürcüoğlu, 2015: 291).

Algılar bireylerin davranışlarını doğrudan etkileyen önemli psikolojik etmenlerdir. Bir şehir ya da ülkenin olumlu algılanması, o mekâna dair ilgi, merak ve ziyaret etme isteği yaratırken; olumsuz algılar kaçınma, mesafe koyma ya da güvensizlik gibi davranışlara yol açabilir. Bu durum özellikle turizm, göç ve uluslararası öğrenci hareketliliği gibi alanlarda belirgin bir şekilde gözlemlenir. Günümüzde şehirlerin ve ülkelerin algısını yönetmek adına "şehir markalaşması" ve "ulus imajı yönetimi" gibi kavramlar öne çıkmaktadır. Bu stratejiler, söz konusu mekânların sadece fiziksel değil; kültürel, ekonomik ve sosyal yönlerinin de belirli bir kurgu çerçevesinde sunulmasını ve dışa dönük bir kimlik inşasını içerir. Şehirler artık sadece yaşanılan yerler değil, aynı zamanda rekabet eden markalar hâline gelmiştir. Bu bağlamda şehir yönetimleri, kültür

sanat etkinlikleri, uluslararası organizasyonlar, kent estetiği, sosyal medya kampanyaları gibi yollarla şehrin algısını olumlu yönde şekillendirmeye çalışmaktadır. Bu stratejiler, bireylerin şehir ve ülkelere yönelik algılarında belirleyici olabilir (Karadağ ve Turut, 2013: 45).



3. ULUSLARARASI ÖĞRENCİ VE TÜRKİYE

3.1. Uluslararası Öğrenci

Uluslararası öğrenciler, yükseköğretim amaçları doğrultusunda kendi ülkelerinin dışında eğitim gören bireylerdir. Bu kapsamda, bir üniversitenin yükseköğretim programının bir kısmını veya tamamını başka bir ülkede geçiren kişiler uluslararası öğrenci olarak tanımlanmaktadır (Glossary of Project Atlas, 2021: 8). Dünya genelinde bu öğrenciler çeşitli terimlerle tanımlanır ve bu tanımlamalar resmî kurumlar tarafından farklılık gösterir. Örneğin, bazı kaynaklarda uluslararası öğrenciler için yabancı öğrenciler, değişim programı öğrencileri, misafir öğrenciler gibi ifadeler kullanılır. Türkiye'de 1983 ile 2011 yılları arasında bu öğrenciler yasal metinlerde 'yabancı öğrenci' olarak anılmış, 2012 yılından itibaren ise 'uluslararası öğrenci' ifadesi tercih edilmiştir.

Eğitimi farklı bir coğrafyada sürdürme kararı alan uluslararası öğrenciler için 'itici' ve 'çekici' faktörler bu tercihlerde önemli bir rol oynar. İtici faktörler, öğrencilerin kendi ülkelerindeki olumsuz şartlardan kaynaklanır ve onları yurt dışında eğitim arayışına iten sebeplerdir. Bu faktörler arasında düşük kaliteli akademik programlar, yetersiz burs imkânları, yüksek nüfus yoğunluğu ve kötü çalışma koşulları sayılabilir. Çekici faktörler ise öğrencileri başka bir ülkeye çeken pozitif sebeplerdir; bunlar arasında yüksek kaliteli eğitim olanakları, üniversitenin prestiji, coğrafi ve kültürel yakınlık, dini veya etnik benzerlikler ve öğrencinin ev sahibi ülkede akraba veya arkadaşlarının bulunması gibi etkenler bulunur (Kayani vd., 2015: 452)

Li ve Bray'in (2007) belirttiği gibi, itici ve çekici faktörler uluslararası öğrencilerin tercihlerini açıklamada kullanılan önemli teorik araçlardır; ancak bu faktörler genellikle dışsal ve sınırlıdır. Uluslararası öğrencilerin kararlarında etkili olan daha geniş bir yelpazede faktörler bulunur. Öğrencilerin yaş, cinsiyet, akademik başarı, motivasyon, arzular ve sosyo-ekonomik durum gibi kişisel özellikleri bu tercihleri etkileyebilir. Uluslararası eğitim deneyimlerini şekillendiren bu çeşitlilik, öğrencilerin farklı geçmişlerinden ve kişisel özelliklerinden kaynaklanır. Bu nedenle, her bir öğrencinin benzersiz deneyimi, kapsamlı bir değerlendirme gerektirir ve bu, eğitim politikalarının ve üniversite programlarının tasarımında dikkate alınması gereken bir husustur (Li ve Bray, 2007: 801).

3.2. Yükseköğretimde Uluslararasılaşma

Dünya ekonomisinin küreselleşmesi, rekabetin artması ve uluslararası organizasyonların aktif yatırım politikaları, özellikle gelişmiş ülkelerdeki yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşmasını hızlandırmıştır. Bu süreçte, yurt dışında eğitim görmek isteyen öğrenci sayısında gözlemlenen artış, yükseköğretimin küresel bir boyut kazanmasına yol açmıştır. Gelişmekte olan veya gelişmemiş ülkelerdeki gençler, daha iyi eğitim fırsatları için sıklıkla gelişmiş ülkelerin üniversitelerini tercih etmektedirler. Bu durum, gelişmiş ülkelerde yükseköğretimin uluslararasılaşmasını bir devlet politikası olarak öne çıkarmış ve küresel bir perspektif kazandırmıştır (Bloom, 2006: 285).

1980'lerde başlayan ve zamanla ivme kazanan küreselleşme olgusu, dünya genelindeki eğitim sistemlerini etkilemiştir. Yükseköğretimin küreselleşmesi ve bilgi endüstrilerine dönüşmesi, bu sürecin önemli bir parçası olmuştur. Ülkeler, dış politikalarını güçlendirmek ve uluslararası arenada olumlu bir imaj oluşturmak amacıyla uluslararası öğrencileri çekmek için rekabet etmektedirler. ABD ve Kanada gibi ülkeler, uluslararası eğitimi bir pazar aracı olarak görüp bu alanda finansal kaynaklar yaratmaktadır; bu da yükseköğretimin ticarileşmesine yol açmaktadır. 1970'lerde dünya genelinde yaklaşık 800 bin olan uluslararası öğrenci sayısı, 2012 itibarıyla 4,5 milyona ulaşmış, 2021 yılında ise bu sayının 7,5 milyonu aşması beklenmiştir. ABD, bu öğrencilerin en çok tercih ettiği destinasyon olmuştur. 2017 yılı itibarıyla, uluslararası öğrenciler ABD ekonomisine yaklaşık 42 milyar dolarlık bir katkı sağlamışlardır. 2000-2001 yıllarında, yarım milyondan fazla uluslararası öğrenci ABD'de eğitim alırken, İngiltere, Almanya ve Fransa gibi diğer gelişmiş ülkeler de önemli ölçüde uluslararası öğrenci ağırlamıştır (Yepes, 2006: 118). Son yirmi yıl içinde OECD ülkelerindeki yükseköğretim kurumlarına kayıtlı uluslararası öğrenci sayısı iki katına çıkmıştır.

Küreselleşen dünya düzeni içinde, uluslararası öğrenci hareketliliği, evrensel bir boyuta ulaşarak yükseköğretim sektöründe özelleşmeyi ve uluslararası düzeyde rekabeti tetikleyen bir pazar oluşturmuştur. Asya ve Afrika gibi bölgelerden, gelişmiş ülkelere yükseköğretim amacıyla göç eden binlerce özel veya burslu öğrenci, bu süreçte önemli bir rol oynamaktadır. Bu küresel yükseköğretim pazarının yıllık olarak yaklaşık 100 milyar dolarlık bir ekonomik hacme ulaştığı tahmin edilmektedir. Türkiye, küresel yükseköğretim alanında kendine sağlam bir yer edinme çabası içerisinde, uluslararası eğitim pazarında etkin bir aktör olma yolunda ilerlemektedir. 2000'lerin başında, uluslararası öğrencilerin varlığı daha çok İngilizce eğitim veren birkaç devlet ve özel üniversiteyle sınırlı iken, 2020 yılı itibarıyla bu durum vakıf ve devlet üniversitelerinin

tamamına yayılmış durumdadır. Savaşan vd., (2015) tarafından yapılan analizlere göre, Türkiye'nin uluslararası öğrenciler için lisans ve özellikle lisansüstü eğitim seçeneği olarak tercih edilmesi, yükseköğretim alanında ülkenin artan cazibesine bağlanabilir. Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarına 2001 yılında 16.656 uluslararası öğrenci kayıt olurken, bu sayı 2020 yılında 178 bine ulaşmıştır. Bu, son on dokuz yılda Türkiye'ye gelen uluslararası öğrenci sayısında ciddi bir artış olduğunu göstermektedir. Bu artış, Türkiye'nin yükseköğretim sektöründe uluslararası bir cazibe merkezi haline geldiğinin bir göstergesidir ve ülkenin bu alandaki politikalarının etkisini yansıtmaktadır (Savaşan vd., 2015: 7).

Yükseköğretimin uluslararasılaşmasıyla ilgili çalışmaların temel amacı kurumsal itibar ve görünürlük kazanmak, rekabetçi bir ortamda yer almak, yetenekli öğrencileri ve başarılı akademisyenleri çekmek, ekonomik olarak güçlenmektir. Bu amaçlar, ortak derece programları, çevrim içi kurslar, işbirlikçi araştırma projeleri, öğrenci ve akademisyen değişim programları gibi faaliyetlerle gerçekleştirilmektedir (Özerdem, 2016: 79).

Knight (1993) yükseköğretimin uluslararasılaşmasını, eğitim, araştırma ve hizmet işlevlerine uluslararası ve kültürlerarası boyutların entegre edilmesi süreci olarak tanımlar. Bu tanım, uluslararasılaşmanın sadece izole edilmiş aktivitelerin toplamından ibaret olmadığını, aynı zamanda sürekli ve dinamik bir süreç olduğunu vurgular. Bu süreç, bir yükseköğretim kurumunun temel işlevleri olan öğretim, araştırma ve topluma hizmetle sıkı sıkıya entegredir. Yükseköğretimde uluslararasılaşma, farklı ülkeler ve kurumlar için değişen öncelikler ve hedefler doğrultusunda tanımlansa da bu sürecin dinamik yapısı her zaman ortak bir özellik olarak kabul edilir (Knight, 1993:22).

Eğitim alanında uluslararasılaşma süreci, belirlenen bir strateji doğrultusunda uluslararası eğitim faaliyetlerinin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi olarak anlaşılmaktadır. Bu faaliyetler, birden fazla ülkeden bireylerin katılımıyla oluşan ve kültürlerarası iş birlikleri, geçişkenlik, etkileşim ve bağlantıları içeren eğitim hareketleridir (Bilgili, 2024: 77). 21.yüzyılın başları itibarıyla küreselleşmenin politik, sosyal ve ekonomik faktörler üzerindeki etkileri, yükseköğretimde uluslararasılaşma ihtiyacını doğurmuştur. Cantwell (2009)'ın belirttiği gibi, küreselleşme genel olarak ekonomik ve sosyal bir süreç olarak görülse de uluslararasılaşma, üniversitelerin ve yüksekokulların bu geniş çaplı küresel etkileşime verdiği cevaplar olarak tanımlanabilir. Bu, üniversite yönetimlerinin küresel etkilere karşı geliştirdikleri temel stratejilerin bir göstergesidir (Cantwell, 2009: 302).

Avrupa Birliği gibi üst düzey kuruluşlar, üye ülkelerin bu süreçteki organizasyonuna destek olmakta ve koordinasyonu sağlamaktadır. Bu desteklerle birlikte, AB'nin üye ülkeleri üzerindeki uygulamaları, ayrı yönetimsel sistemlerin yanı sıra, birliğin varlığıyla ortak uygulamaların geliştirilmesini de kolaylaştırır (Çetin, 2018: 83). Qiang (2003)'a göre, yükseköğretimin uluslararasılaşması; akademik programlar, araştırma iş birlikleri, müfredat dışı aktiviteler, dış ilişkiler ve çeşitli hizmetler gibi farklı alanlarda yürütölen çalışmalarla sağlanmaktadır (Qiang, 2003: 238). Tsuneyoshi (2005) ise, uluslararasılaşmanın ekonomik ve kültürel hedeflerle ortaya çıkmasının ötesinde, yükseköğretim kalitesini artırma ve bilgi üniversiteleri olarak yeni modeller geliştirme yönünde etkiler yarattığını vurgular (Tsuneyoshi, 2005: 66).

Yükseköğretimin uluslararasılaşması, ulusların kendi yükseköğretim kalite süreçlerini uluslararası beklenti ve taleplere göre şekillendirme çabasıdır. Bu süreç, uluslararası uzmanlığın getirdiği bilgi birikimi ile daha başarılı sonuçlara ulaşmayı mümkün kılar. Uluslararasılaşma, dış politika ve kalkınmada iş birliği, kültürel ve bilimsel etkileşimler sunarken, ülkeler ve kurumlar arasında kalite ve kapasite aktarımı sağlar. Bu, aynı zamanda öğretim elemanı hareketliliğine olanak tanır ve üniversitelerin global niteliklere sahip yabancı akademisyenleri davet etmesine imkân verir (Seggie ve Ergin, 2018: 174).

3.3. Uluslararası Öğrenci Hareketliliğinin Ardındaki Etmenler

Uluslararası öğrenci hareketliliği, günümüzde küreselleşmenin etkisiyle eğitim alanında önemli bir fenomen haline gelmiştir. Bu hareketliliğın temelinde yatan etmenler, kültürel, ekonomik ve akademik faktörler olarak çeşitlendirilebilir. Kültürel etmenler, öğrencilerin farklı kültürleri deneyimleme arzusunu içerirken, ekonomik faktörler, öğrencilere sağlanan maddi destekler ve kariyer fırsatları olarak değerlendirilmektedir. Akademik nedenler ise daha kaliteli eğitim olanaklarına erişim ve prestijli üniversitelerde öğrenim görme isteğini kapsar. Öğrenci hareketliliğindeki en belirgin itici faktörlerden biri, öğrencilerin kendi ülkelerindeki eğitim kurumlarının kalitesinden memnun olmamalarıdır. Öğrenciler, daha iyi eğitim standartları sunan ülkeleri tercih ederek akademik ve mesleki gelişimlerini uluslararası bir platformda sürdürmeyi hedeflemektedirler. Gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere doğru olan öğrenci akışı, bu türden bir memnuniyetsizliğin göstergesi olarak kabul edilir (Tsuneyoshi, 2005: 76).

Bunun yanı sıra, küresel öğrenci hareketliliğini destekleyen çekici faktörler arasında, öğrencilere sunulan burs programları, çalışma imkanları ve sosyal entegrasyon

fırsatları yer almaktadır. Örneğin, Avrupa'da Erasmus gibi programlar, öğrenci değişimini teşvik ederken aynı zamanda sosyal ve kültürel entegrasyonu da desteklemektedir. Bu programlar, öğrencilere farklı ülkelerdeki eğitim sistemlerini deneyimleme ve yeni kültürler arası beceriler edinme şansı verir. Diğer taraftan, uluslararası öğrencilerin ev sahibi ülkeler için ekonomik katkıları da göz ardı edilemez. Öğrenci hareketliliği, yerel ekonomilere doğrudan yatırım olarak dönüşebilir. Örneğin, ABD ve İngiltere gibi ülkeler, uluslararası öğrencilerden sağlanan öğrenim ücretleri ve yaşam masraflarıyla büyük ekonomik faydalar elde etmektedir. Uluslararası öğrenci hareketliliği, yalnızca bireysel öğrenciler için değil, ev sahibi ve gönderen ülkeler için de çeşitli faydalar sağlamaktadır. Kültürel değişim, akademik iş birlikleri ve ekonomik katkılar, bu hareketliliğin temel taşlarını oluştururken, eğitim politikalarının bu yönde daha da geliştirilmesi gerektiği açıktır (Bulut Şahin ve Eriçok, 2023)

3.4. Uluslararası Yükseköğretimde Türkiye'nin Yeri ve Önemi

Türkiye'nin yükseköğretimde uluslararasılaşma süreci, ülkenin stratejik jeopolitik konumu, zengin tarihi mirası, ekonomik kapasitesi ve kültürel çeşitliliği gibi özgün avantajlarını kullanarak bölgesel ve küresel düzeyde daha etkin bir rol üstlenme amacını taşımaktadır. Bu süreç, Türkiye'nin global sahnede sahip olduğu konumunu pekiştirme ve uluslararası alanda rekabet gücünü artırma çabalarının bir parçası olarak değerlendirilmekte ve bu yönde politikalar geliştirilmektedir (Bulut Şahin ve Eriçok, 2023: 1925).

Türkiye'nin 2001 yılında Bologna sürecine katılmasıyla başlayan ve Avrupa yükseköğretim alanına entegrasyonu hedefleyen bu süreç, Türkiye'nin uluslararası eğitim politikalarındaki dönüşümüne ivme kazandırmıştır. Bu dönemde, 2014-2018 arasını kapsayan onuncu kalkınma planı kapsamında Türk yükseköğretiminin uluslararası ölçekte çeşitlendirilmesi ve uluslararası öğrenci ile öğretim üyeleri için cazibe merkezi haline getirilmesi amaçlanmıştır (Kalkınma Bakanlığı, 2013: 5). YÖK'ün 2017 yılında belirlediği politikalar doğrultusunda, uluslararasılaşma Türkiye yükseköğretiminin öncelikli gündem maddeleri arasında yer almaktadır (YÖK, 2017. 4).

Çetinsaya'nın (2014) çalışmalarında, Türkiye'nin global düzeydeki etkinliğinin yükseköğretimde uluslararasılaşma seviyesine yansımadağı ve Türkiye'nin uluslararasılaşma stratejisinin bölgesel gücü ve küresel hedeflerle uyumlu olarak şekillendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Aynı çalışmada, Çetinsaya Türkiye'deki yükseköğretim sisteminin uluslararasılaşmasını teşvik etmek için yapılan en kritik

hamlelerden biri olarak Yabancı Uyruklu Öğrenci Sınavının kaldırılmasını göstermiştir. 2010 yılında kaldırılan bu sınavın ardından, Türkiye'nin uluslararası öğrenci kabul prosedürlerinde üniversitelere daha fazla esneklik tanınması, uluslararası öğrenci sayısında önemli bir artışa yol açmıştır. Bu değişiklik, Türkiye'nin uluslararası öğrenciler için daha erişilebilir bir destinasyon haline gelmesine olanak sağlamıştır (Çetinsaya, 2014).

Türkiye'nin yükseköğretim uluslararasılaşma süreci, coğrafi konumunun stratejik avantajları, zengin tarihi ve kültürel mirası üzerine inşa edilmiştir. Bu süreç, ekonomik ve akademik faydalar sağlama amacı taşırken, Türkiye'nin global düzeyde rekabetçiliğini artırmak için de kritik öneme sahiptir (Umurbek, 2018: 64). Türkiye'nin uluslararası öğrenci sayısını artırma çabaları, yurt dışında etkili iş birlikleri kurarak ve kendi başlattığı programlarla her geçen yıl katlanarak büyümüştür. Bu başarı hem mevcut ortaklıkların güçlendirilmesi hem de stratejik olarak önemli yeni hedef ülkelerle ilişkilerin kurulmasıyla sağlanmıştır.

Türkiye'nin uluslararasılaşma çabaları, özellikle Mevlâna değişim programı gibi inisiyatiflerle desteklenmektedir. 2011 yılında başlatılan bu program, Türkiye'nin kültürel ve akademik potansiyelini uluslararası alanda paylaşmayı ve Türkiye yükseköğretim kurumlarının kapasitelerini artırmayı hedeflemektedir. YÖK tarafından 2017 yılında Uluslararası İlişkiler Daire Başkanlığı'nın kurulması ve 2018-2022 yıllarını kapsayan 'Yükseköğretimde Uluslararasılaşma Strateji Belgesi'nin yayımlanması, Türkiye'nin uluslararasılaşma hedeflerinin somutlaştırılmasında önemli bir adım olmuştur (YÖK, 2021: 3). Bu belge, öğrenci ve akademisyen hareketliliği, çift diploma programları, yabancı dilde eğitim veren programların sayısının artırılması ve uluslararası sıralamalarda yüksek yerler elde etme gibi hedefleri içermektedir. Bu hedefler doğrultusunda Türkiye, uluslararası yükseköğretim sıralamalarında yer alan üniversite sayısını artırmayı ve küresel düzeyde rekabet edebilirliğini güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

Türkiye'nin yükseköğretim alanındaki uluslararasılaşma çabaları, Yükseköğretim Kurulu öncülüğünde, ülkenin jeopolitik konumu, ekonomik potansiyeli ve kültürel zenginliğini stratejik avantajlar olarak kullanarak geliştirilmiştir. Bu süreç, uluslararası öğrenci akışını artırma, akademik iş birliklerini çoğaltma ve global bilgi ağlarına entegrasyonu hedeflemekte olup, YÖK bu hedeflere ulaşmak amacıyla çeşitli birimler kurarak ve uluslararası iş birliklerini destekleyen projeler geliştirerek yoğun çaba sarf etmektedir (YÖK, 2021: 5). Türkiye'nin uluslararası öğrenciler ve akademisyenler için cazibe merkezi haline gelmesini amaçlayan "Study in Turkey" ve "TURQUAS" gibi

projeler, Okul Tanıma ve Denklik Yönetmeliği ve YÖK tarafından sağlanan burslar, uluslararasılaşma sürecini daha da güçlendirmektedir.

Yükseköğretimin uluslararasılaşmasıyla ilgili en son gelişmeler, 2023 Yılı Üniversite İzleme ve Değerlendirme Raporu'nda (2023) detaylandırılmıştır. Rapor, özellikle akademik personel ve öğrenci hareketliliği üzerine odaklanmış olup, 2022 yılında Türkiye'deki 169 üniversitede 1434 doktoralı öğretim üyesi istihdam edilmiş, 94 üniversite uluslararası değişim programları kapsamında 1245 öğretim elemanı ağırlamış, 127 Türk üniversitesinden ise 2294 öğretim elemanı yurt dışındaki üniversitelerde ziyaretçi olarak görev yapmıştır. 2022 yılında 260,316 uluslararası öğrenci Türkiye'ye gelmiş, değişim programlarından yararlanarak gelen öğrenci sayısı önceki yıla göre iki kat artarak 6397'ye ulaşmış, Türkiye'den yurt dışına gönderilen öğrenci sayısı ise 16,984 olmuştur (YÖK, 2023: 5).

