

# SOCRATES 5. ULUSLARARASI EĞİTİM, İŞLETME, İKTİSAT VE SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ

Conference book



İŞLETME  
İKTİSAT  
FİNANS  
EĞİTİM BİLİMLERİ  
SOSYOLOJİ  
TARİH  
TEOLOJİ  
PSIKOLOJİ  
GÜZEL SANATLAR  
HUKUK  
İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ  
İLETİŞİM  
SOSYAL HİZMET  
MÜZİKOLOJİ  
YÖNETİM VE ORGANİZASYON  
SANAT TARİHİ  
ULUSLARARASI İLİŞKİLER  
SİYASET BİLİMİ  
TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI  
COĞRAFYA  
DİLBİLİM  
SAĞLIK YÖNETİMİ  
OKUL ÖNCESİ  
ARKEOLOJİ  
TÜRKOLOJİ  
FELSEFE  
HALK BİLİMİ  
KENTLEŞME VE ÇEVRE BİL.  
KAMU YÖNETİMİ  
MALİYE  
MUHASEBE  
PAZARLAMA  
SPOR  
TURİZM  
HALKLA İLİŞKİLER  
DİSİPLİNLERARASI ÇALIŞMALAR

6 - 7 Ağustos 2022  
Tunus

ISBN: 978-605-73381-6-7

UBS  
INSTITUTE



# **SOCRATES 5TH INTERNATIONAL EDUCATION, BUSINESS, ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES CONGRESS**

## **ORGANIZING COMMITTEE**

**Dr. Gültekin Gürçay**  
**Prof. Dr. Hülya Çiçek Kanbur**  
**Prof. Dr. Həcər Hüseynova**  
**Doç.F.ü.f.d., İradə Kərimova**  
**Doç. Dr. Könül Səmədova**  
**Doç. Dr. Nazilə Abdullazadə**  
**Doç. Dr. Sevinc Sadıqova**  
**Dr. Mehdi Meskini Heydarlou**  
**Dr. Leman Kuzu**  
**Dr. Nadire Kantarcıoğlu**  
**Dr. Zehra Fırat**  
**Dr. Amaneh Manafidizaji**  
**Aynurə Əliyeva**

*All rights of this book belong to Academic Sharing Platform Company Publishing House*

*Without permission can't be duplicate or copied.*

*Authors of chapters are responsible both ethically and juridically.*

*Academic Sharing Platform – 2022 ©*

Issued: 31. 08. 2022

ISBN: 978-605-73381-6-7

## **ABOUT CONGRESS**

---

### **SOCRATES 5TH INTERNATIONAL EDUCATION, BUSINESS, ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES CONGRESS**

#### **DATE – PLACE**

*AUGUST 6- 7 , 2022*

*TUNISIA*

#### **ORGANIZATION**

*SOCRATES JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY SOCIAL STUDIES*

#### **EVALUATION PROCESS**

All applications have undergone a double-blind peer review process.

#### **KATILAN ÜLKELER**

Türkiye – India –Egypt - Japan – Vietnam – Philippines- Azerbaijan

#### **PERCENTAGE OF PARTICIPATION**

45% FROM Turkey And 55% From Other Countries

#### **PRESENTATION**

Oral presentation

#### **LANGUAGES**

Turkish, English, Russian

## SCIENTIFIC & REVIEW COMMITTEE

- Dr. Gulmira ABDİRASULOVA** - Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi  
**Prof. Dr. Yunir ABDRAHIMOV** - Ufa State Petroleum Technological University  
**Doç. Dr. Nazilə Abdullazadə** - Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti  
**Dr. Maha Hamdan ALANAZİ** - Riyad Kral Abdülaziz Teknoloji Enstitüsü  
**Dr. Dzhakipbek Altaevich ALTAYEV** - Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi  
**Doç. Dr. Mehmet Fırat BARAN** - Mardin Artuklu Üniversitesi  
**Dr. Amina Salihi BAYERO** - Yusuf Maitama Sule Üniversitesi  
**Dr. Karlıgash BAYTANASOVA** - Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi  
**Dr. Baurcan BOTAKARAEV** - oca Ahmet Yesevi Üniversitesi  
**Dr. Ahmad Sharif FAKHEER** - Ürdün Devlet Üniversitesi  
**Dr. Zehra FIRAT**  
**Doç. Dr. Abbas GHAFARI** - Tebriz Üniversitesi  
**Prof. Dr. Ariz Avaz GOZALOV** - oskova Devlet Üniversitesi  
**Prof. Dr. Gulzar İBRAGİMOVA** - Bakü Avrasya Üniversitesi  
**Dr. Gültekin GÜRÇAY**  
**Doç. Dr. Dilorom HAMROEVA** - Özbekistan Bilimler Akademisi  
**Dr. Bazarhan İMANGALİYEVA** - K.Zhubanov Aktobe Devlet Bölge Üniversitesi  
**Dr. Keles Nurmaşılı JAYLIBAY** - Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi  
**Dr. Mamatkuli Jurayev** - Özbekistan Bilim Akademisi  
**Dr. Kalemkas KALIBAEVA** - Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi  
**Dr. Bouaraour Kamel** - Ghardaia Üniversitesi  
**Dr. Nadire KANTARCIOĞLU**  
**Prof. Dr. Ergün KOCA** - Girne Amerikan Üniversitesi  
**Prof. Dr. Bülent KURTİŞOĞLU** - Ardahan Üniversitesi  
**Dr. Leman KUZU** - İstanbul Kültür Üniversitesi  
**Sonali MALHOTRA** - Delhi Balbahtri Academy  
**Dr. Alia R. MASALİMOVA** - Al – Farabi Kazak Milli Üniversitesi  
**Prof. Muntazir MEHDI** - Pakistan Language Academy  
**Dr. Amanbay MOLDİBAEV** - Taraz Devlet Pedagoji Üniversitesi  
**Doç. Dr. Yeliz ÇAKIR SAHİLLİ** - Munzur Üniversitesi  
**Dr. Aysulu B. SARSEKENOVA** - Orleu Milli Kalkınma Enstitüsü  
**Dr. Gulşat ŞUGAYEVA** - Dosmukhamedov Atyrau Devlet Üniversitesi  
**Doç. Dr. Yeliz KINDAP TEPE** - Cumhuriyet Üniversitesi

**Dr. K.A. TLEUBERGENOVA** -Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

**Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA** - Rasulbekov Kırgız Ekonomi Üniversitesi

**Doç. Dr. Yıldırım İsmail TOSUN** - Şırnak Üniversitesi

**Dr. Botagul TURGUNBAEVA** - Kazak Devlet Kızlar Pedagoji Üniversitesi

**Dr. Dinarakhan TURSUNALİEVA** - Rasulbekov Kırgız Ekonomi Üniversitesi

**Doç. Dr. Ali Korkut ULUDAĞ** - Atatürk Üniversitesi

**Prof. Dr. Akbar VALADBİGİ** - Urumiye Üniversitesi

**Doç. Dr. C. VIJAI** - St.Peter's Institute

**Dr. Yang ZİTONG** - Wuhan Üniversitesi

SOCRATES JOURNAL  
5th International Conference on  
Education, Management, Economy and  
Social Sciences

SOCRATES JOURNAL

5th International Conference on Education, Management, Economy and  
Social Sciences

**CONFERENCE PROGRAM**  
**Online Presentation**

**Meeting ID: 836 9715 1910**

**Passcode: 060822**



### IMPORTANT, PLEASE READ CAREFULLY

- To be able to make a meeting online, login via <https://zoom.us/join> site, enter ID instead of “Meeting ID
- or Personal Link Name” and solidify the session.
- The Zoom application is free and no need to create an account.
- The Zoom application can be used without registration.
- The application works on tablets, phones and PCs.
- Speakers must be connected to the session **10 minutes before** the presentation time.
- All congress participants can connect live and listen to all sessions.
- During the session, your camera should be turned on **at least %70** of session period
- Moderator is responsible for the presentation and scientific discussion (question-answer) section of the session.