Uluslararası akademik iş birlikleri açısından da önemli bir artış kaydedilmiştir. 2022 yılında, uluslararası fonlarla desteklenen 2140 proje Türk üniversitelerinde yürütülürken, yurt dışı ortaklıklarla 2329 proje gerçekleştirilmiştir. Türkiye'deki üniversiteler tarafından düzenlenen uluslararası nitelikteki 3910 sempozyum, kongre ve sanatsal serginin yanı sıra, endeksli dergilerdeki uluslararası iş birliği ile hazırlanan yayınların oranı %26,7 olarak belirlenmiştir. Türkiye'nin yükseköğretimde uluslararasılaşma sürecinde kaydettiği ilerlemeyi göstermekte olup, uluslararasılaşmanın sadece akademik bir çaba olmanın ötesinde, kültürel ve ekonomik bir zenginleşme fırsatı sunduğunu da ortaya koymaktadır. Bu süreçte YÖK'ün belirlediği stratejik hedefler, ülkenin uluslararası alanda daha rekabetçi bir konuma gelmesini sağlamakta ve küresel eğitim pazarında etkin bir oyuncu olma yolunda Türkiye'yi desteklemektedir.

3.4.1. Türkiye Algısı ve Ardındaki Etmenler

Türkiye'nin uluslararası yükseköğretim alanında algısı ve bu algıyı şekillendiren çeşitli etmenler, ülkenin eğitim stratejilerinden, tarihi ve kültürel mirasına, jeopolitik konumundan ekonomik dinamiklerine kadar geniş bir yelpazede incelenebilir. Bu algı, Türkiye'nin global ölçekte nasıl pozisyonlandığı ve uluslararası öğrenciler için ne derece cazip bir destinasyon olduğunu belirleyen faktörlerden etkilenmektedir. Türkiye, doğu ile batı arasında köprü vazifesi gören stratejik bir konuma sahiptir. Bu özelliği, tarihi İpek Yolu üzerinde yer alması ve birçok ev sahipliği yapmış olmasıyla birleştiğinde, ülkenin zengin bir kültürel ve tarihi mirasa sahip olduğunu gösterir. Bu çeşitlilik, uluslararası öğrencilere hem Batı hem de Doğu kültürlerinin bir sentezini

sunar. Türkiye'nin bu benzersiz konumu, uluslararası öğrenciler için akademik çalışmalarını sürdürürken aynı zamanda kültürel bir keşif yapma fırsatı sunar (Erişti ve Coşkunserçe, 2017).

Türkiye, son on yıllarda yükseköğretim politikalarında önemli reformlar gerçekleştirmiştir. Bologna Süreci'ne katılım ve Yükseköğretim Kurulu'nun uluslararasılaşma stratejileri, Türkiye'yi Avrupa yükseköğretim alanına daha entegre hale getirmiştir. Türkiye, özellikle yabancı uyruklu öğrenci sınavını kaldırarak ve Mevlâna gibi değişim programlarını başlatarak uluslararası öğrenci ve akademisyen hareketliliğini teşvik etmiştir. Bu politikalar, Türkiye'nin küresel eğitim pazarında daha rekabetçi ve cazip hale gelmesine yardımcı olmuştur. Türkiye ekonomisi, son yıllarda kayda değer bir büyüme göstermiştir ve bu durum yükseköğretim sektörüne de yansımıştır. Yükseköğretim kurumlarına yapılan yatırımlar artmış, daha fazla araştırma ve geliştirme faaliyeti için kaynak ayrılmıştır. Türkiye'nin uygun yaşam maliyeti ve eğitim ücretleri, özellikle gelişmekte olan ülkelere gelen öğrenciler için ekonomik bir tercih sebebi olmaktadır. Bu faktörler, Türkiye'nin uluslararası öğrenciler için finansal olarak erişilebilir bir destinasyon olmasını sağlamaktadır. Her ülkenin uluslararası algısı gibi Türkiye'nin algısı da sosyo-politik durumu ve bölgesel güvenlikle yakından ilişkilidir. Bölgesel çatışmalar ve iç politikadaki belirsizlikler zaman zaman uluslararası öğrenciler ve akademisyenler arasında endişelere neden olabilmektedir (Erişti ve Coşkunserçe, 2017).

Türkiye, yükseköğretim kurumlarında güvenlik ve istikrar sağlama yönünde önlemler alarak bu endişeleri hafifletmeye çalışmaktadır. Türkiye'nin sunduğu akademik programların çeşitliliği ve kalitesi, uluslararası öğrencilerin ilgisini çekmektedir. Türkiye'nin çok kültürlü yapısı, farklı kültürel arka planlardan gelen öğrenciler için zengin bir sosyal ve kültürel deneyim sunmaktadır. Türk üniversitelerinde verilen yabancı dilde eğitim programlarının sayısının artması, uluslararası öğrencilerin eğitim süreçlerine entegrasyonunu kolaylaştırmaktadır. Uluslararası öğrencilerin Türkiye algısı, öğrenci sayısındaki artış ve Türkiye'nin tercih edilme sebepleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Türkiye'nin kültürel, tarihi ve stratejik jeopolitik özellikleri, yükseköğretim alanında uluslararası bir cazibe merkezi oluşturmasında önemli roller oynamaktadır. Yükseköğretim Kurulu uluslararası öğrenci hareketliliğini ve Türkiye'nin eğitimdeki uluslararası imajını güçlendirmek için çeşitli projeler ve iş birlikleri geliştirmiştir. Bu süreç, Türkiye'nin yükseköğretim stratejilerinin bir parçası olarak yer almaktadır (YÖK, 2021).

Bektaş, Bilir ve Alan (2020) tarafından yapılan bir araştırmada, Uludağ Üniversitesi'nde eğitim gören yabancı uyruklu öğrencilerin Türkiye algıları incelenmiştir. Çalışma, öğrencilerin Türkiye'ye gelmeden önceki genel olumlu düşüncelerinin, ülkede geçirdikleri süre zarfında ve üniversitenin sunduğu olanaklar sayesinde daha da olumlu hale geldiğini göstermiştir. Bu sonuçlar, yükseköğretim kurumlarının uluslararası öğrencilerin entegrasyonunda ve genel memnuniyetinde oynadığı kritik role işaret etmektedir.

Türkiye, uluslararası öğrenci ve akademisyen hareketliliğini artırma, yükseköğretimde iş birliğini teşvik etme ve kültürel etkileşimi destekleme amacıyla çeşitli uluslararası iş birlikleri ve değişim programları geliştirmiştir. Bu programlar arasında ERASMUS, Mevlana gibi inisiyatifler bulunmakta olup, bu programlar aracılığıyla hem Türkiye'den öğrenci ve akademisyenler yurt dışına gönderilmekte hem de yurt dışından çok sayıda öğrenci ve akademisyen Türkiye'ye davet edilmektedir. Anıq (2017) tarafından yapılan bir diğer çalışma, Türk dizilerinin ve filmlerinin Afganistan'da yayınlanmaya başlaması sonrasında Afgan öğrenciler arasında Türkiye'yi eğitim için tercih etme oranında bir artış olduğunu göstermiştir. Bu, kültürel ürünlerin uluslararası öğrenciler üzerindeki etkileyici gücünü ve eğitim tercihlerini nasıl şekillendirebileceğini ortaya koymaktadır (Anıq, 2017: 12).

Akyürek (2012) tarafından Ermenistan'da yapılan bir araştırma, Türkiye ve Türk algısını ölçmeyi amaçlamıştır. Çalışmada, çoğunluğu üniversite öğrencileri olan katılımcılara yöneltilen sorularla kişilerin algılarını en çok etkileyen kaynaklar araştırılmıştır. Bulgular medyanın, genel toplumsal yargıların ve edebi kaynakların insanların Türkiye algısını en fazla etkileyen faktörler olduğunu göstermiştir.

3.4.2. Türkiye Algısının Uluslararası Öğrenci Hareketliliğine Etkileri

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'yi tercih etme sebepleri çok yönlü ve karmaşıktır. Bu tercihlerde etkili olan çeşitli faktörler, Türkiye'nin sunduğu akademik olanaklardan, kültürel çekiciliğe, ekonomik avantajlardan, dil öğrenim fırsatlarına kadar geniş bir yelpazede incelenebilir. Türkiye'nin yükseköğretim alanında uluslararasılaşma çabaları, bu faktörleri destekleyici biçimde şekillenmiştir ve öğrencilere çeşitli cazip seçenekler sunmaktadır (Günaydın, 2012: 142).

Türkiye, özellikle son yıllarda yükseköğretim kalitesini artırmaya yönelik önemli adımlar atmıştır. Üniversiteler arasındaki akademik rekabet ve yabancı akademisyenlerin katkılarıyla eğitim standartları yükselmiştir. Kondakçı ve arkadaşları (2017) tarafından yapılan bir araştırmada, özellikle Afrika, Orta Doğu ve eski Sovyet

lkelerinden gelen ğrenciler Türkiye'deki üniversitelerin akademik kalitesini yüksek bulduklarını ifade etmişlerdir. Bu durum, Türkiye'nin yükseköğretimdeki uluslararası rekabetçiliğini artırırken, uluslararası öğrenciler için de çekici bir tercih nedeni oluşturmuştur.

Türkiye'nin zengin tarihi ve kültürel yapısı, özellikle komşu bölgeler ve akraba topluluklar için büyük bir çekim merkezi oluşturuyor. Öğrenciler, Türkçe ğrenme fırsatını ve Türkiye ile kendi kültürleri arasındaki bağları pekiştirme şansını değerli buluyorlar. Kondakçı ve arkadaşlarının araştırması, özellikle Balkanlar, Orta Asya ve Türk Cumhuriyetleri'nden gelen ğrencilerin Türkiye'yi bu yönleriyle tercih ettiklerini göstermektedir. Türkiye, Türkçe dil kursları ve Türk kültürüne olan genel ilgi nedeniyle de seçilmektedir. Türkiye, uluslararası öğrencilere nispeten uygun maliyetli bir eğitim sunar. Türkiye'deki niversiteler çeşitli burs programları ile öğrencilere maddi destek sağlamaktadır. Ekonomik burslar ve çalışma imkanları, ğrencilerin Türkiye'yi tercih etme sebepleri arasında önemli yer tutmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerden gelen öğrenciler için Türkiye, kariyer fırsatları ve kalkınma potansiyeli açısından önemli bir destinasyon olmaktadır (Kondakçı vd., 2017: 105).

Türkiye'nin jeopolitik konumu ve sosyal yapısı, öğrenciler için hem fırsatlar hem de zorluklar sunabilir. Öğrenciler, Türkiye'nin güvenli bir ortam sunup sunmadığı, kişisel haklara ve özgürlüklere ne derece önem verildiği gibi konularda da bilgi sahibi olmaya çalışırlar. Bu faktörler, özellikle Orta Doğulu ve Orta Asyalı ğrenciler için önemli olabilmektedir. Türkiye'nin misafirperver kültürü, uluslararası öğrenciler tarafından sıkça övülen bir yönüdür. Bu, Türkiye'nin sıcakkanlı ve açık kültürü sayesinde öğrenciler, yabancı bir ülkede yaşamanın getirdiği zorluklara rağmen kendilerini evlerinde hissedebilirler. Tüm bu faktörler, Türkiye'nin uluslararası öğrenciler için bir eğitim destinasyonu olarak nasıl algılandığını derinlemesine etkilemektedir. Bu algıları yönetmek ve iyileştirmek, Türkiye'nin küresel eğitim pazarındaki konumunu daha da güçlendirecek stratejik öneme sahiptir (Kondakçı vd., 2017: 106).

3.5. Türkiye'de Yükseköğretimde Uluslararasılaşma

Tarihsel bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde, yükseköğretim alanındaki ilk önemli gelişmeler 11. yüzyılda Bağdat'ta kurulan Nizamiye Medreseleri ile başlamıştır. Bu dönemde Avrupa bilim dünyası orta çağın sınırlı düşünce yapısından sıyrılammışken, İşlam coğrafyası bilimsel ve akademik çalışmalara ağırlık vermeye başlamıştır. 15. yüzyılda İstanbul'da açılan medreseler, İşlam dünyasındaki bu bilimsel

ve akademik yükselişi temsil etmektedir. Nizamiye Medreseleri ve benzeri eğitim kurumları, öğretim metodlarıyla Endülüs üzerinden Avrupa'ya yayılmış ve burada yeni bir eğitim anlayışının temellerini atmıştır (YÖK, 2013: 4).

Orta çağ Avrupa'sı, kilisenin ağır baskısı altında bilimsel bir karanlık çağ yaşarken, İslam dünyası eğitim ve öğretimde bir aydınlanma dönemi geçirmiştir. Medreseler, eğitim kalitesini artırmada önemli bir role sahip olup, sayıları ve faaliyet gösterdikleri bölgeler zamanla çeşitlenmiştir. Öğrenciler, bilgi ve tecrübe açısından tanınmış hocaların ders verdiği medreselere, coğrafi sınırlamalara aldırılmadan gitmekteydi. Zaman içinde bu hareketlilik, modern zamanların uluslararası öğrenci değişim programlarının öncüsü haline gelmiştir (Gür, 2011: 47).

Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde başlayan ve Cumhuriyet'in kuruluş yıllarında devam eden modernleşme hareketleri, Türkiye yükseköğretiminin uluslararası bir boyuta kavuşmasını sağlamıştır. Bu süreçte uygulanan politikalar arasında, Batı eğitim geleneğine uygun üniversitelerin kurulması öncelikli hedefler arasında yer almıştır. Bu yeni üniversiteler, çeşitli ülkelerde eğitim almış akademisyenlerin deneyimlerinden faydalanarak, kendi müfredat ve programlarını oluşturmuşlardır. Yurtdışı eğitim bursları sağlayarak genç nesillere uluslararası deneyim kazanma fırsatı sunulmuş, bu da ülkenin gelişimine katkıda bulunmuş ve modernleşme sürecini hızlandırmıştır (Gür, 2011: 51).

Yurtdışından dönüş yapan öğrenciler, ülkenin yükseköğretim alanındaki reformlarına önemli katkılar sağlamıştır. Osmanlı Devleti döneminde başlayan ve Tanzimat dönemiyle devlet politikası haline gelen Batı'ya öğrenci gönderme uygulamaları, yükseköğretimde uluslararasılaşmanın en önemli ayağını oluşturmuştur. Bu tür politikalar, ülkenin akademik altyapısının gelişimine ve uluslararası alanda rekabet edebilir bir düzeye ulaşmasına yardımcı olmuştur (Balaban, 2012: 41).

Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde başlatılan modernleşme çabaları, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuyla birlikte daha da ivme kazanmıştır. Bu dönemde yükseköğretim alanında Batı modelini benimseyen kurumların kurulması öncelikli hedefler arasında yer almıştır. Eğitim müfredatlarının ve yükseköğretim yapısının modernize edilmesi sürecinde, çeşitli ülkelerden gelen yabancı akademisyenlerden yoğun olarak yararlanılmıştır (Erdem, 2012: 378).

Bu dönemde, yüksek başarı gösteren öğrencilere yönelik olarak yurtdışı eğitim bursları sağlanmış, bu öğrencilerin yurt dışında aldıkları eğitimin Türkiye'ye katkı sağlaması hedeflenmiştir. Burs alan öğrenciler, aldıkları eğitimi Türkiye'nin sosyal ve ekonomik kalkınmasına aktarmak üzere teşvik edilmiştir. 1930'lar ve 1940'lar boyunca

yürütülen Von Humboldt eğitim modeli temelli reformlar, üniversite eğitiminde araştırma ve öğretimin entegre edilmesini teşvik etmiş, bu sayede akademik düzeyde önemli ilerlemeler kaydedilmiştir (Erdem, 2012: 382).

Türkiye'de yükseköğretim sistemi, uluslararası alanda da rekabetçi bir yapıya kavuşmak amacıyla sürekli olarak geliştirilmekte ve bu kapsamda çeşitli projeler devlet tarafından desteklenmektedir. Örneğin, TURQUAS Projesi, Bologna Süreci, Erasmus programları ve Proje Tabanlı Uluslararası Değişim Programları gibi girişimler, öğrencilerin ve öğretim elemanlarının uluslararası alanda daha etkin olmalarını sağlamak amacıyla hayata geçirilmiştir (Tosun, 2020: 114).

3.5.1. Akademik Boyut

Türkiye'de yükseköğretimin uluslararası boyutları, özellikle akademik akreditasyon, denklik süreçleri ve yabancı dilde eğitim gibi çeşitli alanlarda önem kazanmıştır. Yurt dışından alınan ön lisans, lisans ve lisansüstü diplomaların Türkiye'deki eşdeğerliliğinin belirlenmesi, uluslararası geçerliliği olan akreditasyonlar için kritik bir öneme sahiptir. Bu denklik işlemleri, 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu altında Yükseköğretim Kurulu tarafından gerçekleştirilirken, doktora diplomaları için denklik işlemleri Üniversitelerarası Kurul tarafından yürütülmektedir (Eğitim İzleme Raporu, 2015). YÖK, bu süreci yönetebilmek için çeşitli bölgesel gruplara ayrılmış bir denklik birimi oluşturmuş ve bu birimler aracılığıyla özellikle KKTC ve Azerbaycan üniversitelerinden gelen diploma başvurularını değerlendirmektedir. Denklik sürecinde, üniversitelerin tanınırlığı ve eğitim kalitesi gibi kriterler dikkate alınmaktadır. Türkiye aynı zamanda, öğrenim sürelerinin ve derecelerin Avrupa Bölgesi'nde tanınması amacıyla Lizbon Tanıma Sözleşmesi'ni imzalamıştır, bu da ülkede öğrenci hareketliliğinde tanıma sorunu yaşanmamasını sağlamaktadır (Şenses, 2007: 24).

Uluslararası öğrenciler için eğitim dilinin seçimi, tercihlerini doğrudan etkileyen bir başka önemli faktördür. Dünya genelinde en yaygın kullanılan diller olan İngilizce ve Fransızca, öğrenciler tarafından tercih edilen başlıca dillerdir. Türkiye'de de İngilizce eğitim veren kurumlar, özellikle Orta Doğu Teknik Üniversitesi gibi, en çok tercih edilen üniversiteler arasında yer almaktadır. Ancak, İngilizce eğitim veren öğretim üyelerinin ve bölümlerin sayısı sınırlıdır. Almanya, İngilizce programlarına ek olarak farklı dillerde eğitim sunarak uluslararası öğrencileri çekmeye çalışmaktadır, benzer şekilde Fransa, Çin ve Japonya da çeşitli sınavlar ve ek eğitimlerle İngilizce programların kapısını aralamaktadır. Hollanda ve Malezya gibi ülkelerde de çok dilli eğitim programları mevcuttur, bu da uluslararası öğrencilere çeşitli seçenekler

sunmaktadır (DEİK ve EEİK, 2012: 4). Türkiye'de, Türkçe eğitim alan uluslararası öğrenciler, dil becerilerini geliştirmek için hazırlık sınıflarına ve TÖMER programlarına katılarak eğitimlerine devam etmektedirler.

3.5.2. Öğrenci Boyutu

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarına başvuruları, kabul süreçleri ve sağlanan imkanlar, öğrenci hareketliliği açısından büyük önem taşımaktadır. 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu çerçevesinde belirlenen kabul koşulları, yabancı uyruklu öğrenciler için özelleştirilmiş ve 2010 yılındaki Yabancı Uyruklu Öğrenci Sınavı'nın kaldırılmasıyla, uluslararası öğrenci kabul süreçleri daha esnek hale gelmiştir. Bu değişiklik, Türkiye'ye olan uluslararası öğrenci akışını artırmıştır. Üniversiteler, öğrencilerin başvuru belgelerini kendi bünyelerinde değerlendirerek, her bölüm için ayrı ayrı belirlenen kontenjanlar dahilinde öğrenci kabul etmektedirler (OECD, 2020: 5).

Yabancı öğrencilerin üniversiteye kabulü için gerekli olan başlıca koşullar arasında, ilgili ortaöğretim kurumundan mezun olma şartı ve YÖK tarafından belirlenen ödeme şartları yer alır. Türkiye'ye gelmeden önce finansal yeterliliği kanıtlamaları gerekmektedir. Türkiye'deki üniversiteler, merkezi sınav yerine kendi özel sınavlarını uygulama eğilimindedirler. Bu durum, özellikle resmi öğrenci statüsü olmayan adaylar için vize problemlerine yol açabilmekte ve bu durum bazen eleştirilere neden olmaktadır. Önerilen çözüm olarak, merkezi bir sınav sisteminin veya alternatif kabul yöntemlerinin getirilmesi, daha fazla uluslararası öğrencinin Türkiye'yi tercih etmesine yardımcı olacaktır (DEİK ve EEİK, 2012: 4).

Türkiye, öğrenci vizeleri konusunda gösterdiği esneklikle bilinir. Öğrencilerin kabul mektupları, geçerli pasaportları, ödenmiş vize harçları ve öğrenim süresince geçimlerini sağlayacak finansal belgeler, vize işlemleri için gereklidir. ABD ve Kanada gibi ülkelerde olduğu gibi, uluslararası öğrencilere çalışma izni verilmesi, bu ülkelerin daha fazla tercih edilmesini sağlamıştır. Türkiye'de eğitim gören uluslararası öğrencilere, ülkede kaldıkları süre boyunca çalışma imkânı sunulması ve kayıt dışı çalışmaların önlenmesi için düzenlemeler yapılması önerilmektedir (OECD, 2020: 7).

3.5.3. Uluslararası Öğrenci Temini

Üniversitelerin uluslararasılaşma sürecindeki çabaları, küresel ölçekte öğrenci çekmek ve akademik prestij kazanmak açısından önemlidir. Bu kapsamda, Türk üniversiteleri yabancı öğrencilerin ilgisini çekmek ve uluslararası alanda daha çekici bir

profil oluşturmak için çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Bu yöntemler arasında yurt dışında düzenlenen eğitim fuarları, eğitim danışmanlık firmaları ile iş birlikleri, “Uluslararası Öğrenciler Ofisi” gibi özel birimlerin kurulması, destek ve hibe programları ile yapılan projeler, öğrenci ve ailelere sağlanan özel destekler, internet üzerinden yapılan araştırmalar, kültürel programlar ve popüler medya içeriklerinin etkin kullanımı yer almaktadır (DEİK ve EEİK, 2012: 3).

Türkiye'deki üniversiteler, uluslararası öğrencileri çekmek için kampüslerindeki olanakları geliştirerek, eğitim dili ve program çeşitliliği gibi konularda yenilikler yapmıştır. Bu çabalar, özellikle TÖMER birimlerinde öğrenci sayısında artışa yol açmıştır. Türk yükseköğretim kurumlarının tanıtım stratejilerinde geniş kapsamlı bir yaklaşım benimsenmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Devlet ve vakıf üniversitelerinin bu konuda yatırım yapmaları ve etkili stratejiler geliştirmeleri önerilmekte, ancak devlet üniversitelerinin bu konuda daha geri planda kaldığı belirtilmektedir (Koyuncu, 2019). Türk yükseköğretim sisteminin gelişmiş özellikleri yeterince bilinmediğinden, bu alanda doğru ve etkili bir tanıtım yapılması büyük önem taşımaktadır. Tanıtım faaliyetlerinde abartıdan kaçınılarak, etkinlik, verimlilik ve ekonomiklik ilkeleri gözetilmeli, yanıltıcı unsurlardan uzak durulmalıdır (DEİK, 2013: 5).

Tanıtım faaliyetleri kapsamında, Türkiye'nin son yıllardaki ekonomik performansının ve kültürel zenginliklerinin ön plana çıkarılması, ülkenin doğal güzellikleri ve sosyal yaşamı gibi unsurların vurgulanması olumlu geri dönüşler sağlamaktadır. Türk yükseköğretiminin markalaşmasında bu faktörlerin etkin kullanımı, uluslararası alanda bir vizyoner marka oluşturulmasına katkıda bulunabilir. Türk üniversitelerinin uluslararası öğrenci çekme çabalarının artırılması için, hedef ülkelerin belirlenmesi ve bu ülkelerdeki liselerle iş birlikleri kurulması gerekmektedir. Tarihi ve kültürel yakınlıklar, istihdam imkanları ve dil bağları gibi faktörler dikkate alınarak hedef pazarlar belirlenmelidir. Balkanlar, Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Türk Cumhuriyetleri gibi bölgeler, Türk üniversiteleri için potansiyel hedefler arasında yer alabilir (DEİK ve EEİK, 2012: 11). Bu stratejik yaklaşımlar, Türk yükseköğretiminin uluslararası alanda daha güçlü bir konuma ulaşmasını sağlayacak ve Türkiye'yi global öğrenci hareketliliği için tercih edilen bir destinasyon haline getirecektir.

3.5.4. Uluslararası Öğrencilerin Ülke Tercihlerini Etkileyen Faktörler

Uluslararası eğitim ve öğrenci hareketliliği, gelişmiş ülkelerin bilgi birikimine erişim sağlamanın en etkili yollarından biri olarak giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu hareketlilik, küresel bilginin yayılmasına ve kamu diplomasisine

katkıda bulunurken, aynı zamanda uluslararası öğrencileri çeken ülkeler için bir hizmet sektörü haline gelmiştir. Bu bağlamda, uluslararası öğrenci temini, devletler tarafından özellikle desteklenen bir alan olmuştur (Uslu,2017:3). Ülkeler ve üniversiteler, uluslararası öğrenci temin etmek için özel çalışmalar yaparak bu alanda rekabeti artırmakta ve kaliteli öğrenci çekme yönünde çeşitli bilimsel, akademik ve kültürel programlar geliştirmektedir (Radmard, 2017: 71).

Uluslararası öğrencilerin yurt dışında eğitim için ülke tercihlerini etkileyen faktörler arasında diplomanın uluslararası tanınırlığı, burs ve konaklama imkanları, iş bulma olanakları, tarihi, dini ve kültürel bağlar, eğitim dilinin İngilizce olması, çok dilli ve çok kültürlü teknolojik kampüslerde yükseköğretimin kalitesi, üniversitelerin uluslararasılaşma düzeyi ve gidilen ülkenin dilini bilmek gibi unsurlar yer almaktadır (T. C. Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı, 2016).

Üniversitelerin uluslararasılaşmasında başarıyı artırmak için fiziki, teknik ve sosyal altyapılarının geliştirilmesi, öğrencilere sunulan imkanların çeşitlendirilmesi önemli bir rol oynamaktadır. Öğrenciler, tercih ettikleri bölümlerde özellikle İngilizce eğitim verilmesi ve diplomalarının geniş bir coğrafyada tanınır olması gibi faktörlere dikkat etmektedir (Demirhan, 2017). Öğrencilerin karşılaştığı problemler arasında konaklama, fiyatlandırma, denklik işlemleri, yabancı öğretim üyeleri, eğitim dili, başvuru ve kabul süreçleri, mevzuatla ilgili işlemler, vize ve ikamet işlemleri, çalışma izni ve sağlık sigortası gibi konular bulunmaktadır. Bu problemlerin çözümünde öğrencilere sunulan kolaylıklar ve inisiyatifler, üniversitelerin uluslararası cazibesini artıran önemli faktörler arasındadır.

YURTKUR, uluslararası öğrenciler için özel yurt kontenjanları sağlayarak, Türkiye'deki eğitim süreçlerini desteklemektedir. Devlet ve vakıf üniversiteleri de bu doğrultuda kendi yurtlarını veya anlaşmalı oldukları özel yurtları önermektedirler. Konaklama imkanları, uluslararası öğrencilerin ve ailelerinin ülke seçiminde oldukça belirleyici bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle, YURTKUR, YÖK ve üniversiteler arasındaki koordinasyonun güçlendirilmesi, konaklama olanaklarını genişletme konusunda kritik bir adım olarak değerlendirilmektedir. Özel üniversitelerin yönetimleri bu konuda aktif çalışmalar yapmakta ve eğitim tanıtımlarında konaklama seçeneklerini geniş bir perspektifte ele alarak öğrencilere sunmaktadır. Bu durum, özellikle birinci yıl öğrencileri için konaklamanın garanti edilmesinin, uluslararası öğrencilerin üniversite tercihlerini olumlu yönde etkileyebileceğini göstermektedir. Uluslararası öğrencilerin başarılı bir eğitim süreci geçirmeleri için mentörlük uygulamaları büyük önem taşımaktadır. Yeni bir kültüre ilk adım atıldığında,

öğrencilerin eğitim faaliyetlerini etkin bir şekilde sürdürebilmeleri için deneyimli yol göstericilere ihtiyaçları bulunmaktadır (Radmard, 2017: 74). Türkiye'deki üniversiteler, uluslararası öğrenci ofisleri bünyesinde bu ihtiyacı karşılamak için çeşitli danışmanlık ve mentörlük programları sunmaktadır. Bu ofisler, yalnızca öğrencilere değil, aynı zamanda dil barajı gibi sorunlar yaşayan yabancı öğretim elemanlarına da destek sağlamaktadır. Bu birimlerin yaygınlaştırılması ve hem öğrenci hem de akademik personel ihtiyaçlarını kapsayacak şekilde düzenlenmesi, Türkiye'deki yükseköğretimin uluslararası çekiciliğini artıracaktır.

Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşmasında önemli bir yere sahip olan Türkçe öğretimi, üniversitelerin bünyesinde faaliyet gösteren birimler aracılığıyla sağlanmaktadır. Türkçe yeterlilik sınavları ve Türkçe Yaz Okulu Programları gibi çeşitli eğitim faaliyetleri düzenlenmektedir. Örneğin, Ankara Üniversitesi ve benzeri kurumlar, uluslararası öğrencilerin dikkatini çekmek ve dil öğrenimlerini teşvik etmek amacıyla, TÖMER'de iki ay süreyle ücretsiz Türkçe eğitimi sunmaktadır. Oryantasyon dönemlerinde yeni gelen öğrencilere yönelik Türkçe dil desteği sağlayan üniversiteler de bulunmaktadır. Bu tür dil eğitimi programları, öğrencilerin Türkiye'ye adaptasyon süreçlerinde kritik bir rol oynamakta ve onların akademik ve sosyal yaşamlarında daha başarılı olmalarına yardımcı olmaktadır. Bu çabalar, Türkiye'deki üniversitelerin uluslararası cazibesini artırmakta ve dünya genelindeki öğrenciler için daha çekici bir eğitim destinasyonu haline gelmelerine katkı sağlamaktadır.

3.6. Konu ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Bu bölümde uluslararası öğrencilerin deneyimlerine ilişkin yurtiçi ve yurt dışındaki çalışmalardan bazıları özetlenmiştir.

3.6.1. Yurt İçinde Yapılan Çalışmalar

Radmard'ın (2012) yürüttüğü "Türkiye Üniversitelerinin Uluslararasılaşma Politikaları Bağlamında Uluslararası Öğrencilerin Yükseköğretim Taleplerinin Etkileyen Etkenlerin İncelenmesi" isimli araştırması, Türkiye'deki uluslararası öğrencilerin yükseköğretim tercihlerini etkileyen faktörleri ve Türkiye'nin bu öğrencilere yönelik arz politikalarını istatistiksel verilerle ele almıştır. Araştırmada, Türkiye'nin uluslararası öğrenciler için çekici bir destinasyon olarak öne çıkmasına yönelik bir devlet politikasının olmadığı, dil engelleri, sosyal ve ekonomik uyum sorunları yaşandığı belirlenmiştir. Buna rağmen, uluslararası öğrencilerin Türkiye'deki eğitim deneyimlerinden memnuniyet duydukları tespit edilmiştir. Araştırma, uluslararasılaşma

sürecinde uzun ve kısa vadeli stratejik devlet politikalarının geliştirilmesinin önemine dikkat çekmiştir.

Musaoğlu'nun (2016) yürüttüğü araştırma ise, Türkiye'ye uzun süreli eğitim amacıyla gelen uluslararası öğrencilerin uyum süreçlerini ve bu sürecin uluslararasılaşma üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırma sonuçları, uluslararası öğrencilerin en büyük beklentisinin kaliteli bir eğitim olduğunu, dil engelleri, önyargılar ve konaklama sorunları gibi zorluklar yaşadıklarını göstermiştir. Öğrencilerin sosyal destek sistemlerinden, özellikle arkadaşları ve aileleriyle iletişimden büyük destek aldıkları belirlenmiştir. Araştırma, ev sahibi öğrencilerin uluslararası öğrencilerle kurdukları arkadaşlıkların kendilerine yeni kültürleri tanıma fırsatı sunduğunu ve bu durumdan memnuniyet duyduklarını ortaya koymuştur. Araştırmanın sonuçları, üniversitelerin uyum süreçlerini desteklemek ve uluslararası öğrencilere yönelik entegrasyon politikalarını güçlendirmek için önemli bilgiler sunmaktadır.

Sasa'nın (2017) yürüttüğü "Türkiye'de Yükseköğrenim Gören Uluslararası Öğrencilerin Karşılaştıkları Yönetmelik Sorunları" adlı çalışma, Türkiye'de eğitim gören uluslararası öğrencilerin idari, ekonomik ve sosyokültürel zorluklarını detaylı bir şekilde incelemiştir. Araştırma, öğrencilerin yüksek harç ve yurt ücretleri, yetersiz yemek bursları ve öğrenci işleri desteğindeki eksiklikler gibi sorunlarla karşı karşıya olduğunu ortaya koymuştur. Bu zorluklar, öğrencilerin uyum sürecinde önemli engeller oluşturmakta ve eğitim deneyimlerini olumsuz yönde etkilemektedir.

Yelken'in (2018) "Yabancı Uyruklu Öğrenci Sınavı ile Karadeniz Teknik Üniversitesine Yerleşen Öğrencilerin Stresle Başa Çıkma Tarzları Problem Çözme Becerileri ve Yardım Arama Tutumları" başlıklı çalışması, YÖS ile Türkiye'de eğitim alan uluslararası öğrencilerin stres yönetimi, problem çözme ve yardım arama davranışlarını incelemiştir. Çalışma, Türk öğrencilerin sosyal destek almakta daha başarılı olduğunu, uluslararası öğrencilerin ise daha fazla iyimser ve çaresiz yaklaşımlar sergilediğini belirtmiştir. Araştırma, Türk ve uluslararası öğrenciler arasında belirgin kültürel ve sosyal farklılıklar olduğunu vurgulamaktadır.

Akgedik'in (2019) "Uluslararası Öğrencilerin Uyum Yıllarındaki Deneyimleri, Sorunları ve Çözüm Önerileri" adlı araştırması ise, Türkiye'ye üniversite eğitimi almak amacıyla gelen uluslararası öğrencilerin ilk yıllarındaki uyum süreçlerini, karşılaştıkları sorunları ve çözüm önerilerini ele almıştır. Araştırmanın bulguları, öğrencilerin dil bariyerleri, sosyo-kültürel, finansal ve barınma sorunları gibi önemli zorluklar yaşadıklarını ortaya koymuştur. Çalışma, öğrencilere yönelik etkin bir oryantasyon

programının, dil destek hizmetlerinin ve sosyal entegrasyon faaliyetlerinin geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Ercan'ın (2019) yaptığı "Türkiye'de Yükseköğretim Gören Uluslararası Öğrencilerin Uyum: Muğla Örneği" adlı araştırmada, Türkiye'de eğitim gören uluslararası öğrencilerin karşılaştıkları zorluklar ve ihtiyaçlarına dair kapsamlı bir inceleme sunulmuştur. Araştırma, öğrencilerin burs alıp almadıkları ve aylık gelirlerinin uyum süreçlerinde önemli rol oynadığını, Türkiye'de kalış süresinin uzaması, Türkçe öğrenme sürecinin başlangıcı ve yükseköğretime başlama zamanlarının öğrencilerin adaptasyon süreçlerinde belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Kültürel ve dini inanış benzerliklerinin Türkiye'yi tercih etme sebepleri arasında etkili olduğu ve çoğu öğrencinin Türkiye'deki eğitim deneyiminden memnun kaldığı gözlemlenmiştir.

Karaköse'nin (2019) gerçekleştirdiği "Uluslararası Öğrencilerin Öğrencilik Deneyimleri" araştırması, Ortadoğu ve İslam coğrafyalarından Türkiye'ye gelen öğrencilerin öğrencilik deneyimlerini irdelemiştir. Çalışma, öğrencilerin dil sorunları olmadığı halde ev sahibi öğrenciler ve sosyal ortamlardan kendilerini izole ettikleri, dil becerileri geliştikçe Türk öğrencilerle fikir ayrılıkları yaşadıkları, sınıf içinde ayrımcılığa maruz kaldıklarında sessiz kalmayı tercih ettikleri sonuçlarına ulaşmıştır. Buna rağmen, öğrencilerin genel olarak Türkiye'de eğitim almakta memnuniyet duydukları belirlenmiştir.

Konyar'ın (2019) yürüttüğü "Uluslararası Öğrencilerin Akademik Türkçe İhtiyaç Analizi ve Örnek Ders İçeriği" çalışması, uluslararası öğrencilerin Türkçe'deki akademik ihtiyaçlarını belirlemiş ve bu ihtiyaçları karşılamaya yönelik ders içerikleri geliştirmiştir. Araştırma, öğrencilerin en çok okuma ve yazma becerilerinde zorlandıklarını, özellikle sınavlar ve yazılı ödevlerde bu ihtiyaçların belirginleştiğini ortaya koymuştur. Araştırmadan elde edilen veriler, öğrencilerin eğitim seviyeleri arttıkça Türkçe yetkinliklerinde iyileşme gösterdiğini, sosyal bilimler alanındaki öğrencilerin fen bilimine göre dil becerilerinde daha başarılı olduklarını göstermiştir. Çalışma, Türkçe'nin yabancı dil olarak öğretiminde ve uluslararası öğrencilere akademik Türkçe öğretiminde kullanılabilecek örnek ders içeriklerinin önemini vurgulamaktadır.

Şen'in (2019) "Kültürel Zekâ ve Kültürel Adaptasyonun Akademik Performans Üzerine Etkisi: Üniversitelerdeki Yabancı Uyruklu Öğrencilerle Yapılan Bir Araştırma" başlıklı çalışması, Türkiye'de eğitim gören uluslararası öğrencilerin kültürel uyum ve kültürel zekâ düzeylerini irdelemiştir. Yapılan araştırmada, öğrencilerin kültürel zekâ ve adaptasyon düzeyleri ile akademik başarıları arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya

koymuştur. Bu sonuç, kültürel uyumun akademik başarı üzerindeki önemli etkisini göstermektedir.

Toska'nın (2019) "Uluslararası Öğrencilerin Yükseköğrenime İlişkin Görüşleri" başlıklı çalışması, Türkiye'deki üniversitelerde öğrenim gören uluslararası öğrencilerin deneyimlerini değerlendirmiştir. Araştırmada, öğrencilerin öğretim üyelerinin sınıf içi tutumlarına yönelik olumsuz, ancak sınıf dışı davranışlar, idari personel, konaklama ve sağlık olanaklarına yönelik olumlu görüşlere sahip oldukları belirlenmiştir. Araştırma uluslararası öğrencilerin sosyal aktivitelere aktif katılım gösterenlerin uyum sorunu yaşamadığını, pasif olanların ise sosyalleşme konusunda zorlandıklarını göstermiştir.

Tozan'ın (2019) yürüttüğü "Kültürlerarası İletişimin Geliştirilmesinde Uluslararası Öğrencilerin Etkisi: YTB Sakarya Üniversitesi Öğrencileri Örneği" başlıklı araştırma, Türkiye'de eğitim gören uluslararası öğrencilerin kültürel, dini, dil, eğitim ve sosyal çevre gibi faktörler açısından kültürlerarası iletişim becerilerini ve uyum süreçlerini incelemiştir. Araştırma, öğrencilerin kendi kültürleri ile Türk kültürünü başarıyla harmanladıklarını, Türkiye'de aldıkları eğitim ve etkinliklerle kendilerini geliştirdiklerini ve bu süreçte Türk firmalarında çalışma isteklerinin arttığını belirlemiştir. Araştırmada öğrencilerin Türk kültürünü daha iyi anlamak ve Türklerle ilişkilerini geliştirmek için çaba sarf ettiklerini ortaya koymuştur.

3.6.2. Yurt Dışında Yapılan Çalışmalar

Mahmood ve Galloway Burke (2018) tarafından yürütülen "Analysis Acculturative Stress and Sociocultural Adaptation Among International Students at a Non-Metropolitan University" başlıklı araştırma, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki küçük bir üniversitede uluslararası öğrencilerin yaşadığı kültürleşme stresi ve sosyokültürel uyum süreçlerini analiz etmiştir. Araştırma, öğrencilerin cinsiyet, yaş, ülke kökeni, ABD'de geçirdikleri süre, öğrenim seviyeleri ve İngilizce dil becerileri gibi değişkenlerle bu süreçler arasındaki ilişkileri incelemiştir. Bulgular, kültürleşme stresi azaldıkça uluslararası öğrencilerin sosyokültürel uyumlarının, akademik ve iş performanslarının, topluma katılımlarının ve dil yeterliliklerinin arttığını göstermiştir.

Freeman ve Li (2019) tarafından gerçekleştirilen "We are Ghost in The Class: First Year International Students Experiences in The Global Contact Zone" başlıklı çalışma, Avustralya'da üniversite birinci sınıftaki uluslararası öğrencilerin eğitim deneyimlerini ve algılarını mercek altına almıştır. Araştırma, Japon, Çinli, Brezilyalı, Taylandlı ve Vietnamlı öğrencilerin sınıflarda kendilerini görünmez hissettiklerini ve ev sahibi öğrenciler tarafından dışlanma yaşadıklarını ortaya koymuştur. Öğrencilerin

akademik deneyimlerine olumlu bakmalarına rağmen, uluslararası öğrenci olarak Avustralya'da karşılaştıkları sosyal zorluklar ve dışlanma hissi dikkat çekici bulgular arasında yer almıştır.

Andrade (2006) tarafından yürütülen "International Students in English-Speaking Universities" başlıklı araştırma, İngilizce konuşulan üniversitelerdeki uluslararası öğrencilerin uyum süreçleri üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olan faktörleri ve destek hizmetlerini incelemiştir. Araştırmanın sonuçları, uluslararası öğrencilerin en büyük sorunlarının dil bariyerleri ve kültürel farklılıklar olduğunu göstermiş, bu zorlukların üstesinden gelmek için öğrencilerin kendi kendilerine yardım stratejileri geliştirdiğini belirlemiştir. Akran desteği, öğretim üyesi desteği ve üniversite hizmetlerinin bu öğrencilerin uyum sürecinde önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Uluslararası öğrencilerin sosyal uyumu ve akademik başarılarına katkıda bulunacak çözümlerin, üniversite destek sistemlerinin geliştirilmesine yönelik öneriler sunmuştur.

Wu, Garza ve Guzman'ın (2015) gerçekleştirdiği "International Student's Challenge and Adjustment to College" başlıklı çalışma, Amerika Birleşik Devletleri'nde güney bir şehirdeki üniversitede eğitim gören uluslararası öğrencilerin uyum süreçleri ve sosyal adaptasyon zorlukları üzerine odaklanmıştır. Araştırma, öğrencilerin tedirginlik, güvensizlik, depresyon, kaygı ve dil zorlukları gibi duygusal ve sosyal zorluklar yaşadıklarını ortaya koymuştur. Çalışma, üniversitelerin uluslararası öğrencilere daha fazla destek sunarak bu adaptasyon süreçlerini kolaylaştırması gerektiğini vurgulamıştır.

Devors'un (2017) "International Student Struggles" başlıklı araştırması, Amerika'da yükseköğretim gören uluslararası öğrencilerin kültürel ve sosyal adaptasyon sorunlarına odaklanmıştır. Yapılan çalışmada, dil bariyerleri, vize işlemleri ve kültürel uyum süreçlerinin öğrenciler için en zorlayıcı dönemler olduğunu belirlemiştir. Öğrencilerin bu zorlukları, yerel halkla ve diğer öğrencilerle sosyal ilişkiler kurarak üstesinden geldikleri tespit edilmiştir.

Almurideef'in (2016) "The Challenges That International Students Face When Integrating into Higher Education in the United States" adlı çalışması, Amerika'da eğitim gören uluslararası öğrencilerin akademik ve sosyal başarılarına odaklanmış, aynı zamanda karşılaştıkları zorluklar ve destek ihtiyaçları üzerinde durmuştur. Öğrencilerin üniversite başlamadan önce konaklama, akademik programlar, kültür ve dil hakkında bilgilendirilme beklentisi içinde olduğunu ve mevcut destek programlarının yetersiz kaldığını göstermiştir. Yapılan araştırma uluslararası öğrencilerin daha kapsamlı destek programlarına ve bütüncül bir oryantasyon sürecine ihtiyaç duyduklarını ortaya

koymuştur. Bu bulgular, üniversitelerin uluslararası öğrencilere yönelik politika ve destek sistemlerini yeniden gözden geçirmeleri için önemli veriler sunmaktadır.