### TECHNICAL INFORMATION

- Make sure your computer has a microphone and is working.
- You should be able to use screen sharing feature in Zoom.
- Attendance certificates will be sent to you as pdf at the end of the congress.
- Moderator is responsible for the presentation and scientific discussion (question-answer) section of the session.
- Before you login to Zoom please indicate your name surname and hall number,

**exp.** H-..., S- ... NAME SURNAME

SOCRATES JOURNAL  
5th International Conference on  
Education, Management, Economy and  
Social Sciences

06.08. 2022

10: 00 – 12:00

Meeting ID: 836 9715 1910

Passcode: 060822

HALL: 1 SESSION: 1

MODERATOR:

DOÇ. DR. FATMA ZEHRA FIDAN

CUMHUR ŞAHİN

Dini Duyarlılığı Yüksek Yatırımcılarda Bireysel Emeklilik Sistemi İle  
Sosyo-Ekonomik Faktörler İlişkisi: Eskişehir Örneği

PROF. DR. KAHRAMAN ÇATI  
ÖĞR. GÖR. SERAP ÇAKIR  
ÇÖMLEKÇİ

Devlet Ve Vakıf Üniversitelerinin Konumlandırma Ve Pazarlamaya Bakışları

ÜMRAN ÇOMAKTEKİN  
DR. ÖĞR. ÜYESİ SEDAT POLAT

Fiyatlama Ve Vergilendirmede Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin İzleri:  
Pembe Vergi

DOÇ.DR.FATMA ZEHRA FİDAN

Üvey Annelik Algı Ve Tanımları: Kişisel Deneyimler Ve Kültürel Hafıza

VİLDAN ÜSTÜN ŞAHİNER

Tarihsel Süreçte Değişen Kadın Algısı Bağlamında Boşanma Olgusu

ASLI KÖSEOĞLU

Doğruluk Ve Hakikat Ekseninde Sosyal Medyanın Haber Üretiminde Haber  
Kaynağı Olarak Kullanımı

ASLI KÖSEOĞLU

Sosyal Medya Mecralarından Instagram'da Mahremiyet Yitimi

PROF DR NESRİN ÖZSOY  
TUĞBA NUR KOPAR  
NECATİ ONAY

Yaratıcı Dramanın Matematiğe Yönelik Özyerterlik Algısına Etkisi



**SOCRATES JOURNAL**  
**5th International Conference on**  
**Education, Management, Economy and**  
**Social Sciences**

06.08. 2022

10: 00 – 12:00

Meeting ID: 836 9715 1910

Passcode: 060822

**HALL: 2    SESSION: 1                    MODERATOR:    Dr. Elnur Allahverdiyev**

JHOSELLE TUS	The Self-Efficacy and Its Relationship to the Academic Performance in Online Learning among Senior High School Students
TRINH LE TAN NGUYEN DUC TRI NGO TRAN XUAT TRAN MINH TUNG NGUYEN QUOC QUAN	GenZ's attitude and perceptions towards using online food delivery services in Danang
OINAM TERESA KHUMANCHA	Meitei Tribe used to a matriarchy till 17 <sup>th</sup> Century: Looking through settlement after Marriage.
SHUVASREE BANERJEE DR.PANKAJ KUMAR TYAGI	Study on the Prospects of Tea Tourism in India: A Descriptive Analysis
BOUNMY PHALYCHAN SOULICHANH LUANGSOMBATH SOMCHITH VONGPHACHANH PHOUMCHAY VONGVILAY THIPHACHANH NOUTHAPHONE	The effectiveness of mobile technologies for fostering self-directed learning
SURBHĪ MĪSHRA	Understanding Transsexuals: A sociological Approach
BOUKHEDIMI CHEMS EDDINE. PH.D.	The Measure of KIA competitiveness in the American electric vehicle market
EMMANUEL JOSEPH B. SUMATRA	Preference Of Generation Z Students For A Cooperative Savings Product: A Conjoint Analysis
DR. ELNUR ALLAHVERDIYEV	Socio - Economic Impact Of The Covid-19 Pandemic In Latin American Countries In The Context Of Brazil
DESHAR BASHU DEV	Eradication Of Mental Illness Through Buddhism
MONA SALAH EL-DIN HASSANEIN	From Victim To Ethical Agent: Oscar Wilde's The Ballad Of Reading Gaol As Post-Traumatic Writing
ASHUTOSH VERMA	Special Economic Zone: New Phase of “Land Conflicts” in India

CONTENT	
<b>CONGRESS ID</b>	
<b>SCIENTIFIC &amp; REVIEW COMMITTEE</b>	
<b>PROGRAM</b>	
<b>CONTENT</b>	
<b>ORAL PRESENTED PAPERS IN THE CONGRESS</b>	
<b>Aslı Köseoğlu</b>	1
SOSYAL MEDYA MECRALARINDAN INSTAGRAM'DA MAHREMİYET YİTİMİ	
<b>Aslı Köseoğlu</b>	3
DOĞRULUK VE HAKİKAT EKSENİNDE SOSYAL MEDYANIN HABER ÜRETİMİNDE HABER KAYNAĞI OLARAK KULLANIMI	
<b>CUMHUR ŞAHİN</b>	4
DİNİ DUYARLILIĞI YÜKSEK YATIRIMCILARDA BİREYSEL EMEKLİLİK SİSTEMİ İLE SOSYO-EKONOMİK FAKTÖRLER İLİŞKİSİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ	
<b>KAHRAMAN ÇATI &amp; SERAP ÇAKIR ÇÖMLEKÇİ</b>	5
DEVLET VE VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN KONUMLANDIRMA VE PAZARLAMAYA BAKIŞLARI	
<b>Ümran Çomaktekin &amp; Sedat Polat</b>	6
FİYATLAMA VE VERGİLENDİRMEDE CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİNİN İZLERİ: PEMBE VERGİ VE TAMPON VERGİSİ ÜZERİNE DEĞERLENDİRMELER	
<b>FATMA ZEHRA FİDAN</b>	7
ÜVEY ANNELİK ALGI VE TANIMLARI: KİŞİSEL DENEYİMLER VE KÜLTÜREL HAFIZA	
<b>VİLDAN ÜSTÜN ŞAHİNER</b>	9
TARİHSEL SÜREÇTE DEĞİŞEN KADIN ALGISI BAĞLAMINDA BOŞANMA OLGUSU	
<b>NESRİN ÖZSOY &amp; TUĞBA NUR KOPAR &amp; NECATİ ONAY</b>	25
YARATICI DRAMANIN MATEMATİĞE YÖNELİK ÖZ-YETERLİK ALGISINA ETKİSİ	
<b>TRINH LE TAN &amp; NGUYEN DUC TRI &amp; NGO TRAN XUAT &amp; TRAN MINH TUNG &amp; NGUYEN QUOC QUAN</b>	36
GENZ'S ATTITUDE AND PERCEPTIONS TOWARDS USING ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES IN DANANG	
<b>OINAM TERESA KHUMANCHA</b>	57
MEITEI TRIBE USED TO A MATRIARCHY TILL 17TH CENTURY: LOOKING THROUGH SETTLEMENT AFTER MARRIAGE.	
<b>SURBHI</b>	58
UNDERSTANDING TRANSSEXUALS: A SOCIOLOGICAL APPROACH	
<b>ELNUR ALLAHVERDİYEV</b>	59
SOCIO - ECONOMIC IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC IN LATIN AMERICAN COUNTRIES IN THE CONTEXT OF BRAZIL	