Freeman, Nga ve Mansori'nin (2019) gerçekleştirdiği "Psychological and language challenges faced by international students" isimli araştırma, Malezya'da eğitim gören uluslararası öğrencilerin karşılaştığı uyum sorunlarını derinlemesine incelemiştir. Araştırma sonuçları, öğrencilerin öz-yeterlik algılarını güçlendirecek stres yönetimi, öz farkındalık ve zaman yönetimi gibi konularda atölye çalışmalarının düzenlenmesinin yararlı olacağını ortaya koymuştur. Ayrıca, üniversitelerin, öğrencilerin akademik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarına cevap verebilmek için özel danışmanlık ve akademik danışmanlık hizmetleri sunması gerektiğinin altı çizilmiştir.

Evivie'nin (2009) yaptığı "Challenges Faced By African International Students At A Metropolitan Research University: A Phenomenological Case Study" araştırması, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki üniversitelerde eğitim gören Afrikalı uluslararası öğrencilerin karşılaştığı zorlukları ve bu zorluklarla başa çıkma yöntemlerini incelemiştir. Araştırma, öğrencilerin karşılaştıkları sorunları dile getirebilmeleri için forumlar düzenlenmesini ve bu platformların öğrencilere destek olmasını önermiştir. Ayrıca, uluslararası öğrencilerin mali destek ihtiyaçlarına yönelik olarak sivil toplum kuruluşlarının daha aktif rol alması ve öğrencilerin bu kuruluşlara üye olmalarının teşvik edilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu çalışmalar, uluslararası öğrencilerin karşılaştığı adaptasyon ve uyum sorunlarına dair kapsamlı çözüm önerileri sunmakta ve eğitim kurumlarının bu konuda nasıl bir yol izlemesi gerektiğine dair değerli bilgiler sağlamaktadır.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı, Gümüşhane’de yaşayan uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve Türkiye’ye ilişkin algılarını analiz ederek, bu algıların belirleyici unsurlarını ortaya koymaktır. Araştırma, uluslararası öğrencilerin Gümüşhane’nin ekonomik, kültürel, sosyal ve altyapısal özelliklerine dair görüşlerini inceleyerek, bu görüşlerin Türkiye genelindeki algılarla ilişkisini değerlendirmeyi hedeflemektedir. Aynı zamanda, Türk halkının hoşgörü, misafirperverlik ve kültürel değerler gibi niteliklerinin uluslararası öğrenciler üzerindeki etkisi de araştırmanın önemli bir odak noktasıdır. Anket, Gümüşhane Üniversitesi’nde öğrenim gören uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve Türkiye’ye ilişkin algılarını çok boyutlu olarak incelemeye yönelik hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında; öğrencilerin demografik özellikleri, Gümüşhane’ye ilişkin ilk izlenimleri, şehirle ilgili yaşam deneyimleri ve şehir halkına yönelik tutumları değerlendirilmiştir. Ayrıca, Türkiye’ye gelmeden önceki imaj algıları ile geldikten sonraki gözlemleri karşılaştırmalı biçimde ele alınmıştır.

Anket formunda yer alan ölçek maddeleri aracılığıyla; katılımcıların Türkiye ve Gümüşhane özelinde sosyo-kültürel, ekonomik, siyasal ve toplumsal yapı hakkındaki düşünceleri, medya, sosyal çevre ve doğrudan deneyim gibi çeşitli bilgi kaynakları üzerinden analiz edilmekte; şehir ve ülke imajı bağlamında genel algı düzeyi ortaya konulmaktadır. Bu yönüyle çalışma, şehir markalaşması, kültürlerarası etkileşim ve kamu diplomasisi konularına katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Bu çalışma, hem Gümüşhane şehrinin uluslararası öğrenciler için bir yaşam ve eğitim merkezi olarak nasıl algılandığını hem de Türkiye’nin genel itibarı ve tanıtımı üzerinde uluslararası öğrencilerin görüşlerinin nasıl şekillendiğini anlamak için kritik bir öneme sahiptir. Uluslararası öğrencilerin şehir ve ülkeye dair algıları, yalnızca bireysel deneyimlerin değil, aynı zamanda medya, sosyal çevre, kültürel etkinlikler ve eğitim sisteminin etkileriyle de biçimlenmektedir. Bu nedenle, araştırma, hem Gümüşhane’nin uluslararası öğrenciler için çekiciliğini artırmak hem de Türkiye’nin uluslararası tanıtım stratejilerine katkıda bulunmak için değerli veriler sunmaktadır.

Gümüşhane’nin ekonomik durumu, kültürel etkinlikleri, sağlık ve ulaşım hizmetleri gibi farklı boyutlardaki algıların ölçülmesi, şehirde yaşayan uluslararası öğrencilerin memnuniyet düzeylerinin ve ihtiyaçlarının daha iyi anlaşılmasına olanak

taniyacaktir. Bu bağlamda, araştırma, uluslararası öğrencilerin hem şehir hem de Türkiye hakkındaki genel algılarını olumlu yönde geliştirecek stratejik adımlar için rehber niteliğindedir.

Uluslararası öğrencilerin, Gümüşhane ve Türkiye hakkındaki algılarının analiz edilmesi, akademik literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır. Türkiye'nin uluslararası öğrenci politikaları ve şehirlerin küresel ölçekteki rekabet gücüne yönelik yapılacak çalışmalarda bu araştırmanın sonuçlarının yol gösterici olması beklenmektedir. Gümüşhane'nin uluslararası öğrenciler için cazibe merkezi haline gelmesi ve Türkiye'nin uluslararası arenada eğitim ve kültür bağlamında daha güçlü bir konuma ulaşması için bu tür çalışmaların önemi büyüktür.

4.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, yalnızca Gümüşhane'de yaşayan uluslararası öğrencilerle sınırlı bir katılımcı grubu üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu durum, elde edilen bulguların diğer şehirlerde yaşayan uluslararası öğrenciler için genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Araştırmaya katılan öğrenci sayısı, Gümüşhane'deki tüm uluslararası öğrencileri kapsamayabilir. Örneklem grubunun temsil gücü, araştırma sonuçlarının kapsamını sınırlayan bir faktör olarak değerlendirilebilir. Araştırma 15 Eylül ve 15 Kasım 2024 yılı içerisindeki iki aylık bir dönemde gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların algılarında, yaşadıkları süre ve deneyimlerinin farklılaşması nedeniyle zaman içinde değişiklikler meydana gelebilmektedir.

Katılımcıların algıları bireysel deneyimlere dayalı olduğundan, algılardaki öznel farklılıklar araştırma bulgularının genelleştirilmesini zorlaştırabilir. Katılımcıların kişisel tercihler, beklentiler ve geçmiş deneyimlerden etkilenmiş olması, elde edilen sonuçlara farklı boyutlar kazandırabilir.

4.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, Gümüşhane ilinde yaşayan uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve Türkiye hakkındaki algılarını incelemek amacıyla nicel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın temel amacı doğrultusunda, veri toplama, analiz ve yorumlama süreçleri sistematik bir şekilde yapılandırılmıştır. Çalışmada, betimsel bir tasarım benimsenmiştir. Bu bağlamda, uluslararası öğrencilerin Gümüşhane ve Türkiye'ye dair algılarının mevcut durumunu ortaya koyması hedeflenmiştir. Araştırma, katılımcıların deneyimlerini ve algılarını ölçmek için yapılandırılmış bir anket formu aracılığıyla yürütülmüştür. Bu model, araştırma konusuna ilişkin genel

eğilimleri ve algısal farklılıkları tespit etmek için uygun bir yöntem sağlamıştır. Araştırmada, katılımcıların Gümüşhane ve Türkiye hakkındaki algılarını ölçmek için anket formu kullanılmıştır. Bu araştırmada kullanılan anket formu, Gümüşhane Üniversitesi'nde öğrenim gören uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve Türkiye'ye yönelik algılarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Anket formunun oluşturulmasında, özellikle şehir ve ülke imajı üzerine yapılmış olan Barıtcı ve Barıtcı (2018) ile Paşalı Taşoğlu, Malkawi ve Al-Ameer (2021) tarafından geliştirilen ölçekler temel alınmış, bu ölçekler çalışmanın bağlamına uyarlanmıştır. Söz konusu çalışmalarda sıklıkla kullanılan "imaj" kavramı, bu araştırmada bireylerin bir yer ya da ülkeye dair sahip oldukları düşünce, izlenim ve değerlendirmelerin bütününe ifade eden "algı" çerçevesinde ele alınmıştır. Zira literatürde de imaj, yalnızca dışsal bir görünüm değil; zihinsel, duygusal ve davranışsal bileşenleri kapsayan çok boyutlu bir algı biçimi olarak tanımlanmaktadır (Scott, 1966; Lippman, 1922; Buhmann, 2016).

Araştırmanın örnekleme, amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu yöntem, araştırmanın amacına uygun, bilgi verme potansiyeli yüksek bireylerin seçilmesine olanak tanıdığı için tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu kapsamda, Gümüşhane şehrine dair doğrudan deneyime sahip olan uluslararası öğrenciler, çalışmanın hedef kitlesi olarak belirlenmiştir. Araştırma verileri, Gümüşhane'deki üniversite ve sosyal yaşam alanlarında yüz yüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Katılımcılar, gönüllülük esasına göre belirlenmiş ve veri toplama süreci etik kurallar çerçevesinde yürütülmüştür.

Çalışmada, veri analizi işlemleri SPSS 21.0 ve AMOS 22.0 yazılımlarıyla gerçekleştirilirken, ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik ölçümleri kapsamında açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizlerinin (DFA) yanı sıra madde-toplam korelasyonu ve Cronbach's alfa yöntemleri uygulanmıştır. Bu yöntemsel yaklaşım, uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve Türkiye'ye ilişkin algılarını kapsamlı bir şekilde analiz etmeyi ve elde edilen bulguların güvenilirliğini artırmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın yöntem kısmı, hem veri toplama sürecinin sistematik bir şekilde gerçekleştirilmesini hem de elde edilen sonuçların akademik geçerlilik taşımasını sağlamıştır.

Açıklayıcı faktör analizi, birbirleriyle ilişkili olan çok sayıda değişkeni bir araya getirerek, kavramsal bütünlüğü koruyan daha az sayıda özet değişkene indirgemeyi ve bu şekilde yeni boyutların keşfedilmesini amaçlayan çok değişkenli bir analiz tekniğidir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010).

Açıklayıcı faktör analizinde, değişkenler arasındaki ilişkiler incelenerek temel faktörlerin ortaya çıkarılmasına yönelik bir süreç izlenir. Bu aşamada, analiz öncesinde örneklemin yeterliliği Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's Küresellik Testi ile değerlendirilir. Genel kabuller arasında, KMO değerinin 0,70'in üzerinde olması ve Bartlett's Küresellik Testi için p değerinin 0,05'in altında çıkması beklenir. Farklı faktör üretme teknikleri mevcut olsa da en sık tercih edilen yöntem temel bileşenler analizidir. Sosyal bilim çalışmalarında dik döndürme yöntemlerinden varimax sıkça kullanılmakta; bu yöntemin uygulanmasının ardından maddelerin ait oldukları faktördeki yük değerleri, diğer faktörlerdeki yük değerleri ve çoklu faktör yükleri arasındaki farklılıklar gözden geçirilmektedir. Faktör analizinde, aynı yapıyı ölçmeyen maddelerin elemesi için maddelerin yüksek faktör yük değerlerine sahip olmaları (ideali 0,40 veya daha yüksek, ancak bazı durumlarda 0,30 seviyelerine kadar inebilir) ve her maddenin yalnızca tek bir faktörde belirgin yüksek yük elde edip diğer faktörlerde düşük yükler göstermesi gerekmektedir. Bu durum göz önüne alındığında, her maddenin en yüksek yük değerine sahip olduğu faktör dışındaki faktörlerle yük farkı en az 0,10 olmasına dikkat edilmelidir. Faktör sayısının belirlenmesinde, ölçek kapsamında öngörülen madde-boyut ilişkisi göz önünde bulundurularak yamaç birikinti grafiği, öz değerler ve toplam varyans oranı incelenir. Yamaç birikinti grafiğinde, iki nokta arasındaki her kesit bir faktörü temsil etmekte olup, eğimin azalmaya başladığı noktadan önceki kısım uygun faktör sayısını göstermektedir. Tek boyutlu ölçeklerde ise toplam varyansın %30'un üzerinde olması beklenirken, boyut sayısının artmasıyla toplam varyans oranının da yükselmesi beklenmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010).

Doğrulamalı faktör analizi, gizil değişkenlere dayalı kuramsal yapıların test edilmesine yönelik gelişmiş bir yöntemdir. Bu teknik, önceden belirlenmiş ve sınırlandırılmış yapının model olarak doğrulanıp doğrulanmadığını incelerken, yapısal eşitlik modelleri içinde yer almaktadır; bu modellerde ise öncelikli olarak model uyumunun sağlanması önem taşımaktadır. Model uyumunun değerlendirilmesinde yaygın olarak "Ki-kare istatistiğinin serbestlik derecesine oranı" (X^2/sd), "bireysel parametre tahminlerinin istatistiksel anlamlılığı" (t değeri), "kalıntılara dayanan uyum indeksleri" (SRMR, GFI), "bağımsız modele dayanan uyum indeksleri" (NNFI, CFI) ve "yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA)" olarak sınıflandırılan uyum indeksleri kullanılır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010).

Güvenirlilik analizinde, Cronbach Alpha yöntemi, test puanları arasındaki tutarlılığı belirlemek için kullanılır; bu yöntemin iç tutarlılığı ölçtüğü ve değerlerinin genellikle

0,70'in üzerinde olması tercih edilir. Ayrıca, madde-toplam korelasyonu yöntemi, her bir test maddesinin puanı ile testin toplam puanı arasındaki ilişkiyi değerlendirmeyi amaçlar. Bu bağlamda, madde-toplam korelasyon değeri 0,30 ve üzerindeki maddelerin ayırt ediciliği yüksek kabul edilirken, 0,20 ve üzerindeki değerler de genel olarak kabul edilebilir olarak değerlendirilir (Büyüköztürk, 2011).

Katılımcıların demografik değişkenlerine göre dağılımı ve Gümüşhane hakkındaki bilgi ve görüşleri frekans ve yüzde tablosunda gösterilmiştir. Türkiye'ye gelmeden önce ve geldikten sonra Türkiye imajını oluşturan kaynaklara ait puanlar ve ölçek madde puanları ortalama ve standart sapma puanlarından oluşan betimsel istatistik tablosunda gösterilmiştir. Geçerlik ve güvenirlik analizlerinin ardından, ölçek ve alt boyut puanlarına ilişkin ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri betimsel istatistik tablosunda sunulmuştur. Ölçek puanlarının normalliği değerlendirilirken, özellikle skewness ve kurtosis katsayılarına dikkat edilmiştir. Sürekli değişkenlerden elde edilen puanlarda, çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 1 aralığında kalması, verilerin normal dağılımdan anlamlı derecede sapmadığını göstermektedir. Buna ek olarak, normal dağılım özelliği göstermeyen veriler için karekök, logaritmik veya ters dönüşüm gibi yöntemlerle dönüşüm uygulanarak parametrik testlerin kullanımı mümkün hale getirilebilir (Büyüköztürk, 2011). Ölçeklerin toplam ve alt boyut puanlarının normal dağılım gösterdiği tespit edildiğinden puanların cinsiyete göre karşılaştırılmasında bağımsız iki örneklem t testinden; ülkesinin bulunduğu bölge yaş grupları, öğrenim gördüğü bölüm ve Gümüşhane'de yaşam süresi değişkenlerine göre karşılaştırılmasında ANOVA testinden yararlanılmıştır. ANOVA testinde anlamlı farklılık görüldüğünde varyansların homojenliği test (Levene testi) sonuçlarına göre grup varyansları homojen dağıldığında LSD post hoc testinden, grup varyansları homojen dağılmadığında Games-Howell post hoc testinden yararlanılmıştır. Türkiye'ye gelmeden önce ve geldikten sonraki Türkiye imajına yönelik algı puanları arasındaki farklılığın analizi için eşleştirilmiş t testinden yararlanılmıştır. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanları ile Türkiye imajına yönelik algı puanları arasındaki ilişkinin analizinde Pearson korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Analizlerde istatistiksel anlamlılık düzeyi 0,05 ($p < 0,05$) olarak kabul edilmiştir.

4.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmada, Gümüşhane Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan uluslararası öğrenciler arasından amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilen katılımcılardan elde edilen

veriler kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, belirli bir nitelik ya da duruma sahip bireylerin bilinçli bir şekilde araştırma kapsamına dahil edilmesini sağlayan bir örnekleme yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu yöntem, özellikle evrenin tamamına ulaşmanın mümkün olmadığı durumlarda, araştırmanın amacına uygun bilgi sağlayabilecek bireylerin seçilmesini mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın hedef kitlesi olan uluslararası öğrenciler, Gümüşhane şehri ve Türkiye hakkında doğrudan deneyime sahip olmaları nedeniyle bu çalışmanın amacına en uygun grubu oluşturmaktadır. Anket, 2024-2025 eğitim-öğretim yılında Gümüşhane Üniversitesi'nde öğrenim gören toplam 304 uluslararası öğrenciye uygulanmış ve bu öğrencilere ait görüşlerden elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Araştırmanın evrenini, Gümüşhane'de yaşayan uluslararası öğrenciler oluşturmuştur. Örneklem seçimi, araştırmanın amaçlarına uygun olarak, Gümüşhane'deki üniversitelerde öğrenim gören ve farklı kültürel geçmişlere sahip öğrenciler arasından gönüllülük esasına göre yapılmıştır. Örneklem, çalışmanın hedeflediği bilgiye ulaşabilecek çeşitlilikteki bireyleri kapsayacak şekilde belirlenmiştir. Bu yaklaşım, Gümüşhane'deki uluslararası öğrencilerin genel algılarını temsil etme açısından yeterli bir temsiliyet sağlamayı amaçlamaktadır. Çeşitli ülkelerden gelen katılımcılar, farklı kültürel ve sosyal arka planlara sahip oldukları için, bu araştırmanın sonuçları daha geniş bir perspektifle ele alınabilmektedir.

5. BULGULAR

5.1. Demografik Bulgular

Tablo 1’de katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Demografik değişken	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Erkek	210	68.2
	Kadın	98	31.8
Ülkesinin bulunduğu bölge	Kuzey Afrika	89	28.9
	Orta Afrika	170	55.2
	Ortadoğu	16	5.2
	Orta Asya	20	6.5
	Güneydoğu Asya	13	4.2
Yaş grupları	18-20 yaş	125	40.6
	21-23 yaş	91	29.5
	24 yaş ve üstü	92	29.9
Bölüm	TÖMER	218	70.8
	Meslek Yüksek Okulu	27	8.8
	Fakülte	63	20.5
Gümüşhane’de yaşama süresi	1 yıldan az	223	72.4
	1-2 yıl	58	18.8
	2 yıldan fazla	27	8.8

Araştırmaya Gümüşhane Üniversitesinde öğrenim gören 308 uluslararası öğrencinin %68.2’si erkek, %31.8’i kadındır. Katılımcıların %28.9’unun uyruğu Kuzey Afrika ülkeleri, %55.2’si Orta Afrika, %5.2’si Ortadoğu, %6.5’i Orta Asya, %4.2’sinin uyruğu Güneydoğu Asya ülkeleridir. Katılımcıların %40.6’sı 18-20 yaş grubunda, %29.5’i 21-23 yaş, %29.9’u 24 yaş ve üstü yaş grubundadır. Katılımcıların %70.8’i TÖMER öğrencisi, %8.8’i meslek yüksekokulu, %20.5’i fakülte öğrencisidir. Katılımcıların %72.4’ü 1 yıldan az süredir Gümüşhane’de yaşamakta, %18.8’i 1-2 yıl, %8.8’i 2 yıldan fazla süredir Gümüşhane’de yaşamaktadır.

5.2. Gümüşhane Hakkındaki Bilgi ve Görüşler

Tablo 2’de katılımcıların Gümüşhane hakkındaki bilgi ve görüşlerine göre dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Gümüşhane hakkındaki bilgi ve görüşleri

Gümüşhane hakkındaki bilgi ve görüşler	Gruplar	n	%
Daha önce Gümüşhane hakkında bilgi sahibi olma durumu	Evet	76	24.7
	Hayır	232	75.3
Gümüşhane dendiğinde ilk aklına gelen özellik	Doğası	84	27.3
	Huzur ortamı	43	14.0
	Eğitim koşulları	81	26.3
	Ekonomik ve sosyal koşullar	68	22.1
	Hiçbir şey	32	10.4
	Şehir halkının tutumu	119	38.8
Gümüşhane’ye geldiğinde ilk dikkatini çeken şey (N=822)	Tarihi ve turistik yerler	31	10.1
	Doğal güzellikleri	93	30.3
	Alışveriş merkezleri	31	10.1
	Sanayileşme	11	3.6
	İklim	121	39.4
	Huzur ve sakinliği	104	33.9
	Küçük şehir	134	43.6
	Üniversite	178	58.0
	Kötü	26	8.5
	Ne iyi ne kötü	98	31.8
Gümüşhane’ye yönelik şu anki izlenimi	İyi	135	43.8
	Çok iyi	49	15.9
Gümüşhane’yi kendi ülkesinde yaşama/eğitim amacıyla tavsiye etme durumu	Evet	226	73.4
	Hayır	82	26.6
Gümüşhane’yi kendi ülkesinde turistik gezi amacıyla tavsiye etme durumu	Evet	146	47.4
	Hayır	162	52.6

Katılımcıların %24.7’si daha önce Gümüşhane hakkında bilgi sahibi olmuştur. Katılımcıların %27.3’ü için Gümüşhane dendiğinde ilk akla gelen özellik doğası, %14’ü için huzur ortamı, %26.3’ü için eğitim koşulları, %22.1’i için Gümüşhane dendiğinde ilk akla gelen özellik ekonomik ve sosyal koşullar, %10.4’ü için Gümüşhane dendiğinde ilk akla gelen özellik bulunmamaktadır. Katılımcıların %38.8’inin Gümüşhane’ye geldiğinde ilk dikkatini çeken şey şehir halkının tutumu, %10.1’inin tarihi ve turistik yerler, %30.3’ünün doğal güzellikleri, %10.1’inin alışveriş merkezleri, %3.6’sının sanayileşme, %39.4’ünün iklim, %33.9’unun huzur ve sakinliği, %43.6’sının küçük şehir, %58’inin ilk dikkatini çeken şey üniversite olmuştur. Katılımcıların %8.5’inin Gümüşhane’ye yönelik şu anki izlenimi kötü, %31.8’inin ne iyi ne kötü, %43.8’inin iyi, %15.9’unun Gümüşhane’ye yönelik şu anki izlenimi çok iyidir. Katılımcıların %73.4’ü

Gümüşhane’yi kendi ülkesinde yaşama/egitim amacıyla tavsiye etmeyi düşünmekte, %47,4’ü turistik gezi amacıyla tavsiye etmeyi düşünmektedir.

5.3. Türkiye’ye Gelmeden Önce Türkiye İmajını Oluşturan Kaynaklar

Beşli likert tipinde madde seçenekleri 1 (Kesinlikle katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle katılıyorum) aralığında olup puan arttıkça ifadeye katılımın (veya algının) yüksek düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3’te Türkiye’ye gelmeden önce katılımcıların algısında Türkiye imajını oluşturan kaynaklara ilişkin betimsel istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 3. Türkiye’ye gelmeden önce Türkiye imajını oluşturan kaynaklara ilişkin betimsel istatistikler

Kaynak	$\bar{X}$	SS
Ailemde Türk kökenli var.	2.13	1.44
Daha önce Türkiye’yi ziyaret etmiştim	2.31	1.40
Ülkemde tanıdığım Türkler var.	2.77	1.49
Yerel medya	2.96	1.39
Türk medyası	3.08	1.37
Uluslararası medya	3.17	1.34
Uluslararası spor etkinlik ve faaliyetleri	3.20	1.36
Türkiye’de bulunmuş tanıdıklarım var	3.56	1.25
İnternet ve sosyal medya	3.46	1.26
Okuldaki okuduğum kaynaklar	3.13	1.39
Dizi ve filmler	3.42	1.34
Kitaplar, dergiler ve romanlar	2.95	1.36
Ülkemdeki Türk enstitü ve merkezleri	3.21	1.43

Türkiye’ye gelmeden önce katılımcıların algısında Türkiye imajını oluşturan en önemli kaynakların sırasıyla “Türkiye’de bulunmuş tanıdıklar” (3.56 ± 1.25), “internet ve sosyal medya” (3.46 ± 1.26), “dizi ve filmler” (3.42 ± 1.34) olduğu tespit edilmiştir. Türkiye’ye gelmeden önce katılımcıların algısında Türkiye imajının oluşmasına en az katkı sağlayan kaynaklar ise ailesindeki daha önce Türkiye’yi ziyaret etmiş olma (2.31 ± 1.40) ve ailesinde Türk kökenli bireyin varlığı (2.13 ± 1.44) olarak tespit edilmiştir.

5.4. Türkiye'ye Geldikten Sonra Türkiye İmajını Oluşturan Kaynaklar

Tablo 4'te Türkiye'ye geldikten sonra katılımcıların algısında oluşan Türkiye imajını oluşturan kaynaklara ilişkin betimsel istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 4. Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajını oluşturan kaynaklara ilişkin betimsel istatistikler

Kaynak	$\bar{X}$	SS
Türk halkı ile etkileşim	3.45	1.39
Türk medyası	3.40	1.22
Uluslararası medya	3.37	1.22
İnternet ve sosyal medya	3.80	1.17
Üniversitedeki eğitim	4.02	1.15
Dizi ve filmler	3.73	1.19
Kitaplar, dergiler ve romanlar	3.39	1.20
Şehrimdeki ders dışı etkinlikler	3.71	1.26

Türkiye'ye geldikten sonra katılımcıların algısında Türkiye imajını oluşturan en önemli kaynakların sırasıyla “üniversitedeki eğitim” (4.02 ± 1.15), “internet ve sosyal medya” (3.80 ± 1.17), “dizi ve filmler” (3.73 ± 1.19) ve “ders dışı etkinlikler” (3.71 ± 1.26) olduğu tespit edilmiştir.

5.5. Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeğinde Yer Alan Maddeler

Tablo 5'te Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeğinde yer alan 17 maddeye ait betimsel istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 5. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği madde betimsel istatistikleri

Madde	$\bar{X}$	SS
1. Gümüşhane ucuz bir şehirdir.	2.41	1.43
2. Gümüşhane huzurlu ve sakin bir şehirdir.	3.63	1.33
3. Gümüşhane sanayi şehridir.	2.55	1.24
4. Gümüşhane temiz bir şehirdir.	3.54	1.23
5. Gümüşhane'de barınma sorunu yoktur.	3.18	1.29
6. Gümüşhane sağlık hizmetleri bakımından kalitelidir.	3.43	1.08
7. Gümüşhane doğal güzellikleriyle zengin bir şehirdir.	3.23	1.21
8. Gümüşhane'de sanatsal ve kültürel etkinlikler yeterlidir.	2.87	1.18
9. Gümüşhane ulaşım hizmetleri kaliteli bir şehirdir.	3.29	1.20
10. Gümüşhane gelişmiş bir şehirdir.	2.98	1.24
11. Gümüşhane halkı dindardır	3.34	1.29
12. Gümüşhane halkı yardımseverdir.	3.43	1.17
13. Gümüşhane halkı samimidir.	3.26	1.19
14. Gümüşhane halkı hoşgörülüdür.	3.32	1.14
15. Gümüşhane halkı cömerttir.	3.44	1.20
16. Gümüşhane halkı açık fikirlidir.	3.13	1.19
17. Gümüşhane halkı kibardır.	3.52	1.21

Gümüşhane şehrinin imajına yönelik en yüksek puana sahip algının sırasıyla “Gümüşhane huzurlu ve sakin bir şehirdir” (3.63±1.33) “Gümüşhane temiz bir şehirdir” (3.54±1.23) ve “Gümüşhane sağlık hizmetleri bakımından kalitelidir” (3.43±1.08) olduğu tespit edilmiştir. “Gümüşhane sanayi şehridir” (2.55±1.24) ve “Gümüşhane ucuz bir şehirdir” (2.41±1.43) algı puanlarının ise çok düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Gümüşhane şehrinin imajına yönelik madde ifadelerinden elde edilen puanlar dikkate alındığında Gümüşhane şehrinin imajına yönelik algının olumsuz ve orta düzeyde olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Gümüşhane halkının imajına yönelik en yüksek puana sahip algının sırasıyla “Gümüşhane halkı kibardır” (3.52±1.21), “Gümüşhane halkı cömerttir” (3.44±1.20) ve “Gümüşhane halkı yardımseverdir” (3.43±1.17) olduğu tespit edilmiştir. Gümüşhane halkının imajına yönelik madde ifadelerinden elde edilen puanlar dikkate alındığında Gümüşhane halkının imajına yönelik algının orta düzeyde olumlu olduğu tespit edilmiştir.

5.6. Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeğinde Yer Alan Maddeler

Tablo 6’da “Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeğinde” yer alan 15 maddeye ait betimsel istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 6. Türkiye İmajına Yönelik Algı boyutundaki madde betimsel istatistikleri

Madde	Türkiye’ye gelmeden önce		Türkiye’ye geldikten sonra	
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
1.Yüksek nitelikli ve iyi eğitilmiş çalışanlara sahiptir.	3.38	1.24	3.46	1.32
2.Ekonomik açıdan güçlü bir ülkedir	3.52	1.16	3.56	1.19
3.Yoksulluk oranı düşüktür	3.33	1.06	3.36	1.10
4.İşsizlik oranı düşüktür	3.35	1.10	3.44	1.13
5.Sanayi üreticisi bir ülkedir	3.60	1.13	3.72	1.08
6.Deneyimli ve yetenekli siyasetçiler tarafından yönetilir	3.51	1.12	3.67	1.11
7.Siyasi özgürlüklere sahip bir ülkedir	3.49	1.09	3.60	1.08
8.Vatandaşlar ve turistler için güvenli bir ülkedir.	3.52	1.18	3.76	1.17
9.Politik çatışma ve savaşların olmadığı bir ülkedir.	3.42	1.21	3.61	1.20
10.Azınlık haklarını koruyan bir ülkedir	3.36	1.15	3.63	1.13
11.Demokratik bir ülkedir	3.52	1.15	3.82	1.13
12.Türk halkı diğer kültürlerle karşı hoşgörülüdür	3.41	1.19	3.63	1.23
13.Türk halkı misafirperverdir	3.50	1.18	3.68	1.19
14.Türk halkı yardım etmeyi sever	3.55	1.13	3.74	1.15
15.Türk halkı gelenek ve göreneklerine bağlıdır	3.70	1.17	3.74	1.19

Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı puanları incelendiğinde en yüksek puana sahip algının sırasıyla “Türk halkı gelenek ve göreneklerine bağlıdır” (3.70 ± 1.17), “Sanayi üreticisi bir ülkedir” (3.60 ± 1.13), “Türk halkı yardım etmeyi sever” (3.55 ± 1.13) olduğu tespit edilmiştir. “Azınlık haklarını koruyan bir ülkedir” (3.36 ± 1.15), işsizlik oranı düşüktür (3.35 ± 1.10) (%58.7) ve “Yoksulluk oranı düşüktür” (3.33 ± 1.06) algı puanlarının ise çok düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algının orta/yüksek düzeyde olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye'ye Geldikten Sonra Türkiye İmajına Yönelik Algı boyutunda en yüksek puana sahip algının sırasıyla “Demokratik bir ülkedir” (3.82 ± 1.13) (%70.5), “Vatandaşlar ve turistler için güvenli bir ülkedir” (3.76 ± 1.17), “Türk halkı yardım etmeyi sever” (3.74 ± 1.15) ve “Türk halkı gelenek ve göreneklerine bağlıdır” (3.74 ± 1.19) olduğu tespit edilmiştir. “Yoksulluk oranı düşüktür” (3.36 ± 1.10), işsizlik oranı düşüktür (3.44 ± 1.18) ve “Yüksek nitelikli ve iyi eğitilmiş çalışanlara sahiptir” (3.46 ± 1.32) algı puanlarının ise çok düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algının orta/yüksek düzeyde olumlu olduğu tespit edilmiştir.

5.7. Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları

5.7.1. Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları

Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeği için ulaşılan 308 katılımcıdan elde edilen verilerin açıklayıcı faktör analizi (AFA) açısından uygunluğu için incelenen KMO (0.896) değerinin oldukça yüksek; Bartlett Küresellik test istatistiğinin (Bartlett's $X^2=1976.92$; $p<0.05$) istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve araştırma örnekleminin yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 7'de Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeği için gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 7. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği açıklayıcı faktör analizi (AFA) bulguları

Madde	İlk Aşama		Son Aşama	
	F1	F2	F1	F2
M1	0.064	0.516	0.128	0.507
M2	0.061	0.821	0.167	0.840
M3	0.636	-0.142	-	-
M4	0.106	0.740	0.161	0.792
M5	0.447	0.274	-	-
M6	0.252	0.591	0.299	0.580
M7	0.383	0.402	0.238	0.564
M8	0.639	0.048	-	-
M9	0.417	0.420	-	-
M10	0.617	0.147	-	-
M11	0.200	0.723	-	-
M12	0.588	0.486	0.749	0.296
M13	0.534	0.557	0.746	0.347
M14	0.674	0.326	0.836	0.130
M15	0.499	0.438	0.700	0.251
M16	0.676	0.200	0.689	0.140
M17	0.598	0.357	0.710	0.203
Özdeğer	6.217	1.597	4.755	1.341
Varyans (%)	23.446	22.521	31.836	23.576
Toplam Varyans (%)	45.967		55.413	

F1: Gümüşhane Şehrini İmajı; F2: Gümüşhane Halkının İmajı

Ölçeğin planlanan iki boyutlu yapısına uygun olarak gerçekleştirilen AFA birinci adımında açıklanan toplam varyansın düşük olduğu (%45.97), ölçekte 5 maddenin (m3, m5, m8, m10, m11) ait olduğu boyutta yer almadığı, 1 maddenin (m9) ait olduğu boyuttaki faktör yükü ile diğer boyuttaki faktör yükü arasındaki farkın 0.10'dan düşük olduğu tespit edilmiştir (Tablo 7). Sorunlu maddelerin aşamalı olarak ölçekten çıkarılmasıyla tekrarlanan AFA son adımında kalan 11 maddenin ait oldukları boyutlardaki faktör yüklerinin 0.40'tan yüksek ve diğer boyutla arasındaki farkın 0.10'dan yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ölçekte kalan 11 maddenin açıkladığı toplam varyansın %55.41 düzeyine ulaştığı ve 17 maddeden oluşan yapıdaki toplam varyanstan (%45.97) daha yüksek açıklama gücü elde edildiği tespit edilmiştir. AFA sonuçlarına göre ölçeğin 11 madde ve iki boyutlu yapısıyla daha uygun olduğu görülmektedir. Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı ölçeğinin AFA sonucunda kalan 11 madde ve 2 boyutlu yapısı ile gerçekleştirilen DFA (doğrulamalı faktör analizi) uyum indeksleri Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo 8. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) elde edilen model uyum indeksleri (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010)

Model Uyum İndeksi	Ref. ¹	DFA-1 11 Madde 2 boyut
χ^2/sd	< 5	2.483
SRMR	≤ 0.08	0.050
GFI	≥ 0.90	0.941
NNFI	≥ 0.90	0.934
CFI	≥ 0.90	0.949
RMSEA	≤ 0.10	0.070
Faktör yükü	>0.40	0.40 / 0.81
Boyutlar arası korelasyon	<0.95	0.63
Kovaryans bağlantı sayısı	-	-

Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeği DFA ilk sonuçlarına göre herhangi bir kovaryans bağlantısına gerek kalmadan model uyum indekslerinin iyi ve çok iyi düzeylerde olduğu tespit edilmiştir (Tablo 8). Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen faktör yükleri, faktör yüklerine ait t değerleri ve güvenilirlik analizi kapsamında elde edilen madde toplam korelasyonu ve Cronbach Alpha katsayıları Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği DFA ve güvenilirlik analizi bulguları

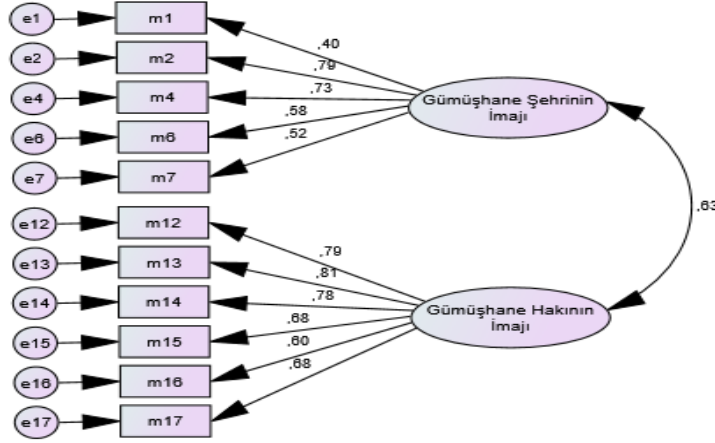
Boyut ve Madde No	B	SH	Std. β	t	r	α
Gümüşhane Şehrinin İmajı						0.723
M1	1.000		0.40		0.337	
M2	1.841	0.291	0.79	6.33**	0.575	
M4	1.569	0.252	0.73	6.23**	0.535	
M6	1.091	0.189	0.58	5.78**	0.502	
M7	1.106	0.200	0.52	5.54**	0.454	
Gümüşhane Halkının İmajı						0.865
M12	1.000		0.79		0.677	
M13	1.050	0.072	0.81	14.67**	0.710	
M14	0.964	0.069	0.78	14.03**	0.636	
M15	0.891	0.074	0.68	12.05**	0.611	
M16	0.777	0.075	0.60	10.42**	0.517	
M17	0.897	0.075	0.68	12.01**	0.579	
α						0.860

**p<0.01 r: Madde toplam korelasyonu

Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeğinde kalan 11 madde ile gerçekleştirilen DFA sonucunda maddelerin ait oldukları boyutlardaki faktör yüklerinin 0.40 ile 0.81 aralığında ve t değerlerinin anlamlı olduğu (p<0.01) görülmektedir. Ölçeğin tümüne ait Cronbach Alpha katsayısı 0.86; alt boyutların Cronbach Alpha

katsayıları 0.72 ve 0.86; madde-toplam korelasyonlarının 0.30'dan yüksek olduğu (0.34 ile 0.68 aralığında) tespit edilmiştir (Tablo 9; Şekil 1).

Geçerlik ve güvenirlik analizi bulgularına göre Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik Algı Ölçeğinin 11 madde ve 2 boyutlu yapısı ile güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 1. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik algı ölçeği DFA diyagramı

5.7.2. Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları

Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeği için ulaşılan 308 katılımcıdan elde edilen verilerin açıklayıcı faktör analizi (AFA) açısından uygunluğu için incelenen KMO (0.940) değerinin oldukça yüksek; Bartlett Küresellik test istatistiğinin (Barlett's $X^2=2471.13$; $p<0.05$) istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve araştırma örnekleminin yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 10'da Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeği için gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 10. Türkiye imajına yönelik algı ölçeği açıklayıcı faktör analizi (AFA) bulguları

Madde	İlk Aşama		Son Aşama	
	F1	F2	F1	F2
M1	0.471	0.526	-	-
M2	0.415	0.695	0.418	0.685
M3	0.379	0.709	0.386	0.712
M4	0.227	0.736	0.235	0.737
M5	0.186	0.746	0.194	0.752
M6	0.270	0.750	0.275	0.747
M7	0.330	0.667	0.339	0.683
M8	0.679	0.386	0.680	0.375
M9	0.621	0.289	0.623	0.289
M10	0.589	0.434	0.593	0.439
M11	0.604	0.384	0.609	0.392

Tablo 10. (Devamı)

M12	0.816	0.184	0.820	0.188
M13	0.757	0.290	0.760	0.282
M14	0.772	0.252	0.775	0.243
M15	0.428	0.505	-	-
Özdeğer	7.620	1.135	6.753	1.133
Varyans (%)	29.211	29.161	31.014	29.648
Toplam Varyans (%)	58.372		60.662	

F1: Ekonomik ve Siyasi İmaj; F2: Sosyo-Kültürel İmaj

Ölçeğin planlanan iki boyutlu yapısına uygun olarak gerçekleştirilen AFA birinci adımında açıklanan toplam varyansın yeterli olduğu (%58.37) ancak ölçekte 2 maddenin (m1, m15) ait olduğu boyuttaki faktör yükü ile diğer boyuttaki faktör yükü arasındaki farkın 0.10'dan düşük olduğu tespit edilmiştir (Tablo 10). Sorunlu maddelerin aşamalı olarak ölçekten çıkarılmasıyla tekrarlanan AFA son adımında kalan 13 maddenin ait oldukları boyutlardaki faktör yüklerinin 0.40'tan yüksek ve diğer boyutla arasındaki farkın 0.10'dan yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ölçekte kalan 13 maddenin açıkladığı toplam varyansın %60.66 düzeyine ulaştığı ve 15 maddeden oluşan yapıdaki toplam varyanstan (%58.37) daha yüksek açıklama gücü elde edildiği tespit edilmiştir. AFA sonuçlarına göre ölçeğin 13 madde ve iki boyutlu yapısıyla daha uygun olduğu görülmektedir. Türkiye İmajına Yönelik Algı ölçeğinin AFA sonucunda kalan 13 madde ve 2 boyutlu yapısı ile gerçekleştirilen DFA (doğrulamalı faktör analizi) uyum indeksleri Tablo 11'de yer almaktadır.

Tablo 11. Türkiye imajına yönelik algı ölçeği doğrulamalı faktör analizinde (DFA) elde edilen model uyum indeksleri

DFA-1		
Model Uyum İndeksi	Ref.¹	13 Madde 2 boyut
X ² /sd	< 5	2.771
SRMR	≤0.08	0.044
GFI	≥0.90	0.912
NNFI	≥0.90	0.933
CFI	≥0.90	0.945
RMSEA	≤0.10	0.076
Faktör yükü	>0.40	0.63 / 0.79
Boyutlar arası korelasyon	<0.95	0.82
Kovaryans bağlantı sayısı		-

Kaynak: Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010

Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeği DFA ilk sonuçlarına göre herhangi bir kovaryans bağlantısına gerek kalmadan model uyum indekslerinin iyi ve çok iyi düzeylerde olduğu tespit edilmiştir (Tablo 11). Ölçeğin doğrulamalı faktör analizi

sonucu elde edilen faktör yükleri, faktör yüklerine ait t değerleri ve güvenirlik analizi kapsamında elde edilen madde toplam korelasyonu ve Cronbach Alpha katsayıları Tablo 12’de gösterilmiştir.

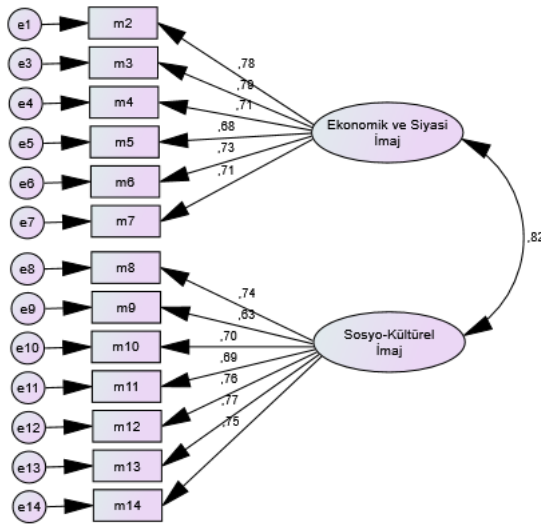
Tablo 12. Türkiye imajına yönelik algı ölçeği DFA ve güvenirlik analizi bulguları

Boyut ve Madde No	B	SH	Std. β	t	r	α
Ekonomik ve Siyasi İmaj						0.876
M2	1		0.78		0.723	
M3	0.937	0.064	0.79	14.55**	0.719	
M4	0.862	0.067	0.71	12.84**	0.618	
M5	0.79	0.065	0.68	12.23**	0.599	
M6	0.875	0.066	0.73	13.28**	0.657	
M7	0.824	0.064	0.71	12.81**	0.659	
Sosyo-Kültürel İmaj						0.882
M8	1		0.74		0.696	
M9	0.869	0.08	0.63	10.81**	0.587	
M10	0.916	0.075	0.70	12.14**	0.676	
M11	0.892	0.075	0.69	11.84**	0.653	
M12	1.076	0.082	0.76	13.13**	0.663	
M13	1.045	0.079	0.77	13.28**	0.689	
M14	0.988	0.076	0.75	12.96**	0.670	
α						0.922

**p<0,01 r: Madde toplam korelasyonu

Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeğinde kalan 13 madde ile gerçekleştirilen DFA sonucunda maddelerin ait oldukları boyutlardaki faktör yüklerinin 0.63 ile 0.79 aralığında ve t değerlerinin anlamlı olduğu ($p<0.01$) görülmektedir. Ölçeğin tümüne ait Cronbach Alpha katsayısı 0.92; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları 0.88 ve 0.88; madde-toplam korelasyonlarının 0.30’dan yüksek olduğu (0.59 ile 0.72 aralığında) tespit edilmiştir (Tablo 12; Şekil 2).