<b>MONA SALAH EL-DIN HASSANEIN</b>	76
FROM VICTIM TO ETHICAL AGENT: OSCAR WILDE'S THE BALLAD OF READING GAOL AS POST-TRAUMATIC WRITING	
<b>DESHAR BASHU DEV</b>	77
ERADICATION OF MENTAL ILLNESS THROUGH BUDDHISM	
<b>ASHUTOSH VERMA</b>	78
SPECIAL ECONOMIC ZONE: NEW PHASE OF "LAND CONFLICTS" IN INDIA	
<b>SHUVASREE BANERJEE &amp; PANKAJ KUMAR TYAGI</b>	79
STUDY ON THE PROSPECTS OF TEA TOURISM IN INDIA: A DESCRIPTIVE ANALYSIS	

## SOSYAL MEDYA MECRALARINDAN INSTAGRAM'DA MAHREMİYET YİTİMİ

**Aslı Köseoğlu**

Atatürk Üniversitesi

– 0000-0003-0180-7730

### ÖZET

Sosyal medya hem dünyada hem de Türkiye’de her geçen kullanıcı sayısını arttırmakta, neredeyse yediden yetmişe herkes burada boy göstermektedir. Sosyal medyada yapılan paylaşımlarla bireyler yeni birer kimlik inşa etmekte, oluşturulan bu kimlikler daha fazla beğeni alma, takip edilme ve onaylanma ihtiyaçlarını gidermeye hizmet etmektedir. Özellikle fotoğraf, video ve anlık hikâye paylaşmaya olanak sunan Instagram oldukça popüler bir mecra olarak dikkat çekmektedir. İnsanların dikkatini çekmek ve beğeni alabilmek adına bu mecrada yapılan paylaşımlar mahremiyet meselesini gündeme getirmektedir. Bedenin sergilenmesi, cinsel içerikli fotoğraflara yer verilmesi, yiyecek- içeceklerin beslenme ihtiyacını gidermekten ziyade şova dönüşmesi bunlardan sadece birkaçıdır. Sosyal medyada mahremiyet algısının nasıl ortadan kalktığının tespit edilmesini amaçlayan bu çalışmada amaçlı örneklem yoluyla 10 Instagram paylaşımı belirlenmiş ve betimsel analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın sonucunda insanların mahremiyet algısının gerçek hayattan çok farklı olduğu, gündelik yaşamda gizli tutma eğilimi gösterdikleri bilgileri burada paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu mecrada çıplak olmak, cinsellik yaşamak, çocukların fotoğraflarını ve bilgilerini paylaşmak, dini ya da siyasi görüşü açık etmek normalleştirilmiş, tüm bunlar da mahremiyet algısının değiştiğinin somut göstergeleri olarak dikkat çekmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Instagram, Mahremiyet, Sosyal Medya.

## DOĞRULUK VE HAKİKAT EKSENİNDE SOSYAL MEDYANIN HABER ÜRETİMİNDE HABER KAYNAĞI OLARAK KULLANIMI

**Aslı Köseoğlu**

Atatürk Üniversitesi

– 0000-0003-0180-7730

### ÖZET

İnsanlar çevresinde olup biten olaylar hakkında bilgi edinmek, kendilerini korumak ve güvende hissetmek adına etkileşim içerisinde olmuşlar ve zaman içerisinde bu bilgi aktarımı haber adını almıştır. Haberin üzerinde uzlaşılan evrensel bir tanımı bulunmamakla birlikte; meydana gelen olayın rapor haline getirilmiş hali olduğu ya da insanları ilgilendiren konuların gazeteciliği meslek edinmiş kişilerce ele alındığı birçok kaynaktan ifade edilmektedir. Her ne kadar haberin tanımı farklılık gösterse de haberin evrensel öğeleri vardır. Bunların başında da doğruluk gelmektedir. Haberin olmazsa olmazlarından olan doğruluk gerçek bilginin özünü oluşturmakta, yeni medya ile birlikte yaşanan dönüşümde gerçeğe ulaşmak ise oldukça güç hale gelmektedir. Haberciliğin en önemli ilkelerinden olan hakikati olduğu gibi aktarmak fikrinin uygulanması her geçen gün zorlaşmaktadır. Bahsi geçen zorluğu aşmanın en önemli en önemli unsuru ise haber kaynakları olarak dikkat çekmektedir. Çünkü haber kaynaklarının şahitliği haberin gerçekliğini onaylamanın en önemli yollarındandır. Gazeteciden hem kendi hem de çalıştığı kurumun itibarını koruyabilmesi için doğru haber yapması beklenmekte, bu bağlamda da meydana gelen ya da gelme ihtimali olan olay ya da olguların kitleyle duyurulmasından önce doğrulanması ya da sağlam bir kaynağa dayandırılması gerekmektedir. Günümüzde sosyal medya araçlarından olan Facebook, Twitter, Instagram gibi ağlar da haber kaynağı olarak sıkça kullanılmaktadır. Bu çalışma kapsamında doğruluk, hakikat, haber gibi kavramlar literatür taramasıyla açıklanmıştır. Ardından araştırmanın yapıldığı 1 Temmuz 2022- 15 Temmuz 2022 tarihlerinde tirajı en yüksek olan Sabah ve Hürriyet gazetelerinin internet sitelerinde yer alan sosyal medya kaynaklı haberler içerik analizi ile irdelenmiştir. Haber sitelerinin magazin ağırlıklı haberlerde Facebook ve Instagram'ı, siyasi içerikli haberlerde ise Twitter'ı kullandığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Haber, Haber Kaynağı, Sosyal Medya.

## THE USE OF SOCIAL MEDIA AS A NEWS RESOURCE WITHIN THE ACCURACY AND TRUTH AXIS

### Abstract

People have interacted to gather information on what is happening around them, to protect themselves, and to feel safe and over time, this information transfer has been named the "news". The news does not have a universal definition agreed upon. In many sources, it is stated that the news is the reported version of events, and the subjects concerning people are addressed by people who chose journalism as a profession. Though the definition of the news differs, the news has universal elements. Accuracy is the most crucial element. Accuracy, which is a must for the news, constitutes the essence of real information. With the transformation triggered by the new media, getting to the truth is becoming harder. Applying the idea of transferring the truth as it is, which is among the most important principles of journalism, is becoming harder. The most crucial element in overcoming this difficulty is news sources. Because the news sources' testimony is one of the most important ways to confirm the accuracy of the news. A journalist is expected to make accurate news to protect both their own reputation and their workplace's reputation. Within this context, the events or phenomena that have occurred or may occur should be confirmed or attributed to concrete sources before announcing them to the audience. Today, social media platforms such as Facebook, Twitter, and Instagram are used as news sources as well. Within the scope of this study, concepts such as accuracy, truth, and news are explained with literature review. Then, the news from social media (Facebook, Twitter, and Instagram) was published on the websites of Sabah and Hürriyet, which had the highest circulation between the dates July 1, 2022, and July 15, 2022, during the study, was examined with content analysis. It was found that news sites use Facebook and Instagram for magazine news, and Twitter for political news.

**Keywords:** News, News source, Social media.

## DİNİ DUYARLILIĞI YÜKSEK YATIRIMCILARDA BİREYSEL EMEKLİLİK SİSTEMİ İLE SOSYO-EKONOMİK FAKTÖRLER İLİŞKİSİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Cumhur ŞAHİN

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, ORCID ID: 0000-0002-8790-5851

### ÖZET

Kişilerin emekliliğe yönelik tasarruf yapmak suretiyle ilave bir kazanç temin etmelerini gaye edinen bireysel emeklilik sistemi Türkiye’de 27 Ekim 2003 tarihinde faaliyete başlamıştır. Bu sistemin Türkiye’deki sosyal güvenlik reformunun bir tamamlayıcısı olduğu söylenebilir. 1 Ocak 2013 tarihinde yurt içi tasarruf oranının artırılması amacıyla bireysel emeklilik sisteminde teşvikler yeniden düzenlenerek bütün tasarruf sahiplerinin yararlanacağı devlet katkısı uygulanmaya başlamıştır. Finansal piyasalarda dini nedenlerden ötürü özellikle faizin haram olduğunu düşünen tasarruf sahipleri de bulunmaktadır ve bu kişileri dini duyarlılığı yüksek yatırımcı olarak tanımlamak mümkündür. Bu çalışmada Eskişehir kent merkezinde yaşayan, katılım bankası müşterisi olan ve bireysel emeklilik sistemi katılımcısı olan bireylerin sosyo-ekonomik özellikleri araştırılmıştır. Bu amaçla 56 kişi ile yüz yüze görüşülerek verilere ulaşılmıştır. İnceleme dönemi 2022 yılı Mayıs ayıdır. Verilerin analizinde parametrik olmayan yöntemlerden biri olan tanımlayıcı istatistik tekniklerinden ki-kare testleri ve kontenjans tabloları kullanılmıştır. Veriler analiz edildiğinde; katılımcıların eğitim düzeyi ile bireysel emeklilik sisteminden yararlanma arasında anlamlı bir ilişki olduğu, Çok az katılımcının ilk öğretim mezunu olduğu, buna karşın çoğunluğun yüksek öğretim mezunu olduğu görülmektedir. Yaş grupları ile sistemden yararlanma arasında bir ilişki tespit edilememiştir. Dolayısıyla hem genç hem orta yaş, hatta nispeten yaşlı bireyler de sistemde bulunmaktadır. Ev sahibi veya kiracı olma durumu ile sistemden yararlanma arasında da anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır. Kiracı ve ev sahipliği sayısı ve oranı hemen hemen birbirine eşittir. Gelir düzeyi ile sistemden yararlanma arasında ise anlamlı bir ilişki olduğu, katılımcıların çoğunluğunun ortalamanın üstünde bir gelir düzeyinde olduğu sonucuna varılmıştır. Meslek grupları ile sistemden yararlanma arasında bir ilişki görülmemektedir. Gerek işçi gerek memur gerekse serbest meslek gruplarının sayısı ve oranı birbirine çok yakındır.

**Anahtar Kelimeler:** Bireysel emeklilik, sosyo-ekonomik faktörler, Eskişehir



## DEVLET VE VAKIF ÜNİVERSİTELERİNİN KONUMLANDIRMA ve PAZARLAMAYA BAKIŞLARI

**Prof. Dr. Kahraman ÇATI**

İnönü Üniversitesi

-ORCID ID: 0000-0002-7440-5436

**Öğr. Gör. Serap ÇAKIR ÇÖMLEKÇİ**

Düzce Üniversitesi

-ORCID ID: 0000-0002-0455-0080

### ÖZET

Araştırmanın amacı; devlet ve vakıf üniversitelerinde konumlandırma boyutları ve pazarlama karması elemanlarına yönelik algının farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmektir. Amaçlı örneklem yöntemi ile URAP sıralamalarında, en üst sıralarda yer alan, en alt sıralarda yer alan ve son 5 yılda en fazla yükseliş sağlayan üç vakıf ve üç devlet üniversitesi olmak üzere toplamda 18 üniversite araştırmanın örneklemini olarak belirlenmiştir. Çalışma nicel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiş olup, üniversitelerin senato temsilcilerinden anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Veriler, SPSS 19.0 paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda üniversite türüne göre konumlandırma boyutlarından saygınlık, kampüs imkânları, öğrenci yönlülük ve araştırma olanakları istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermiştir. Devlet ve vakıf üniversitelerinde senato üyelerinin tüm pazarlama karması elemanlarına yönelik algılarının farklı olduğu belirlenmiştir<sup>1</sup>.

**Anahtar Kelimeler:** Üniversite Türü, Konumlandırma Boyutları, Pazarlama Karması

<sup>1</sup> Süreci devam eden tez çalışmasından yararlanılmıştır.



## FİYATLAMA VE VERGİLENDİRMEDE CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİNİN İZLERİ: PEMBE VERGİ VE TAMPON VERGİSİ ÜZERİNE DEĞERLENDİRMELER<sup>1</sup>

**Yüksek Lisans Öğrencisi Ümran Çomaktekin**

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

– 0000-0001-7407-3454

**Dr. Öğr. Üyesi Sedat Polat**

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

- 0000-0003-2288-9448

### ÖZET

Cinsiyete ayrımcılığı, ilkel toplumlardan günümüze kadar süregelen evrensel bir sorundur. Her ne kadar tarihsel süreç içerisinde bu sorunun çözümüne yönelik önemli adımlar atılmış olsa da henüz hayatın birçok alanında kadın ve erkek arasındaki eşitliğin sağlandığını söylemek mümkün değildir. Kadınların tercih etmiş oldukları ürünlerin fiyatlandırılması ve vergilendirilmesi hususu da cinsiyet farklılığına dayalı eşitsizlik örnekleri arasında yer almaktadır. Aynı özelliklere ve kaliteye sahip iki üründen kadınlara özgü olanının veya kadın rengini temsil eden pembe renkli olanının diğer ürüne nazaran daha yüksek fiyattan satışa sunulması, cinsiyete dayalı fiyat ayrımcılığını ifade etmekte ve literatürde Pembe Vergi olarak adlandırılmaktadır. Kadınlara özgü ürünlerinin yüksek oranlarda vergiye tabi tutulması durumu ise Tampon Vergisi kavramıyla ifade edilmektedir. Bu çalışma, fiyatlama ve vergilendirmede ortaya çıkan cinsiyet eşitsizliklerini incelemeyi, bu konudaki literatürü irdelemeyi ve eşitsizliği gidermeye yönelik politika önerileri sunmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede öncelikli olarak güncel örnekler eşliğinde cinsiyete dayalı fiyatlandırma üzerinde durulmuş, ardından çeşitli kadın ürünleri üzerindeki satış vergileri incelenmiştir. Çalışma sonucunda cinsiyete dayalı fiyatlandırma noktasında hükümet politikalarının etkin bir sonuç doğurmayacağı, ancak hijyen ve kişisel bakım ürünleri başta olmak üzere kadınlara özgü ürünlerin vergilendirmesi noktasında halk sağlığının korunması, dezavantajlı grupların desteklenmesi, ödeme gücün dikkate alınması gibi vergilemenin mali olmayan amaçlarının yanı sıra temel insan hakları kapsamında da ilgili ürünlerin zorunlu ürünler kategorisinde değerlendirilmesi ve bu kapsamda vergi oranlarının düşürülmesi önerisinde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Pembe Vergi, Tampon Vergisi, Cinsiyet Eşitsizliği