Geçerlik ve güvenirlik analizi bulgularına göre Türkiye İmajına Yönelik Algı Ölçeğinin 13 madde ve 2 boyutlu yapısı ile güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 2. Türkiye imajına yönelik algı ölçeği DFA diyagramı

5.8. Betimsel Bulgular

Tablo 13’te ölçeklerin toplam ve alt boyut puanlarına ait betimsel istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 13. Ölçeklerin toplam ve alt boyut puanlarına ait betimsel istatistikler

Ölçek ve Boyut	N	Min.	Maks	$\bar{X}$	SS	Çarpıklık	Basıklık
GÜMÜŞHANE ŞEHİRİ VE HALKININ İMAJINA YÖNELİK ALGI	308	1.00	5.00	3.30	0.79	-0.52	0.03
Gümüşhane Şehrinin İmajı	308	1.00	5.00	3.25	0.87	-0.50	0.05
Gümüşhane Halkının İmajı	308	1.00	5.00	3.35	0.92	-0.45	-0.15
TÜRKİYE İMAJINA YÖNELİK ALGI¹	308	1.00	5.00	3.47	0.81	-0.49	0.24
Ekonomik ve Siyasi İmaj ¹	308	1.00	5.00	3.46	0.84	-0.45	0.14
Sosyo-Kültürel İmaj ¹	308	1.00	5.00	3.47	0.86	-0.52	0.03
TÜRKİYE İMAJINA YÖNELİK ALGI²	308	1.00	5.00	3.63	0.82	-0.43	-0.08
Ekonomik ve Siyasi İmaj ²	308	1.00	5.00	3.56	0.88	-0.34	-0.22
Sosyo-Kültürel İmaj ²	308	1.00	5.00	3.70	0.90	-0.54	-0.19

¹: Türkiye’ye gelmeden önce; ²: Türkiye’ye geldikten sonra

Tablo 13’e göre ölçeklerin toplam ve alt boyut puanlarının normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Gümüşhane Şehri ve Halkının İmajına Yönelik Algı ölçeği puan ortalaması 3.30 ± 0.79 olarak tespit edilmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük (1) ve en yüksek (5) puanlara göre Gümüşhane Üniversitesindeki uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algısı orta düzeyde olumludur ($100 * [3.30 - 1.00] / [5.00 - 1.00] = \%57.5$). Alt boyutlar incelendiğinde Gümüşhane halkının imajına

yönelik algının (3.35 ± 0.92), Gümüşhane şehrinin imajına yönelik algıya göre (3.25 ± 0.87) nispeten daha yüksek olduğu görülmektedir.

Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye İmajına Yönelik Algı ölçeği puan ortalaması 3.47 ± 0.81 olarak tespit edilmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük (1) ve en yüksek (5) puanlara göre Gümüşhane Üniversitesindeki uluslararası öğrencilerin Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algısı orta/yüksek düzeyde olumludur ($100 \cdot [3.47 - 1.00] / [5.00 - 1.00] = \%61.7$). Alt boyutlar incelendiğinde sosyo-kültürel imaja yönelik algının (3.46 ± 0.84), ekonomik ve siyasi imaja yönelik algıya göre (3.47 ± 0.86) nispeten daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 13).

Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye İmajına Yönelik Algı ölçeği puan ortalaması 3.63 ± 0.82 olarak tespit edilmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük (1) ve en yüksek (5) puanlara göre Gümüşhane Üniversitesindeki uluslararası öğrencilerin Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algısı orta/yüksek düzeyde olumludur ($100 \cdot [3.63 - 1.00] / [5.00 - 1.00] = \%65.7$). Alt boyutlar incelendiğinde sosyo-kültürel imaja yönelik algının (3.70 ± 0.90), ekonomik ve siyasi imaja yönelik algıya göre (3.56 ± 0.88) nispeten daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 13).

5.9. Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik İmaj Algısı Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

Tablo 14'te Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait bağımsız iki örneklem t testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 14. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	t	p
GÜMÜŞHANE ŞEHİRİ VE HALKININ İMAJINA YÖNELİK ALGI	Erkek	210	3.28	0.83	-0.69	0.490
	Kadın	98	3.35	0.68		
Gümüşhane Şehrinin İmajı	Erkek	210	3.24	0.92	-0.37	0.713
	Kadın	98	3.28	0.75		
Gümüşhane Halkının İmajı	Erkek	210	3.32	0.95	-0.83	0.405
	Kadın	98	3.41	0.85		

Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı ölçek ve alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ($p > 0.05$) tespit edilmiştir.

H1: Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı, cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
---	-----

Tablo 15'te Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının ülkesinin bulunduğu bölgeye göre karşılaştırılmasına ait tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 15. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının ülkesinin bulunduğu bölgeye göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Bölge	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
GÜMÜŞHANE ŞEHİRİ VE HALKININ İMAJINA YÖNELİK ALGI	A-Kuzey Afrika	89	3.20	0.87	1.70	0.149	
	B-Orta Afrika	170	3.32	0.74			
	C-Ortadoğu	16	3.61	0.84			
	D-Orta Asya	20	3.14	0.75			
	E-Güneydoğu Asya	13	3.59	0.55			
Gümüşhane Şehrini İmajı	A-Kuzey Afrika	89	3.09	0.93	2.35	0.054	
	B-Orta Afrika	170	3.35	0.85			
	C-Ortadoğu	16	3.39	0.94			
	D-Orta Asya	20	2.89	0.76			
	E-Güneydoğu Asya	13	3.34	0.54			
Gümüşhane Halkının İmajı	A-Kuzey Afrika	89	3.30	1.02	2.37	0.053	
	B-Orta Afrika	170	3.29	0.86			
	C-Ortadoğu	16	3.83	0.84			
	D-Orta Asya	20	3.39	0.91			
	E-Güneydoğu Asya	13	3.85	0.73			

Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı ölçek ve alt boyut puanlarının ülkesinin bulunduğu bölgeye göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir.

H2: Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı, ülkesinin bulunduğu bölgeye göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
---	-----

Tablo 16'da Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının yaş gruplarına göre karşılaştırılmasına ait tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 16. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının yaş gruplarına göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Yaş Grupları	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Gümüşhane Şehri Ve Halkının İmajına Yönelik Algı	A-18-20 yaş	125	3.22	0.69	1.37	0.255	
	B-21-23 yaş	91	3.40	0.80			
	C-24 yaş ve üstü	92	3.30	0.88			
Gümüşhane Şehrinin İmajı	A-18-20 yaş	125	3.19	0.75	0.67	0.512	
	B-21-23 yaş	91	3.33	0.92			
	C-24 yaş ve üstü	92	3.25	0.98			
Gümüşhane Halkının İmajı	A-18-20 yaş	125	3.26	0.87	1.51	0.223	
	B-21-23 yaş	91	3.48	0.89			
	C-24 yaş ve üstü	92	3.36	1.00			

Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı ölçek ve alt boyut puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir.

H3: Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
--	-----

Tablo 17’de Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre karşılaştırılmasına ait tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 17. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Bölüm	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Gümüşhane Şehri Ve Halkının İmajına Yönelik Algı	A-TÖMER	218	3.24	0.80	1.89	0.152	
	B-MYO	27	3.45	0.70			
	C-Fakülte	63	3.43	0.74			
Gümüşhane Şehrinin İmajı	A-TÖMER	218	3.24	0.91	0.12	0.889	
	B-MYO	27	3.33	0.70			
	C-Fakülte	63	3.25	0.79			
Gümüşhane Halkının İmajı	A-TÖMER	218	3.25	0.93	4.74	0.009	C>A
	B-MYO	27	3.58	0.87			
	C-Fakülte	63	3.61	0.85			

Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı ölçek ve Gümüşhane şehrinin imajı alt boyut puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir. Gümüşhane halkının imajına yönelik algı alt boyut puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık gösterdiği ($F=4.74$; $p<0.05$) tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan

LSD post hoc testi sonuçlarına göre fakültelerde öğrenim gören katılımcıların Gümüşhane halkının imajına yönelik algı puanı, TÖMER öğrencilerinin algı puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

H4: Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı, öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H4a: Gümüşhane şehri imajına yönelik algı, öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Ret
H4b: Gümüşhane halkının imajına yönelik algı, öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul

Tablo 18’de Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının Gümüşhane’de yaşama süresine göre karşılaştırılmasına ait tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 18. Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı puanlarının Gümüşhane’de yaşama süresine göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Gümüşhane’de Yaşama Süresi	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Gümüşhane Şehri Ve Halkının İmajına Yönelik Algı	A-1 yıldan az	223	3.25	0.81	1.37	0.256	
	B-1-2 yıl	58	3.42	0.68			
	C-2 yıldan fazla	27	3.42	0.81			
Gümüşhane Şehrinin İmajı	A-1 yıldan az	223	3.25	0.89	0.11	0.896	
	B-1-2 yıl	58	3.21	0.80			
	C-2 yıldan fazla	27	3.30	0.85			
Gümüşhane Halkının İmajı	A-1 yıldan az	223	3.25	0.93	4.64	0.010	B>A
	B-1-2 yıl	58	3.63	0.77			
	C-2 yıldan fazla	27	3.55	0.95			

Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı ölçek ve Gümüşhane şehrinin imajı alt boyut puanlarının Gümüşhane’de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir. Gümüşhane halkının imajına yönelik algı alt boyut puanlarının Gümüşhane’de yaşama süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği ($F=4.64$; $p<0.05$) tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Games-Howell post hoc testi sonuçlarına göre 1-2 yıl süredir Gümüşhane’de yaşayan katılımcıların Gümüşhane halkının imajına yönelik algı puanı, 1 yıldan az süredir Gümüşhane’de yaşayan katılımcıların algı puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

H5: Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı, Gümüşhane’de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H5a: Gümüşhane şehri imajına yönelik algı, Gümüşhane’de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Ret
H5b: Gümüşhane halkının imajına yönelik algı, Gümüşhane’de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Kabul

5.10. Türkiye İmajı Algısı Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

Tablo 19’da Türkiye imajına yönelik algı puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ait bağımsız iki örneklem t testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 19. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Türkiye İmajına Yönelik Algı¹	Erkek	210	3.48	0.85	0.50	0.615
	Kadın	98	3.43	0.71		
Ekonomik ve Siyasi İmaj ¹	Erkek	210	3.47	0.89	0.22	0.823
	Kadın	98	3.45	0.74		
Sosyo-Kültürel İmaj ¹	Erkek	210	3.49	0.90	0.72	0.470
	Kadın	98	3.42	0.79		
Türkiye İmajına Yönelik Algı²	Erkek	210	3.63	0.85	0.04	0.966
	Kadın	98	3.62	0.77		
Ekonomik ve Siyasi İmaj ²	Erkek	210	3.57	0.90	0.24	0.810
	Kadın	98	3.54	0.84		
Sosyo-Kültürel İmaj ²	Erkek	210	3.69	0.91	-0.16	0.876
	Kadın	98	3.71	0.88		

¹: Türkiye’ye gelmeden önce; ²: Türkiye’ye geldikten sonra

Türkiye’ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı ölçek ve alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir. Türkiye’ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı ölçek ve alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir.,

H6: Türkiye’ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı, cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H7: Türkiye’ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı, cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret

Tablo 20’de Türkiye imajına yönelik algı puanlarının ülkesinin bulunduğu bölgeye göre karşılaştırılmasına ait tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 20. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının ülkesinin bulunduğu bölgeye göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Bölge	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Türkiye İmajına Yönelik Algı¹	A-Kuzey Afrika	89	3.41	0.97	0.75	0.561	
	B-Orta Afrika	170	3.45	0.72			
	C-Ortadoğu	16	3.74	1.03			
	D-Orta Asya	20	3.54	0.68			
	E-Güneydoğu Asya	13	3.62	0.47			
Ekonomik ve Siyasi İmaj ¹	A-Kuzey Afrika	89	3.48	1.00	0.45	0.775	
	B-Orta Afrika	170	3.43	0.78			
	C-Ortadoğu	16	3.70	1.10			
	D-Orta Asya	20	3.45	0.63			
	E-Güneydoğu Asya	13	3.58	0.47			
Sosyo-Kültürel İmaj ¹	A-Kuzey Afrika	89	3.33	1.02	1.47	0.210	
	B-Orta Afrika	170	3.48	0.77			
	C-Ortadoğu	16	3.78	1.02			
	D-Orta Asya	20	3.64	0.78			
	E-Güneydoğu Asya	13	3.66	0.55			
Türkiye İmajına Yönelik Algı²	A-Kuzey Afrika	89	3.64	0.91	1.75	0.138	
	B-Orta Afrika	170	3.56	0.79			
	C-Ortadoğu	16	3.78	0.91			
	D-Orta Asya	20	3.70	0.61			
	E-Güneydoğu Asya	13	4.14	0.72			
Ekonomik ve Siyasi İmaj ²	A-Kuzey Afrika	89	3.59	0.97	1.01	0.405	
	B-Orta Afrika	170	3.50	0.84			
	C-Ortadoğu	16	3.67	0.89			
	D-Orta Asya	20	3.50	0.80			
	E-Güneydoğu Asya	13	3.97	0.77			
Sosyo-Kültürel İmaj ²	A-Kuzey Afrika	89	3.69	0.97	2.38	0.051	
	B-Orta Afrika	170	3.61	0.87			
	C-Ortadoğu	16	3.90	1.03			
	D-Orta Asya	20	3.91	0.58			
	E-Güneydoğu Asya	13	4.30	0.75			

¹: Türkiye’ye gelmeden önce; ²: Türkiye’ye geldikten sonra

Türkiye’ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı ölçek ve alt boyut puanlarının ülkesinin bulunduğu bölgeye göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir. Türkiye’ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı ölçek ve alt boyut puanlarının ülkesinin bulunduğu bölgeye göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir.

H8: Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye imajına algı, ülkesinin bulunduğu bölgeye göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H9: Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı, ülkesinin bulunduğu bölgeye göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret

Tablo 21'de Türkiye imajına yönelik algı puanlarının yaş gruplarına göre karşılaştırılmasına ait tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 21. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının yaş gruplarına göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Yaş Grupları	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Türkiye İmajına Yönelik Algı¹	A-18-20 yaş	125	3.47	0.69	0.80	0.448	
	B-21-23 yaş	91	3.54	0.89			
	C-24 yaş ve üstü	92	3.39	0.87			
Ekonomik ve Siyasi İmaj ¹	A-18-20 yaş	125	3.48	0.75	0.57	0.566	
	B-21-23 yaş	91	3.52	0.89			
	C-24 yaş ve üstü	92	3.39	0.92			
Sosyo-Kültürel İmaj ¹	A-18-20 yaş	125	3.47	0.73	0.91	0.402	
	B-21-23 yaş	91	3.56	0.97			
	C-24 yaş ve üstü	92	3.39	0.92			
Türkiye İmajına Yönelik Algı²	A-18-20 yaş	125	3.57	0.73	0.45	0.641	
	B-21-23 yaş	91	3.67	0.89			
	C-24 yaş ve üstü	92	3.66	0.88			
Ekonomik ve Siyasi İmaj ²	A-18-20 yaş	125	3.48	0.81	0.81	0.445	
	B-21-23 yaş	91	3.63	0.93			
	C-24 yaş ve üstü	92	3.59	0.92			
Sosyo-Kültürel İmaj ²	A-18-20 yaş	125	3.66	0.80	0.13	0.878	
	B-21-23 yaş	91	3.71	0.98			
	C-24 yaş ve üstü	92	3.72	0.94			

¹: Türkiye'ye gelmeden önce; ²: Türkiye'ye geldikten sonra

Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı ölçek ve alt boyut puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir.

Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı ölçek ve alt boyut puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir.

H10: Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H11: Türkiye imajına yönelik algı, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret

Tablo 22’de Türkiye imajına yönelik algı puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre karşılaştırılmasına ait tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 22. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Bölüm	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Türkiye İmajına Yönelik Algı¹	A-TÖMER	218	3.40	0.84	3.23	0.041	C>A
	B-MYO	27	3.50	0.70			
	C-Fakülte	63	3.69	0.70			
Ekonomik ve Siyasi İmaj ¹	A-TÖMER	218	3.42	0.88	1.46	0.234	
	B-MYO	27	3.46	0.79			
	C-Fakülte	63	3.63	0.73			
Sosyo-Kültürel İmaj ¹	A-TÖMER	218	3.38	0.90	4.83	0.009	C>A
	B-MYO	27	3.55	0.71			
	C-Fakülte	63	3.75	0.73			
Türkiye İmajına Yönelik Algı²	A-TÖMER	218	3.53	0.84	5.90	0.003	C>A
	B-MYO	27	3.81	0.80			
	C-Fakülte	63	3.90	0.69			
Ekonomik ve Siyasi İmaj ²	A-TÖMER	218	3.49	0.90	2.03	0.133	
	B-MYO	27	3.71	0.85			
	C-Fakülte	63	3.72	0.81			
Sosyo-Kültürel İmaj ²	A-TÖMER	218	3.56	0.92	9.62	0.000	C>A
	B-MYO	27	3.91	0.85			
	C-Fakülte	63	4.08	0.69			

¹: Türkiye’ye gelmeden önce; ²: Türkiye’ye geldikten sonra

Türkiye’ye gelmeden önce Ekonomik ve siyasi imaj alt boyut puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Türkiye’ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı ölçek ($F=3,23$; $p<0,05$) ve sosyo-kültürel imaj alt boyut ($F=4,83$; $p<0,05$) alt boyut puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Games-Howell post hoc testi sonuçlarına göre fakültelerde öğrenim gören katılımcıların Türkiye’ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı ve siyasi imaj algı puanları, TÖMER öğrencilerinin algı puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Türkiye’ye geldikten sonra Ekonomik ve siyasi imaj alt boyut puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Türkiye’ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı ölçek ($F=5,90$; $p<0,05$) ve sosyo-kültürel imaj alt boyut ($F=9,62$; $p<0,05$) alt boyut puanlarının öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Games-Howell post hoc testi sonuçlarına göre

fakültelerde öğrenim gören katılımcıların Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı ve siyasi imaj algı puanları, TÖMER öğrencilerinin algı puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

H12: Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı, öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H12a: Türkiye'ye gelmeden önce Ekonomik ve siyasi imaja yönelik algı, öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H12b: Türkiye'ye gelmeden önce Sosyo-kültürel imaja yönelik algı, öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H13: Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı, öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H13a: Türkiye'ye geldikten sonra Ekonomik ve siyasi imaja yönelik algı, öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H13b: Türkiye'ye geldikten sonra Sosyo-kültürel imaja yönelik algı, öğrenim gördüğü bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul

Tablo 23'te Türkiye imajına yönelik algı puanlarının Gümüşhane'de yaşama süresine göre karşılaştırılmasına ait tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 23. Türkiye imajına yönelik algı puanlarının Gümüşhane'de yaşama süresine göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Gümüşhane'de Yaşama Süresi	n	$\bar{X}$	SS	F	p	Anlamlı Fark
Türkiye İmajına Yönelik Algı¹	A-1 yıldan az	223	3.42	0.84	1.47	0.232	
	B-1-2 yıl	58	3.60	0.71			
	C-2 yıldan fazla	27	3.57	0.69			
Ekonomik ve Siyasi İmaj ¹	A-1 yıldan az	223	3.43	0.87	0.67	0.511	
	B-1-2 yıl	58	3.55	0.75			
	C-2 yıldan fazla	27	3.56	0.77			
Sosyo-Kültürel İmaj ¹	A-1 yıldan az	223	3.41	0.90	2.17	0.116	
	B-1-2 yıl	58	3.65	0.74			
	C-2 yıldan fazla	27	3.59	0.69			
Türkiye İmajına Yönelik Algı²	A-1 yıldan az	223	3.53	0.86	6.35	0.002	B.C>A
	B-1-2 yıl	58	3.89	0.61			
	C-2 yıldan fazla	27	3.91	0.75			
Ekonomik ve Siyasi İmaj ²	A-1 yıldan az	223	3.48	0.92	2.92	0.055	
	B-1-2 yıl	58	3.75	0.68			
	C-2 yıldan fazla	27	3.77	0.88			
Sosyo-Kültürel İmaj ²	A-1 yıldan az	223	3.57	0.93	8.77	0.000	B.C>A
	B-1-2 yıl	58	4.03	0.70			
	C-2 yıldan fazla	27	4.05	0.76			

¹: Türkiye'ye gelmeden önce; ²: Türkiye'ye geldikten sonra

Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı puanlarının Gümüşhane'de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir.