<sup>1</sup> Bu çalışma Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı'nda Dr. Öğr. Üyesi Sedat Polat danışmanlığında Ümran Çomaktekin tarafından hazırlanmakta olan "Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğine Vergileme ve Fiyatlandırma Çerçevesinden Bakış: Pembe ve Tampon Vergi Üzerine Bir Alan Araştırması" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

## ÜVEY ANNELİK ALGI VE TANIMLARI: KİŞİSEL DENEYİMLER VE KÜLTÜREL HAFIZA

**Fatma Zehra Fidan**

Doç. Dr. Manisa Celal Bayar Üniversitesi

### Özet

İlk evlilikten sonra yeniden evlenmelerdeki artış, üvey aile olarak kavramlaşan kompleks yapıyı ve buna bağlı sorunları ortaya çıkarmıştır. Bu yapıda farklı roller ve bu rollere bağlı sorunlar mevcuttur. Üvey aile tiplerinde başat rolün ve sorunların merkezleştiği kavram üvey anneliktir. Üvey anneler üzerine yapılan bilimsel çalışmalar, konuyla ilgili sorunlara ve çözüm yollarına ilişkin verilere ulaşmayı mümkün kılmaktadır. Öte yandan üvey anne deneyimi yaşayan kadınlar üzerine yapılan çalışmaların yetersizliği, mevcut sorunlar ve çözüm yollarıyla ilgili önemli bir eksikliğe işaret etmektedir.

Bu çalışmada üvey anne deneyimi yaşayan kadınların üvey annelik algı ve tanımlarının nasıl olduğuna odaklanılmıştır. Ayrıca bu algı ve tanımların kültürel hafızanın önemli araçlarından olan masallardaki üvey anne inşasından etkilenip etkilenmediği sorunsallaştırılmıştır. Araştırma sorunsalını incelemek amacıyla üvey anne deneyimi yaşayan altı kadınla derinlemesine görüşme yapılmış, elde edilen veriler söylem analiziyle irdelenmiştir.

Araştırmada, üvey anne deneyimi yaşayan kadınların üvey annelikle ilgili tanımlarının üvey anneleriyle olan duygusal ilişki bağlamında olduğu ortaya çıkmıştır. Üvey anneleriyle duygusal anlamda doyurucu deneyim yaşayan kadınlar üvey annelik kavramını olumlu ifadelerle tanımlamışlardır. Üvey anneleriyle sevgiye dayalı bir ilişki kuramadıkları gibi onlar tarafından kötü davranışlara maruz kalan kadınlar ise kavramı olumsuz ifadelerle tanımlamışlardır. Üvey anne deneyimi olumsuz olan kadınlar, masallarda çizilen kötü üvey anne tipolojisinin mevcut gerçekliğin yansıması olabileceğini savunmuşlardır. Üvey anne deneyimi olumlu olan kadınlar ise üvey annelik rollerinin inşasında kültürel mirasın çok etkili olmayacağını, davranış kalıplarının insanî öze dayandığını savunmuşlardır.

Üvey anne deneyimlerine odaklandığımız bu mikro çalışma, konuyla ilgili çözümlenmesi gereken çoklu sorular ve sorunlar olduğunu ortaya koymuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Üvey aile, üvey annelik, kültürel hafıza, söylem analizi.

## THE PERCEPTION AND DEFINITIONS OF STEP-MOTHERHOOD: PERSONAL EXPERIENCES AND CULTURAL MEMORY

### Abstract

Different roles and problems related within different step-family roles exist in this structure. In step-motherhood types, the concept of the principal role and problems centralized in it, comes to the fore as step-motherhood. Scientific studies carried out on stepmothers make it possible to collect data regarding issue-related problems and their possible solutions. On the other hand, the insufficiency of studies conducted on women who live the stepmother experience point out a significant deficiency regarding the existing problems and their possible solutions.

This study focused on how the step-motherhood perception and definitions affect the women who live stepmother experience. In addition, the study problematizes whether this perception and definitions are affected by the stepmother construction in the fairy tales as one of the significant tools of cultural memory. To examine this research problem, in-depth interviews were done with six women who lived a stepmother experience; the data obtained were addressed with a discourse analysis.

In the present research, stepmother-related definitions of the women who live a stepmother experience emerged in the emotional relationship with their corresponding stepmothers. Women who experienced an emotionally satisfactory experience with their corresponding stepmothers defined the term of step-motherhood with positive statements. Women who were exposed to bad behaviors and could not made love-based contacts with their corresponding stepmothers defined the term with negative statements. Women who had a negative stepmother experience felt that the “bad stepmother” typology drawn from fairy tales might reflect the existing reality. Women who had positive stepmother experiences argued that the cultural heritage would not be very effective in constructing the roles of step-motherhood, but rather a behavior pattern are based on human experience.

Focused on stepmother experiences, this micro-study asserted there are multiple issue-related questions and problems that should be solved.

**Keywords:** Step-family, step-motherhood, cultural memory, discourse analysis.

## TARİHSEL SÜREÇTE DEĞİŞEN KADIN ALGISI BAĞLAMINDA BOŞANMA OLGUSU

**Vildan ÜSTÜN ŞAHİNER**  
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Orcid: 0000-0001-8505-4400

### ÖZET

Toplumun temel yapı taşı olan, aile yaşanan toplumsal değişim sürecinden etkilenen en temel kurumlardan biridir. Evlilik kurumunda meydana gelen değişimler, bu değişimlerin doğru yönetilememesi ve geçmişten günümüze gelen bazı problemlerin çözümlenemeyişi boşanma kavramını da beraberinde getirmektedir. Tarihsel süreç içerisinde kadının toplumdaki konumunun kadının boşanmaya ilişkin hakkını, boşanma biçimlerini ve boşanma sonrası elde edilen hakları belirlediği görülmektedir. Boşanmaya ilişkin hukuksal bir zemin oluşturulmadan önce ilahi dinlerin boşanmaya ilişkin öğretileri ise aile sistemine ilişkin düzenlemeler için temel oluşturmaktaydı. Çalışma da ilahi dinlerde boşanma olgusu başlığı ile üç ilahi dinin (Yahudilik, Hıristiyanlık ve Müslümanlık) kadının konumuna bağlı olarak boşanma ilişkin bakış açıları ele alınmaktadır. Çalışmanın amacı ise tarihsel süreç içerisinde Türk toplum yapısında geçmişten günümüze karşılaşılan boşanma olgusunun değişen kadın algısı ve hakları üzerinden nasıl ele alındığını değerlendirmektir.

**Anahtar Kelimeler:** Aile, kadın, evlilik, boşanma.

### 1.GİRİŞ

Aile, sosyolojik bir kavram olarak toplumun temelidir ve birçok toplumda ailenin temelini ise evlilik kurumu oluşturmaktadır. Evlilik kurumu ise geçmişten günümüze din, kültür ve yasal zemin gibi oluşturulan bazı kurallara bağlı olarak kurulmuştur. Tarihsel süreç içerisinde boşanma olgusu da evlilik gibi yaşanan toplumsal değişimlerden etkilenmiştir. Toplumların çeşitli dönemlerinde dini inanç ve yaptırımlar etkili olurken sonraki dönemlerde düşünce, yaşantı ve beklentilerinde değişimiyle boşanma yasal düzlemler çerçevesinde gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Abalı, 2006).

Sanayileşme, kentleşme ve düşünsel alanlardaki değişim ile birlikte ortaya çıkan toplumlardaki sosyo-ekonomik ve kültürel değişimin en görünür alanlarından biri ise aile olmuştur (Taylan, 2009). Değişen toplumsal süreçle birlikte aile içindeki rollerde farklılaşmıştır ve özellikle evlilik ilişkisi içerisinde kadının geleneksel cinsiyet rolü ise eğitim, çalışma hayatına katılım ve sosyal yaşama katılım gibi değişkenlerle bağlantılı olarak geleneksellikten eşitlikçi tutumlara doğru bir evrilme göstermektedir (Çelebi, 1990). Toplum içerisinde kadına ilişkin algının değişmesi ve kadının birtakım haklara sahip olması ise boşanmaya etki eden etkenlerden biri olmuştur. Toplumsal bir olgu olan boşanma sosyal, ekonomik, hukuki, eğitsel, kültürel ve teknolojik alanların etkisi ile değişim göstermektedir ve boşanmaya toplumsal ve

bireysel birçok süreç neden olabilmektedir. Ancak bu çalışma da boşanma olgusu değişen kadın algısı üzerinden ele alınacaktır. Kadın algısını felsefi kökenleri ile ifade edilecek olursa Aristoteles'e göre kadın "sakat ve eksik bir erkek" olarak tanımlanmaktaydı (Göçen, 2019). Kadının algılanış biçimini anlamak için ilahi dinlerin kadına ve kadının konumuna ilişkin tanımlamaları ele alındığında ise 'eril' bir bakış açısı gözlenmektedir. Tarihsel süreçte toplumdan topluma farklılaşmakla birlikte kadına ilişkin algının değişimi ve kadınların birtakım haklara sahip olmasıyla birlikte boşanma üzerinde kadınlarda bir hak edinir hale getirmiştir. Değişen dünya düzeninde boşanma oranının artması nedenleri arasında kadının eğitim oranının artması, çalışma hayatına katılması (Amato,2010; akt: Karakaya, 2018) ve kadının hukuki haklara sahip olması şeklinde analiz ediliyor olması ise boşanmanın bir sonuç olarak görüldüğünü göstermektedir. Boşanma olgusu ele alınırken bu sonuca neden olan süreçlerde boşanmanın bir parçasını oluşturmaktadır. Kadının hukuksal zemin hak iddia edemediği dönemlerde evlilik içerisinde çözümlenemeyen süreçlere maruz kalıp boyun eğişi boşanma ile sonuçlanmamakta ancak evlilik kurumu içerisinde evliliğin niteliğini de olumsuz etkileyebilmektedir.

Endüstri toplumlarında sanayileşmenin etkisiyle birey tanımları farklılaşmıştır. Geleneksel dönemdeki toplumların aile ve evlilikten beklentileri kolektif bir bakış açısıyla evliliğin devam etmesi yönünde iken modern dönemin birey tanımlamaların da ise bireyin evlilik kurumu içerisinde mutluluğu ve duygusal tatmini önemli hale gelmiştir (Clarke-Stewart, A. & Brentano, 2006; Akt: Uğur 2014). Özellikle kadınların temel hak ve özgürlüklerine ulaşarak toplumsal yaşama katılmaları ile kadınlar evliliğe ilişkin beklentileri gerçekleşmediğinde eşlerini boşama haklarına sahip olmuşlardır. Boşanmanın yasak olduğu toplumlarda kadınların intihar oranı erkelere oranla fazla iken; boşanmanın yasak olmadığı toplumlarda ise kadın intihar oranının daha az olması sonucu boşanma hakkı olmayan kadınların öz kıyımaya yöneldiğini göstermektedir (Oğurtkan, 2011: 41). Bu çalışmada kadının ilahi dinlerde yaratılışı ve algısı üzerinden boşanma olgusunun ele alınması çalışmanın kavramsal temelini oluştururken; Türk toplumunda Eski Türklerde kadın algısı ve boşanma olgusu İslamiyet'in kabulü ile kadına ilişkin algını değişimi ve boşanma olgusu, modern dönemde kadına ilişkin haklar ile boşanma biçimlerinin değişimi ve günümüz evliliklerinde kadın algısı üzerinden boşanma nedenleri ve nicel oranları ele alınmaya çalışılacaktır.

## **2. İLAHİ DİNLERDE KADININ YARATILIŞI VE KADIN ALGISI ÜZERİNDEN BOŞANMA OLGUSUNU**

Bu bölümde ilahi dinlerin boşanmaya yönelik algısı ve boşanmayı gerçekleştirme biçimleri ele alınırken; her dini anlayışın dinsel öğretilerine bağlı olarak kadını nasıl algıladığı da değerlendirilecektir. Yahudilikte boşanma, Hıristiyanlıkta boşanma ve İslam da boşanma olarak üç başlıkta ele alınacaktır.

### **2.1.Yahudilikte Boşanma**

Yahudi inancında Tevrat'ta ilk kadın olan Havva'nın Adem'in kaburgasından yaratılmış olduğu inancını, kadının fiziksel olarak erkeğe bağımlı ve erkeğe hayatı boyunca hizmet etme zorunluluğu olduğu şeklinde yorumlanmıştır (Yaratılış 2:18, 20; akt: Kaval, 2016). Tevrat'ta



“Tanrı bahçenin ortasındaki ağacın meyvesini yemeyin, ona dokunmayın, yoksa ölürsünüz dedi. Kadın ağacın güzel meyvesinin uygun ve bilgelik kazanmak için çekici olduğunu gördü. Meyveyi koparıp yedi. Yanındaki kocasına verdi, o da yedi.” (Yaradılış 3: 1-20). Bu inanış ilk kadın olan Havva’nın kocası Adem’i ayartarak elmayı yemesine neden olduğu için tüm kadınların suçlu olarak tanımlar ve bu inanca göre kadınlar bu suçunun cezasını ağırlı doğum yaparak ödeyecektir. Yahudi inancında kadının lanetli olarak tanımlanması ise kadının toplumsal yaşamdaki rollerinin çokluğuna, aile ve toplum içindeki değersiz algılanmasına yansımış ve kadın boşanma sürecinde ise meta olarak görülüp işlevsizleştirilmiştir.

Yahudi inancı boşanmaya izin verir ancak, boşanma istenilmeyen “iyi karşılanmayan” bir durum olarak tasvir edilir. Yahudi inancında kadının algısına bağlı olarak karı koca arasında anlaşmazlıklar olduğunda boşanma hakkı yalnızca erkeğe aittir. Erkek evlendiği kadından hoşlanmaz ya da onda utanılacak bir şey bulursa onu boşayabilir (Kaval, 2016).

Boşanma ile ilgili Yahudi mezhepleri, Rabbaniler ve Karailer arasında farklılıklar vardır. Rabbailler erkeğin boşanma isteğini caiz olarak görseler de hoş karşılamamışlar. Karailer ise, boşanmanın erkeğin isteğine dayandırılmasının yanı sıra kanuni bir mazeretinde gerekli olduğunu bildirmişlerdir (Doğan, 1996: 5).

Sonuç olarak Yahudiliğin her iki mezhebinde de boşanma erkeğin kadına ‘get’ (boşanma belgesi) belgesini vermesiyle gerçekleşmektedir. Erkek evlendiği kadında yakışsız bir şey bulursa ve ondan hoşlanmazsa get belgesini yazıp ona verir (Ullah, 2018: 17). Yahudi hukukunda get ya hakim karşısında yazılarak şahitler önünde imzalanır ya da taraflar bir araya gelmek istemezse kadın teslim aldığı get’i mahkemeye sunabilir. Yani erkeğin karısına get’i imzalayıp vermesi evliliğin filen bittiğini gösterir aksi takdirde get’e sahip olamayan kadın yeni bir evlilik yapamaz eğer yaparsa zina olarak kabul edilir (Ullah, 2018: 20). Özetle Yahudilikte kadının yaratılışıyla lanetli olarak tanımlanması aile içi konumuna ve boşanma biçimlerine de etki etmiştir. Yahudilikte değerli görülmeyen, erkeğe hizmet etmekle yükümlü olan kadının boşanmayı istemeye de hakkı yoktur.