Türkiye'ye geldikten sonra Ekonomik ve siyasi imaj alt boyut puanlarının Gümüşhane'de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir. Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı ölçek ($F=4.64$; $p<0.05$) ve sosyo-kültürel imaj alt boyut ($F=6.35$; $p<0.05$) alt boyut puanlarının Gümüşhane'de yaşama süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Games-Howell post hoc testi sonuçlarına göre 1 yıldan fazla süredir Gümüşhane'de yaşayan katılımcıların Türkiye imajına yönelik algı ve siyasi imaj algı puanları, 1 yıldan az süredir Gümüşhane'de yaşayan katılımcıların algı puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

H14: Türkiye'ye gelmeden önce Türkiye imajına yönelik algı, Gümüşhane'de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H14a: Türkiye'ye gelmeden önce Ekonomik ve siyasi imaja yönelik algı, Gümüşhane'de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H14b: Türkiye'ye gelmeden önce Sosyo-kültürel imaja yönelik algı, Gümüşhane'de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H15: Türkiye'ye geldikten sonra Türkiye imajına yönelik algı, Gümüşhane'de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul
H15a: Türkiye'ye geldikten sonra Ekonomik ve siyasi imaja yönelik algı, Gümüşhane'de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir	Ret
H15b: Türkiye'ye geldikten sonra Sosyo-kültürel imaja yönelik algı, Gümüşhane'de yaşama süresine göre anlamlı farklılık göstermektedir	Kabul

Tablo 24'te Türkiye'ye gelmeden önce ve geldikten sonraki Türkiye imajına yönelik algı puanlarının karşılaştırılmasına ait eşleştirilmiş t testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 24. Türkiye'ye gelmeden önce ve geldikten sonraki Türkiye imajına yönelik algı puanlarının karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Zaman	n	$\bar{X}$	SS	t	p
Türkiye İmajına Yönelik Algı	Önce	308	3.47	0.81	-4.15	0.000
	Sonra	308	3.63	0.82		
Ekonomik ve Siyasi İmaj	Önce	308	3.46	0.84	-2.15	0.033
	Sonra	308	3.56	0.88		
Sosyo-Kültürel İmaj	Önce	308	3.47	0.86	-5.03	0.000
	Sonra	308	3.69	0.90		

Türkiye'ye gelmeden önce ve geldikten sonraki Türkiye imajına yönelik algı ölçek puanı ($t=-4.15$; $p<0.05$) ve ekonomik ve siyasi imaj ($t=-2.15$; $p<0.05$), sosyo-kültürel imaj ($t=-5.03$; $p<0.05$) alt boyut puanlarının anlamlı farklılık göstermediği ($p>0.05$) tespit edilmiştir. Türkiye'ye geldikten sonraki Türkiye imajı algısı, gelmeden öncesi imaj algısına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

H16: Türkiye'ye gelmeden önce ve geldikten sonraki Türkiye imajına yönelik algı arasında anlamlı farklılık vardır. Kabul

5.11. Gümüşhane Şehri ve Halkına Yönelik İmaj Algısı ile Türkiye İmajı Algısı Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Tablo 25'te Gümüşhane şehri ve halkına yönelik imaj algısı ile Türkiye imajı algısı arasındaki ilişkiye ait Pearson korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 25. Gümüşhane şehri ve halkına yönelik imaj algısı ile Türkiye imajı algısı arasındaki ilişki

Değişken	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1-Gümüşhane Şehri Ve Halkının İmajına Yönelik Algı	1	0.87*	0.88*	0.69*	0.66*	0.64*	0.64*	0.59*	0.60*
2-Gümüşhane Şehrinin İmajı		1	0.54*	0.57*	0.56*	0.52*	0.53*	0.5**	0.49*
3-Gümüşhane Halkının İmajı			1	0.64*	0.59*	0.61*	0.59*	0.54*	0.55*
4-Türkiye İmajına Yönelik Algı¹				1	0.94*	0.95*	0.66*	0.6**	0.63*
5-Ekonomik ve Siyasi İmaj ¹					1	0.79*	0.65*	0.62*	0.59*
6-Sosyo-Kültürel İmaj ¹						1	0.6**	0.51*	0.60*
7-Türkiye İmajına Yönelik Algı²							1	0.93*	0.93*
8-Ekonomik ve Siyasi İmaj ²								1	0.72*
9-Sosyo-Kültürel İmaj ²									1

* $p<0.05$

** $p<0.01$

Tablo 25'e göre Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı ile Türkiye'ye gelmeden öncesi Türkiye imajına yönelik algı ($r=0.69$; $p<0.05$); Türkiye'nin ekonomik ve siyasi imajına yönelik algı ($r=0.66$; $p<0.05$) ve Türkiye'nin sosyo-kültürel imajına yönelik algı ($r=0.64$; $p<0.05$) puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Gümüşhane Üniversitesi'nde öğrenim gören uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik olumlu algı düzeyi arttıkça, Türkiye imajına yönelik olumlu algı düzeyi de artmaktadır.

Tablo 25'e göre Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algı ile Türkiye'ye geldikten sonraki Türkiye imajına yönelik algı ($r=0.64$; $p<0.05$); Türkiye'nin ekonomik ve siyasi imajına yönelik algı ($r=0.59$; $p<0.05$) ve Türkiye'nin sosyo-kültürel imajına yönelik algı ($r=0.60$; $p<0.05$) puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Gümüşhane Üniversitesinde öğrenim gören uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik olumlu algı düzeyi arttıkça, Türkiye imajına yönelik olumlu algı düzeyi de artmaktadır.

H17: Türkiye'ye gelmeden öncesi Türkiye imajına yönelik algı ile Gümüşhane şehrinin imajına yönelik algı arasında anlamlı ilişki vardır.	Kabul
H18: Türkiye'ye geldikten sonraki Türkiye imajına yönelik algı ile Gümüşhane şehrinin imajına yönelik algı arasında anlamlı ilişki vardır.	Kabul

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Gümüşhane’de öğrenim gören uluslararası öğrencilerin hem şehir hem de Türkiye hakkındaki algıları çok boyutlu bir perspektifle incelenmiştir. Katılımcıların demografik dağılımı oldukça çeşitli ülkeleri kapsamakta ve bu durum araştırmanın kültürel yelpazesini genişleterek, farklı coğrafyalardan gelen öğrencilerin ortak ve farklılaşan algılarını gözlemleme olanağı sunmuştur. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular hem nicel analiz sonuçları hem de yorumlar üzerinden anlamlandırılarak değerlendirilmiştir.

Yapılan araştırma, Gümüşhane Üniversitesi’nde eğitim görmekte olan uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve Türkiye hakkındaki algılarını anlamaya yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Türkiye’nin uluslararası öğrenci politikaları ve şehirlerin küresel ölçekteki rekabet gücüne yönelik yapılacak çalışmalarda bu araştırmanın sonuçlarının yol gösterici olması beklenmektedir. Gümüşhane ilinin uluslararası öğrenciler için bir cazibe merkezi haline gelmesi ve Türkiye’nin uluslararası arenada eğitim ve kültür bağlamında daha güçlü bir konuma ulaşması için böylesi çalışmaların bilimsel literatüre katkılarının yanında ülke kalkınmasına yönelik katkıları da önemi büyüktür.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, katılımcıların şehir ve ülkeye ilişkin deneyimlerine dayalı çok boyutlu değerlendirmeleri içermektedir. Bu bağlamda Gümüşhane ilinin yaşam koşulları, halkın tutumu, şehir olanakları ile Türkiye’nin sosyal, kültürel ve siyasal özelliklerine yönelik algılar detaylı biçimde ortaya konmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu Gümüşhane’yi huzurlu ve sakin bir şehir olarak nitelendirmiş, doğal güzellikler ve sağlık hizmetleri gibi konularda olumlu değerlendirmelerde bulunmuştur. Bununla birlikte, kültürel etkinliklerin yetersiz olduğu, sanayi altyapısının gelişmediği ve yaşam maliyetine ilişkin farklı algıların bulunduğu da tespit edilmiştir. Barıtcı ve Barıtcı’nın (2018) Aksaray örneğinde gerçekleştirdiği benzer bir çalışmada da yabancı öğrencilerin şehir imajına dair görüşleri değerlendirilmiş, özellikle şehirdeki sosyal ve kültürel altyapının yetersizliği vurgulanmıştır. Gümüşhane örneğinde elde edilen bulguların bu çalışmayla benzerlik göstermesi, küçük ve gelişmekte olan şehirlerin uluslararası öğrenci algısı bakımından benzer zorluklara sahip olduğunu düşündürmektedir. Katılımcıların Gümüşhane halkına yönelik algılarında yardımseverlik, samimiyet ve hoşgörü gibi olumlu nitelikler öne çıkarken, açık fikirlilik konusunda kararsızlık yaşadıkları görülmüştür.

Araştırma bulgularına göre, Gümüşhane'nin uluslararası öğrenciler nezdindeki algısının çok boyutlu ve büyük ölçüde olumlu olduğu söylenebilir. Katılımcıların yaklaşık dörtte birinin daha önce Gümüşhane hakkında bilgi sahibi olmalarına rağmen, şehre dair ilk izlenimlerinin doğa, huzur ortamı ve eğitim koşulları gibi olumlu unsurlara odaklandığı görülmüştür. Bu bulgular, Gümüşhane'nin hem doğal hem de akademik bir cazibe merkezi olarak algılandığını göstermektedir. Ayrıca şehir halkının tutumu, üniversite, iklim, huzur ve sakinlik gibi özellikler ön plana çıkmıştır. Bu dağılım, Gümüşhane'nin hem sosyal deneyim hem de akademik alt yapı bakımından öğrencilere tatmin edici bir ortam sunduğunu göstermektedir. Katılımcıların Gümüşhane'ye ait izlenimleri çoğunlukla olumludur. Ayrıca katılımcıların çoğunun şehri kendi ülkelerinde yaşama veya eğitim amaçlı tavsiye etmeleri Gümüşhane'nin uzun ve kısa dönemli ziyaret açısından güçlü bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'ye gelmeden önceki Türkiye algısının, en çok çevrelerindeki tanıdıkların Türkiye deneyimlerine dayalı anlatımları, dijital mecralarda edindikleri izlenimler ve popüler dizi ve filmlerin sunduğu görüntüler üzerinden şekillendiği bu araştırmada tespit edilmiştir. Bu durum dijital mecraların uluslararası algı üzerindeki etkisinin giderek arttığını ve tanıtım stratejilerinin bu mecralara kaydırılması gerektiğini göstermektedir. İnternet ve sosyal medya platformlarından edindikleri bilgi ile dizi ve filmlerde gördükleri sahneler, Türkiye algısına gerçeğe yakın bir pencere aralarken; aile üyelerinin daha önceki ziyaretleri veya ailedeki Türk kökenli bireylerin varlığı, bu imajın inşa sürecinde daha sınırlı etki yarattığı söylenebilir.

Gümüşhane, uluslararası öğrencilerin gözünde öncelikle huzur ve sakinlik sunan bir şehir olarak öne çıkmaktadır. Öte yandan sanayi kenti ve ucuz şehir tanımları, imaj algısında belirgin bir güçlük olarak görülmektedir. Bu da Gümüşhane'nin sanayi kenti yerine doğal ve sosyal altyapısıyla tanınmayı tercih ettiğini göstermektedir. Gümüşhane halkının imajına yönelik ifadelerden elde edilen bulgulara göre, katılımcılar nezdinde Gümüşhane halkına yönelik algının orta düzeyde olumlu olduğu görülmüştür. Gümüşhane halkı kibarlık, cömertlik ve yardımseverlik özellikleri ön plana çıkmaktadır. Katılımcıların, Gümüşhane halkının misafirperver yaklaşımı sayesinde şehre aidiyet ve destek hissini yaşadıkları ifade edilebilir.

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'ye gelmeden önceki imajının, güçlü bir biçimde gelenek ve göreneklere bağlılık, sanayi üretim kapasitesi ve yardımseverlik algısı üzerine kurulu olduğu bu araştırmada tespit edilmiştir. Bu üç algı, öğrencilerin ülkeyi tanımadan önce paylaştığı temel izlenimleri oluşturmaktadır. Buna karşın, azınlık

haklarının korunması, düşük işsizlik ve yoksulluğun görece düşük olduğu algısı nispeten zayıftır. Bu sonucun da Türkiye'ye dair ekonomik ve sosyal yapı hakkında olumlu beklentilerin sınırlı kaldığını göstermektedir. Uluslararası öğrencilerin Türkiye'ye geldikten sonrası imajında ise; demokrasi ve güvenlik algıları belirgin biçimde öne çıkarken, halkın yardımseverliği ve geleneksel bağlılığı ise ilk izlenimlere benzer şekilde güçlü kalmayı sürdürmektedir. Bu bulgular, Paşalı Taşoğlu, Malkawi ve Al-Ameer'in (2021) çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Söz konusu çalışmada da, Türkiye'nin yardımsever, misafirperver ve demokratik bir ülke olduğu algısı ortaya çıkmıştır.

Cinsiyet gruplarına yönelik yapılan karşılaştırmada, Gümüşhane'nin şehir ve halk imajına ilişkin algı düzeylerinde herhangi bir farklılık saptanmamıştır. Buna göre ne erkek ne de kadın katılımcılar Gümüşhane'ye dair algılarında birbirlerinden farklı bir bakış açısı getirmemektedir. Böylece imajın cinsiyet faktöründen bağımsız olarak güçlü ve ortak bir zeminde paylaşıldığı söylenebilir. Cinsiyete ek olarak, katılımcıların geldikleri bölge ve bulundukları yaş grubuna göre de Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik algılarında farklılık olmaması, bu yargıların tüm uluslararası öğrenci kitlesi arasında tutarlı olarak görüldüğünü ifade etmektedir. Yaş veya kültürel köken ne olursa olsun öğrencilerin, Gümüşhane'nin sunduğu doğal huzur, temiz çevre ve sıcak halk yaklaşımını benzer derecede değerli bulduğunu bu da şehrin evrensel çekim özellikleri taşıdığını göstermektedir.

Araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme bakıldığında, Gümüşhane şehri ve şehrin imajına dair algı puanları bölümler arasında farklılık göstermemektedir. Bunun nedeni, kentin fiziksel ve mekânsal özelliklerinin tüm katılımcılarca benzer biçimde değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Öte yandan, halkın imajına yönelik algı puanlarındaki farklılık, öğrenim gören bölümün bu algının oluşumunda etkili olabileceği bu çalışmada ortaya konulmuştur. Özellikle, fakülte programlarında eğitim alan öğrencilerin Gümüşhane halkının sıcaklık, yardımseverlik ve cömertlik gibi özelliklerine yönelik değerlendirmeleri, dil eğitimi gören TÖMER katılımcılarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Fakülte ortamındaki etkileşimlerin daha yoğun ve uzun süreli olması, öğrencilerin yerel halkla daha derin ve olumlu deneyimler yaşamasına olanak tanırken; dil merkezindeki geçici ve daha kısa süreli etkileşimler, bu bağlamda görece daha sınırlı bir olumlu algı yaratıyor olabilir.

Bu çalışmada Gümüşhane şehrinin genel imajına ilişkin algı düzeyinin, araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin şehirde yaşama sürelerine göre farklılık göstermediği belirlenmiş, buna karşın Gümüşhane halkının imajına yönelik algı

puanlarında süreye bağlı olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. 1-2 yıl süredir Gümüşhane’de yaşayan katılımcıların, bir yıldan daha kısa süredir şehirde yaşayanlara kıyasla, Gümüşhane halkının imajına ilişkin algılarının anlamlı düzeyde yüksek olduğu görülmüştür. Buna göre, şehirde yerleşme ve sosyalleşmenin imaj algısı üzerinde olumlu anlamda etkisi olduğu söylenebilir.

Katılımcıların cinsiyet, bulundukları bölge ve yaş grupları bağlamında, Türkiye’ye gelmeden önce geldikten sonra ülke imajına algılarında anlamlı bir farklılığa rastlanmaması, bu demografik değişkenlerin Türkiye imajı algısını etkilemediğini göstermektedir. Başka bir ifade ile, cinsiyet farkı taşımayan katılımcı profilleri, kendi bölgelerindeki kültürel veya bölgesel önyargılardan bağımsız olarak Türkiye’yi benzer biçimde algıladıkları söylenebilir.

Araştırmaya katılanların öğrenim gördükleri bölüme göre Türkiye’ye gelmeden önceki ekonomik ve siyasi imaj algılarında anlamlı farklılıklar saptanmamış, ancak genel Türkiye algısı ve sosyo-kültürel imaj alt boyutunda fakülte öğrencilerinde, TÖMER öğrencilerine kıyasla anlamlı derecede yüksek bulunmuştur. Benzer biçimde, Türkiye’ye geldikten sonra da ekonomik ve siyasi imaj algısında gruplar arasında fark görülmezken, genel imaj ve sosyo-kültürel imaj algı puanları fakülte öğrencilerinde TÖMER öğrencilerine nazaran anlamlı şekilde daha yüksektir. Bu bulgular, öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümün, Türkiye’ye yönelik genel ve sosyo-kültürel imaj algılarını hem gelmeden önce hem de geldikten sonra anlamlı biçimde etkilediğini; buna karşın ekonomik ve siyasi alt boyutlarda bölüm farklılıklarının etkisiz kaldığını göstermektedir. Fakülte öğrencilerinin, TÖMER (Türkçe Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi) öğrencilerine kıyasla Türkiye’nin kültürel mirası, sosyal yaşamı ve genel atmosferine dair algılarının daha yüksek olması, farklı eğitim alanlarının bilgi birikimi ve beklenti profilleriyle açıklanabilir.

Araştırmanın bulguları, Gümüşhane’de bir yıldan fazla yaşayan katılımcıların, bir yıldan kısa süreli yaşayanlara kıyasla hem genel Türkiye imajı hem de siyasi imaj algı puanlarının anlamlı düzeyde daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bu sonuç, özellikle ilk yıldan sonra yerel deneyimlerin derinleşmesi, sosyal ilişkilerin gelişmesi ve hizmetlerle doğrudan etkileşimin artması, katılımcıların Türkiye’ye dair olumlu ve güvene dayalı bir siyasi imaj geliştirmesine katkı sunmuş olabilir.

Araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin, Türkiye’ye geldikten sonraki hem genel hem de imaja ilişkin alt boyutlara dair algı puanları, gelme öncesine göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Bu bulgular, katılımcıların Gümüşhane’de deneyimledikleri fiziksel çevre, hizmet kalitesi ve sosyal etkileşimlerin, var olan ön bilgi düzeylerini

aşarak algılarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Sonuç olarak, katılımcıların Türkiye'ye ilişkin imaj algıları, yalnızca medya veya diğer kaynaklarla şekillenmeyip, şehirde edinilen doğrudan deneyimlerle de anlamlı biçimde güçlendiği söylenebilir.

Araştırmada elde edilen diğer bir sonuca göre, Gümüşhane şehri ve halkının imajına yönelik olumlu algı düzeyinin hem Türkiye'ye gelmeden önceki hem de geldikten sonraki Türkiye imajı algılarıyla güçlü ve pozitif ilişkiler taşıdığını göstermektedir. Öte yandan, araştırmaya katılan uluslararası öğrenciler Gümüşhane hakkında olumlu bir izlenim edindikçe, bu olumlu izlenim Türkiye algılarına da yansımakta ve hem ekonomik hem siyasi hem de kültürel düzeyde daha olumlu değerlendirmelere yol açmaktadır.

Çalışma kapsamında hem uygulayıcı kurumlara hem de gelecek araştırmalar için öneriler aşağıda sıralanmıştır.

Uygulayıcı Kurumlara Yönelik Öneriler

1. **Kültürel Etkinliklerin Artırılması:** Gümüşhane'de kültürel ve sanatsal etkinliklerin sayısı ve çeşitliliği artırılmalı, böylece öğrencilerin şehirle daha güçlü duygusal bağ kurmaları sağlanmalıdır.
2. **Ekonomik Fırsatlara Erişim:** Yaşam maliyetine yönelik algılardaki belirsizlik göz önüne alınarak, uluslararası öğrenciler için şeffaf ve ulaşılabilir ekonomik bilgilendirme kaynakları oluşturulmalıdır.
3. **Toplumla Etkileşimi Güçlendirme:** Açık fikirlilik ve kapsayıcılık algısını geliştirmek için yerel halk ile öğrenciler arasında sosyal uyum programları ve karşılıklı kültürel tanıtım etkinlikleri düzenlenmelidir.
4. **Dijital Tanıtım Stratejileri:** Gümüşhane'nin doğal, sosyal ve akademik olanakları sosyal medya, internet ve dijital medya platformları üzerinden çok dilli olarak tanıtılmalıdır.
5. **Öğrenci Dostu Şehir Politikaları:** Barınma, sağlık ve ulaşım hizmetlerinin daha görünür ve erişilebilir olması için üniversite ve yerel yönetimler iş birliği içinde bilgilendirme ve yönlendirme sistemleri kuralmalıdır.

Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

- Bu çalışma, sadece Gümüşhane'deki uluslararası öğrencilerin algılarını incelemiştir. Farklı şehirlerde yapılacak karşılaştırmalı araştırmalar, Türkiye genelindeki şehir imajlarının bütüncül analizine katkı sağlayabilir.
- Nitel veri toplama yöntemleri (odak grup görüşmeleri, derinlemesine mülakatlar) ile desteklenmiş çalışmalar, algıların arka planındaki kültürel ve kişisel faktörleri daha ayrıntılı ortaya koyabilir.

- Türkiye imajı üzerine medya etkisini daha detaylı inceleyen tematik analizler yapılabilir; özellikle dijital içeriklerin (dizi, sosyal medya fenomenleri vb.) etkisi derinlemesine ele alınabilir.

- Uzunlamasına çalışmalarla (longitudinal research) öğrencilerin Türkiye’ye gelmeden önce ve geldikten sonraki algılarındaki değişim süreçleri dinamik biçimde takip edilebilir.

Sonuç olarak bu araştırma, uluslararası öğrencilerin Gümüşhane şehri ve Türkiye hakkındaki algılarını çok boyutlu olarak değerlendirmeye olanak tanımış, ilgili kurum ve karar vericiler için politika üretiminde yol gösterici olabilecek veriler sunmuştur.