## 2.2. Hıristiyanlıkta Boşanma

ISSN 2757-5519

SINCE 2015

Hıristiyanlıktaki kadın anlayışı da Yahudilikteki gibi kadın suçlu, lanetlidir ve erkeğe nazaran değersizdir. İlk günah konusunda kadın erkeği baştan çıkarttığı için tek sorumlu ve günahkâr görülür ve işlediği günahının kefaleti olarak erkeğe hizmet etmeli ve doğum yapmalıdır (Kaval, 2016: 309).

Hıristiyanlıkta, Yahudilikte olduğu gibi boşanmayı kocanın iradesine bırakmaz; çünkü Hıristiyanlıkta boşanmak yasaktır. Hıristiyanlığın kutsal kitabı İncil’e göre “ Allah’ın birleştirdiğini kul ayıramaz” emrinden dolayı evlilik manevi bir bağ olarak görülüp evliliğin ancak ölümle sonlandırılabilceği belirtilmiştir ( Dalgın, 1999: 21; akt: Ayhan 2018). Katolik Kilise Hukukunun katı ve egemen olduğu dönem de boşanma olanaksızdı ancak bu durumun tek istisnası evlilikte cinsel ilişkinin olmadığı durumlarda Papanın emri ile boşanmaya izin verilmekteydi.

15. yüzyıl’a kadar süren bu gelenekte Hıristiyanlığın Katolik mezhebinde boşanma kesinlikle haram kabul edilirken; Protestanlık mezhebin de boşanma ancak karı kocadan birinin zina etmesi veya karı kocadan birinin din değiştirmesi halinde mümkün görülmüştür (Ayhan, 2018, 2016). Protestan mezhebinin, Katolik mezhebi karşısında boşanmanın bazı

durumlarda geçerli olması isteği boşanmanın insanları daha büyük zararlardan koruyacağı yönündedir. 16. yüzyılda özellikle Protestan reform hareketleri, evlilik ve boşanma konularında çeşitli eleştiriler getirerek yeni tartışmalar oluşturmuşlardır. Protestan reform hareketinin lideri Martin Luther evliliğin Tanrı tarafından düzenlendiğini ve tüm kötülükler karşı korunması gerektiğini kabul eder ancak evlilik ve boşanmayı kontrol etme hakkının da sınırlandırılması gerektiğini öne sürmüştür (Arıkan, 1996: 18).

Protestan mezhebinde zina halinde boşanma Matta incilinde bulunmaktadır. Bu kaynağa göre Hz. İsa insanlara verdiği öğütte; “Kim zinadan farklı bir sebeple karısını boşarsa, karısını zaniye yapmış olur ve kim boşanmış bir kadınla evlenirse zina yapmış olur.” der (Es-Sabuni, 37; akt: Doğan, 1996: 4). Ayrıca Protestan mezhebi âlimlerine göre koca karısını uzun zaman terk ederse, eşler arasında ayrılmak caizdir. Onlara göre “karı kocadan ayrılmasın ancak ayrılırsa da kocasız kalmasın yahu kocasıyla barışsın ve koca karısını bırakmasın” ( Doğan, 1996:4). Protestan mezhebinde din değiştirme sebebiyle boşanma esası, Hıristiyanlık dinini değiştiren hükmen ölü kabul edildiği için Hıristiyanlık dininde kalan boşanmayı isteme hakkına sahip olur ( Doğan, 1999: 5).

Hıristiyanlığın Ortodoks mezhebi ise boşanma konusunda Protestanların kabul ettikleri sebepleri kabul etmişler ve bu mezhebin alimleri boşanmaya İncil’de geçmeyen başka sebeplerde eklemiştir. Onlara göre ayıplı hale gelmek, kötü yolda olmak, ağır hastalığa yakalanmak ve delilik durumları boşanmaya uygun durumlardır (Es- Sabuni, 41; akt: Ayhan, 2018: 6).

Endüstri Devrimiyle birlikte, evliliklerinde ciddi sorunları olan çiftler için yasal yoldan ayrılamayınca, çiftler yasal olmayan yollara başvurmaya başlamışlardır. Bu yöntemlerden en çarpıcı olanı “kendi kendine boşanma”dır, bu uygulamada koca karısını pazara götürüp satışa çıkarıyor ve karısının özelliklerini sıralayarak onu en yüksek fiyatı veren kişiye satıyordu. Bu uygulama ise kadının, kocasının malı olduğu görüşünü güçlendirmektedir (Day ve Hook, 1987; akt: Arıkan, 1996: 18). Sonuç olarak Hıristiyanlık inancında da Yahudi inancında olduğu gibi boşanma olgusu kadının olumsuz tanımlanması üzerinden şekillenmiş ve ataerkil bir anlayış olduğu görülmektedir.

ISSN 2757-5519

SINCE 2015

### 2.3. İslam İnanişında Boşanma

İslam dininde kadına ilişkin anlayış Yahudi ve Hıristiyan inanişından farklılaşmaktadır. İslam dininde ilk günah ile ilgili kadın suçlu bulunmamakta ‘şeytan’ın vesveselerinin Hz. Adem ve Hz. Havva’yı kandırmış ve onlara yasak elmayı yedirmiş’ şeklindedir (Araf, 7/20-2;akt: Kaval,2016). Kur’an-ı Kerim’ de Tevrat ve İncil’de görüldüğü gibi kadının günahkâr olduğuna dair ayet bulunmamaktadır. İslam dinin de kadın ile erkeğin manevi alanda eşit olduğunu gösteren ayet ise; “...Ben, erkek olsun kadın olsun içinizden, çalışan hiçbir kimsenin yaptığını boşa çıkarmayacağım. Onlar ki, hicret ettiler, yurtlarından çıkarıldılar, benim yolumda eziyete uğradılar, çarpıştılar ve öldürüldüler; and olsun, ben de onların kötülüklerini örteceğim ve onları altlarından ırmaklar akan cennetlere koyacağım. Bu mükâfat, Allah tarafındandır.” şeklindedir (Âl-i İmrân, 3/195; akt: Kaval, 2016: 310). İslam dininde erkeğin kadını koruyup kollayıcı rolü erkeğin üstünlüğü olarak algılanmış ancak, bu üstünlük fiziksel güç ve aile reisliği üzerinden koruyuculuk özelliğini ifade etmektedir. İslam dininde Yahudi ve Hıristiyan inancı aksine dini açıdan kadının aşağı görüldüğü bir anlayışa yer verilmemektedir. Ayrıca İslam dinin

de kadınların doğumundan ölümüne kadar olan hakları Kur'an-ı Kerim de belirtilmiştir (Kaval, 2016: 314).

İslam dininde boşanmaya ilişkin anlayış ise kadına ile ilgili anlayışa paralel biçimde gelişmiştir. İslam dinin de boşanma, Yahudi inancında olduğu gibi sadece erkeğin iradesine bırakılmamış ve boşanma Hristiyan inancının aksine yasak olmamıştır (Bakara, 2/229; Talak65/ 1-2). Ancak İslam dini boşanmadan ziyade evliliğin devamını tavsiye etmiş ve boşanmayı son çare olarak sunmuştur (Ayhan, 2018:7). İslâm Peygamberi Hz. Muhammed (sav) “Evleniniz, çoğalınız. Çünkü ben kıyamet günü sizin çokluğunuzla iftihar edeceğim.” şeklinde buyurmuş (Beyhaki, 7/81) ve bu görüş ile boşanmanın Allah'ın en sevmediği helal olarak nitelendirmiştir (Ebu Davud, Talak, 3).