KAYNAKÇA

- Abdujabarova, M. (2018). İngiltere'nin uluslararası öğrenci politikası. Ankara: UDEF Yayıncılık.
- Akgedik, M. (2019). *Uluslararası öğrencilerin uyum yıllarındaki deneyimleri, sorunları ve çözüm önerileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ankara.
- Akyürek, S. (2012). Ermenistan'da Türkiye ve Türk algısı (Rapor No: 41). Bilgesam Yayınları, Ankara.
- Almurideef, R. (2016). *The challenges that international students face when integrating into higher education in the United States, Master's thesis. College of Education, Rowan University. Erişim Yeri <https://rdw.rowan.edu/etd/2336>*
- Andrade, M. S. (2006). International student's in English-speaking universities. *Journal of Research in International Education*, 1. <https://doi.org/10.1177/1475240906065589>
- Aniq, F. (2017). *Afganistan halkının televizyon izleme alışkanlığı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Arıkan, A. (2008). *Grafik Tasarımda Görsel Algı*. İstanbul: Eğitim Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Arkonaç, S. A. (1998). *Psikoloji: Zihin süreçleri bilimi* (2. bs.). Alfa Yayınları, İstanbul.
- Bakioglu, A., ve Bahçeci, M. (2010). Velilerin okul imajına ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 31, 25-55.
- Balaban, U. (2012). Türkiye'de yükseköğretim reformu ve ABD'de endüstri-universite ilişkisinin tarihi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67(04), 25-61.
- Barıtçı, Z. F., ve Barıtçı, F. (2018). Aksaray üniversitesindeki yabancı uyruklu öğrencilerin gözünden Aksaray ilinin imajı üzerine bir araştırmama. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 21-35.
- Bektaş, M. H. M., Bilir, K. B. Ö., ve Alan, T. (2020). Yabancı uyruklu öğrencilerdeki Türkiye imajı: Bursa Uludağ Üniversitesi örneği. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi (SKAD)*, 6(12), 103-132.
- Bilgili, A. E. (2022). 50 Soruda Eğitimin uluslararasılaşması ve Türkiye. Nobel Yayınevi, İstanbul.
- Bilici, N. (2016). *Erasmus programı çerçevesinde Türkiye'den yurtdışına giden ve yurtdışından Türkiye'ye gelen yabancı öğrencilerin sosyal uyumlarının*

- karşılaştırılmalı incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Bloom, D. E. (2006). Education in a globalized world. In M. S. Sorondo, E. Malinvaud, ve P. Lena (Eds.), *Globalization and education: Proceedings from a Joint Working Group of the Pontifical Academy of Sciences*, November 2005, Vatican City, (285).
- Briggs, S. (2007). An exploratory study of the factors influencing undergraduate student choice: The case of higher education in Scotland. *Studies in Higher Education*, 31(6), 705–722.
- Buhmann, A. (2016). Measuring Country Image: Theory, Method and Validity. *Studies in Communication Sciences*, 16(1), 47–58.
- Bulut Şahin, B., ve Eriçok, B. (2023). Türkiye’de yükseköğretimin uluslararasılaşmasında ulusal stratejiler ve kurumsal yönetim. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(3), 1915-1937.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. 14. Baskı, Ankara: PEGEM Akademi.
- Can, C. M., ve Kazancı Başaran, Z. (2014). Kent markası ve imajının belirlenmesi: Rize örneği. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 2(42), 27–42.
- Canöz, K., ve Canöz, N. (2020). *Halkla İlişkiler*. Konya: Palet Yayınları.
- Cantwell, B. (2009). Four stories: confronting contemporary ideas about globalisation and internationalisation in higher education. *Globalisation, Societies and Education*, 3(7), 289-306.
- Coren, S., Ward, L. M., ve Enns, J. T. (1993). *Sensation and perception*. Harcourt Brace College Publishers
- Çetin, A. (2018). Avrupa Birliği yükseköğretim politikaları ekseninde Türkiye yükseköğretimindeki uluslararasılaşma politikası ve Erasmus+ programının yeri (Uzmanlık Tezi). Ankara.
- Çetinsaya, G. (2014). Büyüme, kalite, uluslararasılaşma: Türkiye yükseköğretimi için bir yol haritası (2. baskı). Eskişehir: Yükseköğretim Kurulu.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik. PEGEM Yayınları. Ankara.
- DEİK ve Eğitim Ekonomisi İş Konseyi (EEİK). (2012). Uluslararası öğrenci temini çalıştayı sonuç raporu. İstanbul: DEİK Yayınları.
- DEİK. (2013). Uluslararası yüksek öğretim ve Türkiye’nin konumu. İstanbul: DEİK Yayınları.

- DEİK/Eğitim Ekonomisi İş Konseyi (EEİK). (2012). Uluslararası öğrenci temini çalıştayı sonuç raporu. İstanbul: DEİK Yayınları.
- Demirhan, K. (2017). Ulusal alanyazında uluslararası öğrenciler ve uluslararası öğrencileri siyasal açıdan düşünmek. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(13), 547-562.
- Devors, J. (2017). International student struggles. https://www.researchgate.net/publication/320765245_International_Student_Struggles/ Erişim: 24.10.2024.
- Dinç, M. (2018). *Farklı Kültürlerde İletişim ve Algılama Süreci*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Ercan, A. (2019). *Türkiye’de yükseköğretim gören uluslararası öğrencilerin uyumu: Muğla örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Erdem, A. R. (2012). Atatürk’ün liderliğinde üniversite reformu: yükseköğretim ve bilim tarihimizde dönüm noktası. *Belgi Dergisi*, 4, 376-388.
- Erdoğan, Z., Develioğlu, K., Gönüllüoğlu, S., ve Özkaya, H. (2006). Kurumsal imajın şirketin farklı paydaşları tarafından algılanışı üzerine bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 55-76.
- Eren, E. (2010). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi* (12. bs.). Beta Yayınları.
- Erişti, S. D. B., ve Coşkunserçe, O. (2017). Uluslararası öğrencilerin kültürel uyum sürecine yönelik tasarım tabanlı araştırma yaklaşımına dayalı çevrimiçi oryantasyon uygulamasının geliştirilmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 7(1), 83-104.
- Evivie, L. G. (2009). Challenges faced by African international students at a Metropolitan Research University: A phenomenological case study (Doctoral dissertation). Erişim Yeri <https://repository.uncc.edu/islandora/object/etd%3A1615/datastream/PDF/download/citation.pdf>
- Fırat, A., ve Kömürcüoğlu, F. (2015). Muğla şehir markası ve imaj algısı: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(26), 285–304.
- Freeman, K., ve Li, M. (2019). We are ghost in the class: First year international students experiences in the global contact zone. *Journal of International Students*, 9(1), 19-38. <https://doi.org/10.32674/jis.v9i1.270>

- Freeman, K., Nga, E., ve Mansori, S. (2019). Psychological and language challenges faced by international students. *International Journal of Education and Pedagogy*, 1(3), 1-10. Erişim Yeri <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijeap/article/view/8888/5209>
- Glossary of Project Atlas. (2021). Infographics and data. Erişim Yeri <https://www.iie.org/> on 15.12.2024.
- Günaydın, A. (2012). Niçin Türkiye? Türkiye burslusu uluslararası öğrencilerin niyet mektuplarında Türkiye algısı: ODTÜ ve Boğaziçi Üniversitesi öğrencileri örneği (Uzmanlık tezi). Ankara: Başbakanlık Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı.
- Gür, B. S. (2011). Türkiye'de Yükseköğretimin ve Yükseköğretim Kurulu'nun Tarihi Üzerine. *Journal of Higher Education ve Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 1(1), 47-53.
- İlgüner, M., ve Asplund, C. (2011). *Marka Şehir*. İstanbul: Marketing Yayınları.
- Kalkınma Bakanlığı. (2013). Onuncu kalkınma planı 2014-2018. Ankara: Kalkınma Bakanlığı Yayınları.
- Karadağ, A., ve Turut, H. (2013). Üniversite öğrencilerinin kentsel çevre algısı üzerine bir araştırma: İzmir örneği. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 11(1), 31-51.
- Karaköse, S. (2019). Uluslararası öğrencilerin öğrencilik deneyimleri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ankara.
- Kayani, A., Ahmet, Z., ve Ali Shah, F. (2015). Push and pull factors: Analysis of international student mobility. *Review of International Geographical Education Online*, 5(3), 265-284.
- Kayani, F. N., Ahmed, M., ve Ali Shah, M. T. (2015). International student's mobility: A case of Pakistan. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 9(2), 447-460.
- Knight, J. (1993). Internationalization: management strategies and issues. *International Education Magazine*, 9, 21-22.
- Kondakçı, Y., Çapa Aydın, Y., Oldaç, İ. Y., ve Ertem, Y. H. (2017). Türkiye'de uluslararası öğrenci hareketliliği: Uluslararası öğrencilerin yaşam doyumları ve yükseköğrenim için Türkiye'yi tercih sebeplerinin modellenmesi. Erişim Yeri <https://app.trdizin.gov.tr/publication/project/detail/TVRjMU5UTXo>
- Konyar, M. (2019). *Uluslararası öğrencilerin akademik Türkçe ihtiyaç analizi ve örnek ders içeriği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.

- Li, M., ve Bray, M. (2007). Cross-border flows of students for higher education: Push–pull factors and motivations of mainland Chinese students in Hong Kong and Macau. *Higher Education*, 53, 791-818. <https://doi.org/10.1007/s10734-005-5423-3>.
- Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace ve Co.
- Luque-Martínez, T., Del Barrio-García, S., Ibáñez-Zapata, J. Á., ve Molina, M. Á. R. (2007). Modeling a city's image: The case of Granada. *Cities*, 24(5), 335-352.
- Mahmood, H., ve Galloway Burke, M. (2018). Analysis of acculturative stress and sociocultural adaptation among international students at a Non Metropolitan University. *Journal of International Students*, 8(1), 284–307. <https://doi.org/10.32674/jis.v8i1.166>
- Metin, F. (2022). Yükseköğretimde uluslararasılaşma: Türkiye'nin rekabet gücünün analizi (1st ed.). Ankara: Pegem Akademi.
- Musaoğlu, B. N. (2016). *Yerel ve uzun dönemli uluslararası öğrencilerin uyum süreci ve uluslararasılaşma üzerine deneyimleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- OECD. (2020). Education at a Glance. Erişim Yeri https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020_eag-2020-en
- Özerdem, F. (2016). Uluslararasılaşma - Ne kadar, kime ve sonuç? *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 77-95.
- Paşalı Taşoğlu, N., Malkawi, O., ve Al-Ameer, A. (2021). Türkiye’deki Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencilerinin Gözünde Türkiye İmajı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 9(23), 100–120.
- Peltekoğlu, F. B. (2012). Kurumsal iletişim sürecinde imajın yeri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (4), 125-145.
- Qiang, Z. (2003). Internationalization of higher education: Towards a conceptual framework. *Policy Futures in Education*, 1(2), 201-427.
- Radmard, S. (2012). Türkiye üniversitelerinin uluslararasılaşma politikaları bağlamında uluslararası öğrencilerin yükseköğretim taleplerini etkileyen etkenlerin incelenmesi (Doktora tezi). Erişim Yeri <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>
- Radmard, S. (2017). Türk üniversitelerindeki uluslararası öğrencilerin yükseköğretim taleplerini etkileyen etkenlerin incelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 1, 67-77.

- Sasa, S. (2017). *Türkiye’de yükseköğrenim gören uluslararası öğrencilerin karşılaştıkları yönetsel sorunlar*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Savaşan, F., Yardımcıoğlu, F., ve Beşel, F. (2015). Yabancı uyruklu lisans ve lisansüstü öğrencilerin sosyo-ekonomik problemleri: Sakarya Üniversitesi örneği. *Uluslararası Öğrenci Sempozyumu*, 6-8.
- Scott, W. A. (1966). Psychological and Social Correlates of Change in International Images. *Public Opinion Quarterly*, 30(1), 71-95.
- Seggie, F. N., ve Ergin, H. (2018). Yükseköğretimin uluslararasılaşmasına güncel bir bakış: Türkiye’de uluslararası akademisyenler. İstanbul: SETA Yayınları.
- Şen, G. (2019). Kültürel zekâ ve kültürel adaptasyonun akademik performans üzerine etkisi: Üniversitelerdeki yabancı uyruklu öğrencilerle yapılan bir araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Şenses, F. (2007). Uluslararası Gelişmeler Işığında Türkiye Yükseköğretim Sistemi: Temel Eğilimler, Sorunlar, Çelişkiler ve Öneriler. *Economic Research Center Working Papers in Economics*, 7(5), 1-32.
- T. C. Üniversitelerarası Kurul Başkanlığı. (2016). Türkiye’de yükseköğretim ve uluslararasılaşma. Erişim Yeri http://cdn.hitit.edu.tr/hitit/files/23530_1610041532492.pdf
- Taslak, S., ve Akın, M. (2005). Örgüt imajı üzerinde etkili olan faktörlere yönelik bir araştırma: Yozgat İli Emniyet Müdürlüğü örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 263-294.
- Toska, R. (2019). Uluslararası öğrencilerin yükseköğrenime ilişkin görüşleri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Tosun, H. (2020). Türk yükseköğretim sistemi ve yapısal değişim yönünde yeni öneriler. *TURAN-SAM*, 12(47), 111-118.
- Tozan, S. (2019). *Kültürlerarası iletişimin geliştirilmesinde uluslararası öğrencilerin etkisi: YTB Sakarya Üniversitesi öğrencileri örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Tsuneyoshi, R. (2005). Internationalization strategies in Japan. *Journal of Research in International Education*, 4, 65-86.
- Umurbek, M. M. (2018). *Öğretim elemanlarının yükseköğretimde uluslararasılaşmaya yönelik algılarının belirlenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kafkas Üniversitesi, Kars.

- Uslu, B. (2017). Türkiye Merkezli Uluslararası Öğrenci Hareketliliğinin Ekonomik Yansımaları. *12. Uluslararası Eğitim Yönetimi Kongresi*, 1-5, Ankara, Turkey.
- Wu, H. P., Garza, E., ve Guzman, N. (2015). International student's challenge and adjustment to college. *Education Research International*, 2015(20), 1-9. <https://doi.org/10.1155/2015/202753>
- Yelken, C. (2018). *Yabancı uyruklu öğrenci sınavı ile Karadeniz Teknik Üniversitesine yerleşen öğrencilerin stresle başa çıkma tarzları, problem çözme becerileri ve yardım arama tutumları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Yepes, C. P. (2006). World regionalization of higher education: policy proposals for international organization. *Higher Education Policy*, 19, 111-128.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YÖK. (2013). 2012 Mali Yılı İdare Faaliyet Raporu. Erişim Yeri https://www.yok.gov.tr/Documents/Kurumsal/strateji_dairesi/faaliyet_raporlari/2012_yok_idare_faaliyet_raporu.pdf
- Yükseköğretim Kurulu (2021). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, Yükseköğretim İstatistikleri. Erişim Yeri <https://istatistik.yok.gov.tr/>
- Yükseköğretim Kurulu. (2017). Yükseköğretimde uluslararasılaşma strateji belgesi 2018-2022. Ankara.
- Yükseköğretim Kurulu. (2021). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi. Erişim Yeri <https://istatistik.yok.gov.tr/>
- Yükseköğretim Kurulu. (2023). Üniversite izleme ve değerlendirme genel raporu. Ankara.

EKLER

Ek 1. Anket Formu

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİNDEKİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN, GÜMÜŞHANE ŞEHİRİ VE TÜRKİYE HAKKINDAKİ ALGISI

ANKET FORMU

Değerli katılımcımız,
Bu anketteki çalışmada Gümüşhane’de eğitim gören uluslararası öğrencilerin, Gümüşhane şehri ve Türkiye’ye yönelik algıları belirlenecektir. Sizden aldığımız bu bilgiler bizde saklı kalacak ve başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Fatih KELEŞ
Gümüşhane Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD

1. Cinsiyetiniz
 - a. Erkek
 - b. Kadın
2. Uyuşgunuz?
3. Geliriniz?
4. Yaşınız?
5. Fakülte/Meslek Yüksekokul/Bölüm
6. Ne kadar süredir Gümüşhane’de yaşıyorsunuz?
7. Gümüşhane’yi daha önceden biliyor muydunuz?
 - a. Evet
 - b. Hayır
8. Gümüşhane dendiğimize akla gelen ilk özellik nedir?
.....
9. Gümüşhane’ye ilk geldiğinizde en çok dikkatinizi çeken şey nedir?
(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz).
 - a. Şehir halkının tutumu
 - b. Tarihi ve turistik yerleri
 - c. Doğal güzellikleri
 - d. Alışveriş merkezleri
 - e. Sanayileşmesi
 - f. İklimi
 - g. Huzur ve sakinlik
 - h. Küçük şehir
 - i. Esnafın öğrenciye yönelik tutum ve davranışları
 - j. Üniversite
10. Gümüşhane’ye yönelik şu anki izleniminiz nedir?

- a. Çok Kötü
- b. Kötü
- c. Ne iyi ne kötü
- d. İyi
- e. Çok iyi

11. Gümüşhane’yi kendi ülkenizdeki vatandaşlara yaşamak ve eğitim almak amacıyla tavsiye eder misiniz?

- a. Evet
- b. Hayır

12. Gümüşhane’yi kendi ülkenizdeki vatandaşlara turistik gezi amaçlı tavsiye eder misiniz?

- a. Evet
- b. Hayır

13. Aşağıdaki ifadelere size uygun seçeneği seçiniz.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Gümüşhane ucuz bir şehirdir.					
Gümüşhane huzurlu ve sakin bir şehirdir.					
Gümüşhane sanayi şehridir.					
Gümüşhane temiz bir şehirdir.					
Gümüşhane’de barınma sorunu yoktur.					
Gümüşhane sağlık hizmetleri bakımından kalitelidir.					
Gümüşhane doğal güzellikleriyle zengin bir şehirdir.					
Gümüşhane’de sanatsal ve kültürel etkinlikler yeterlidir.					
Gümüşhane ulaşım hizmetleri kaliteli bir şehirdir.					
Gümüşhane gelişmiş bir şehirdir.					

14. Aşağıda Gümüşhane halkına yönelik düşünceleriniz için size uygun olan seçeneği işaretleyiniz

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Gümüşhane halkı dindardır					
Gümüşhane halkı yardımseverdir.					
Gümüşhane halkı samimidir.					
Gümüşhane halkı hoşgörülüdür.					
Gümüşhane halkı cömerttir.					
Gümüşhane halkı açık fikirlidir.					
Gümüşhane halkı kibardır.					

15. Aşağıdaki ifadelerden size uygun olanı işaretleyiniz.

Türkiye'ye Gelmeden Önce Katılımcıların Gözünde Türkiye'nin İmajını Oluşturan Kaynaklar	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Ailemde Türk kökenli var					
Daha önce Türkiye'yi ziyaret etmiştim					
Ülkemde tanıdığım Türkler var.					
Yerel medya					
Türk medyası					
Uluslararası medya					
Uluslararası spor etkinlik ve faaliyetleri					
Türkiye'de bulunmuş tanıdıklarım var					
İnternet ve sosyal medya					
Okuldaki okuduğum kaynaklar					
Dizi ve filmler					
Kitaplar, dergiler ve romanlar					
Ülkemdeki Türk enstitü ve merkezleri					

16. Aşağıdaki ifadelerden size uygun olanı işaretleyiniz.

Türkiye'ye Gelmeden Önce Türkiye Hakkında Edinilen İmaj	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Yüksek nitelikli ve iyi eğitilmiş çalışanlara sahiptir.					
Ekonomik açıdan güçlü bir ülkedir					
Yoksulluk oranı düşüktür					
İşsizlik oranı düşüktür					
Sanayi üreticisi bir ülkedir					
Deneyimli ve yetenekli siyasetçiler tarafından yönetilir					
Siyasi özgürlüklere sahip bir ülkedir					
Vatandaşlar ve turistler için güvenli bir ülkedir.					
Politik çatışma ve savaşların olmadığı bir ülkedir.					
Azınlık haklarını koruyan bir ülkedir					
Demokratik bir ülkedir					
Türk halkı diğer kültürlerle karşı hoşgörülüdür					
Türk halkı misafirperverdir					
Türk halkı yardım etmeyi sever					
Türk halkı gelenek ve göreneklerine bağlıdır					

17. Aşağıdaki ifadelerden size uygun olanı işaretleyiniz.

Katılımcıların Türkiye'ye Geldikten Sonra Edindikleri İmaj Katkıda Bulunan Kaynaklar	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Türk halkı ile etkileşim					
Türk medyası					
Uluslararası medya					
İnternet ve sosyal medya					
Üniversitedeki eğitim					
Dizi ve filmler					
Kitaplar, dergiler ve romanlar					
Şehrimdeki ders dışı etkinlikler					

18. Aşağıdaki ifadelerden size uygun olanı işaretleyiniz

Türkiye'ye Geldikten Sonra Katılımcıların Türkiye İle İlgili Sahip Oldukları İmaj	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Yüksek nitelikli ve iyi eğitilmiş çalışanlara sahiptir.					
Ekonomik açıdan güçlü bir ülkedir					
Yoksulluk oranı düşüktür					
İşsizlik oranı düşüktür					
Sanayi üreticisi bir ülkedir					
Deneyimli ve yetenekli siyasetçiler tarafından yönetilir					
Siyasi özgürlüklere sahip bir ülkedir					
Vatandaşlar ve turistler için güvenli bir ülkedir.					
Politik çatışma ve savaşların olmadığı bir ülkedir.					
Azınlık haklarını koruyan bir ülkedir					
Demokratik bir ülkedir					
Türk halkı diğer kültürlerle karşı hoşgörülüdür					
Türk halkı misafirperverdir					
Türk halkı yardım etmeyi sever					
Türk halkı gelenek ve göreneklerine bağlıdır					

ETİK KURUL KARARI



T.C.
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU

Sayı : E-95674917-108.99-215165

Konu : Etik Kurul Onay

Sayın Doç. Dr. Ersin DİKER

"GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİNDEKİ ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN GÜMÜŞHANE ŞEHİRİ VE TÜRKİYE ALGISI" konulu etik kurul başvurunuz; Gümüşhane Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 25/10/2023 tarih ve 2023/5 sayılı toplantısında görüşülmüş olup; projenin yürürlükteki mevzuata uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.
Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Günay ÇAKIR
Kurul Başkanı

ÖZGEÇMİŞ

Fatih Keleş, Lisans eğitimini Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanında tamamlamış olan Keleş, yüksek lisans eğitimini ise aynı alanda yapmıştır.

İş yaşamına 2005 yılında Gökkuşluğu Düğün Salonu'nda işletmeci olarak başlayan Fatih Keleş burada 2007 yılına kadar görev almıştır. Ardından 2008-2009 yılları arasında Ardasa Elektrik A.Ş.'de ön muhasebe elemanı olarak çalışmıştır. 2010-2012 yılları arasında Türkiye İstatistik Kurumu'nda göreve başlamış ve burada devlet memuru olarak görev yapmıştır. 2014-2019 yılları arasında Hacıoğlu Gıda Ltd. Şti.'nde işletmeci olarak görevine devam etmiştir. 2019 yılından itibaren ise Torul Belediye Başkanlığı'nda Kurumsal İletişim Müdürü olarak çalışmaktadır.

Fatih Keleş'in görev aldığı kurumlar arasında Türkiye İstatistik Kurumu ve Torul Belediye Başkanlığı bulunmaktadır.