İslam Hukuku'nda boşanma yetkisi, eşler, hakemler ve mahkeme arasında paylaşılmaktadır. İslam da koca boşama yetkisine “talak” hakkına sahip olmakla birlikte gerektiğinde bu yetkiyi karısına ve mahkemeye verebilmektedir. İslam Hukuku, Kur'an-ı Kerim'in ayetlerinden hareketle, “talak” hakkı, üç grupta ele alınmaktadır (Kaleli ve Yalçınkaya, 1987). Bunlar Talak-1 Rici (Geri Dönülebilen Boşanma), Talak-1 Bayin (Ayrırcı Boşanma) ve Talak-1 Selase (Üçlü Boşanma) şeklindedir. Talak-1 Rici (Geri Dönülebilen Boşanma), bu boşanma biçiminde koca isterse, kadının beklemek zorunda olduğu üç menstürasyon döneminde “tek taraflı olarak” boşanma kararından vazgeçebilmektedir. Kadının zorunlu olarak bekleme dönemi, doğabilecek çocukların nesebini belirleyebilmek için konulmuştur. Koca bu dönem içinde karısıyla cinsel ilişki kurarsa boşanmadan geri dönmüş demektir. Talak-1 Bayin (Ayrırcı Boşanma), koca, bekleme süresi içinde geri dönmemişse veya boşanırken “seni talak-1 bayin ile boşadım” şeklinde ayrırcı bir söz kullanmışsa boşandıktan sonra karısına kesinlikle geri dönemez. Talak-1 Selase (Üçlü Boşanma), bu boşanma biçiminde kocanın karısını üç kez ayrı ayrı boşaması veya boşanma iradesinin arka arkaya veya birlikte üç kere tekrarlanması ile evlilik sona ermektedir. Üç boşanmadan sonra eşlerin yeniden birbirleriyle evlenebilmeleri için kadının ‘iddet’ bekleme süresi bitiminden sonra başka biriyle evlenmesi ve bu evliliğin boşanma veya ölümle sona ermesi gerekmektedir. Bu durum da “hülle” olarak tanımlanmaktadır. Talâkı kullanma hakkı erkeğe verilmiş olsa da kadının bu haktan mahrum bırakılmasının nedeninin “yaratılıştaki heyecan ve zayıflıktan dolayı sık sık ve olur olmaz zamanlarda evliliği tehlikeye atabileceği endişesi” olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca kadına evlilik akdi kurulurken talak hakkı tanınmaktadır, buna “tefviz-i talâk” denilmektedir (Ekinci, 1991).

İslam Hukuku'nda boşanmanın dört neden olduğu belirtilmelidir. İkinci (1991)'ye göre bunlardan ilki eşlerden birinin ölmesidir. İkincisi eşlerin karşılıklı rızalarıyla ve çoğu zaman bir ivaz karşılığı ayrılımlarıdır. Üçüncü olarak da iktidarsızlık, cüzzam, baras ve akıl hastalıkları ile zührevi hastalıkların oluşması, kocanın nafakayı kesmesi veya gaipliği, pek fena muamele, şiddetli geçimsizlik, kadının zina sonucu bir çocuk doğurması halinde hâkim ayrılmaya karar verebilmektedir. Dördüncü ve en önemli neden ise talâktır. Sonuç olarak, İslam dininde boşanma, dinde kadın yaratılış anlayışından hareketle kadına birtakım haklar tanımaktadır. İslam dinin de kadının doğumundan ölümüne kadar ailesi ve eşi üstünde bir takım haklara sahiptir. Ayrıca kadın nikah esnasında isteyeceği ‘mehir’ ile evlilik ve boşanmanın ardından maddi haklara sahip olmaktadır. İslam dini boşanma sonrası hem erkeğin hem de kadının yeniden evlenmelerine ilişkin düzenlemeleri de içermektedir (Ateş, 2014: 55;Akt: Öz, 2019: 45).



### 3. TÜRK TOPLUM YAPISINDA GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE KADIN ALGISI VE HAKLARI ÜZERİNDEN DEĞİŞEN BOŞANMA OLGUSU

Türk toplum yapısının tarihsel sürecinde yaşanan dönemin özelliklerinden etkilenmiştir. Yaşanılan bu değişimlerden en çok ve en hızlı etkilenen kurum ise ailedir. Aile toplumun en temel kurumu olarak toplumda meydana gelen değişimlerden etkilendiği gibi ailenin içinde meydana gelen değişimler de toplumu etkilemektedir. Aile kurumu için de; kadın erkek rolleri, sorumluluk, paylaşım, çocuk eğitimi, gelecek algısı, çatışma ve uzlaşma gibi birçok kavram ve ilişki biçimi içermektedir. Toplumda meydana gelen siyasi, ekonomik, hukuki, eğitsel ve bilgi teknolojileri alanındaki gelişmeler ve bu gelişmelere bağlı değişimler temelde aile içindeki rol, sorumluluk ve statüyü etkilemiş ve bu değişimler beklenti ve istekleri etkileyerek boşanma olgusunu gündeme getirmiştir.

Boşanma geçmişten günümüze tüm toplumda ait olduğu inanç ve geleneklere göre varlığını sürdürmüş olan bir olgudur. Türk toplum yapısında ise Eski Türklerin aile yaşamına ilişkin olarak eşlerin cinsiyet ayrımı olmadan eşit haklara sahip oldukları belirtilmektedir. Kadınları hayatın hemen her alanında dahil oldukları; avlama, savaşıma, ata binme, ülke yönetme gibi sosyal, ekonomik ve siyasal hayata dahil oldukları bilinmektedir (Roux, 2013; akt: Açıl, 2016: 64). Ayrıca bu dönemde kadının miras, mülk edinme ve varislik gibi haklara sahip olduğu bilinmektedir. Boşanmaya ilişkin olarak Eski Türkler de kadın düzelmeyen bir ilişki içindeki evliliği sürdürmek zorunda değildi yani bu dönem de kadının da eşini boşama hakkı olduğu belirtilmiştir. Ayrıca boşanmada erkek kusurlu ise kadın maddi bir takım haklarını da alabilmekteydi (Açıl, 2016: 65).

Osmanlı döneminde boşanma, Osmanlı'da aile yapısı, evlenme biçimi, Osmanlı toplumunda kadının yeri ve kadın haklarının gelişimi konularıyla bütünsel bir biçimde ele alınacaktır. Osmanlı dönemi aile yapısı ataerkil bir yapıya sahiptir. Osmanlı döneminden önceki dönemdeki Türklerin aile yapısı ve bu alana ilişkin alışkanlıkları da İslamiyet'in kabulü ile birlikte çok fazla değişime uğramamıştır. İslamiyet'in öngördüğü aile yapısında aile reisinin erkektir ve aile üyelerinin birbirlerine karşı sorumlulukları açıkça belirlenmiştir (Özkerem ve Baş, 2016). Eski Türklerden kalan Dede Korkut Hikâyeleri incelendiğinde, aile yapılanma biçiminde çok eşliliğin yaygın olmadığı görülmektedir. Türklerin İslamiyet inancını kabul etmesiyle İslamiyet inancında bir erkek birden fazla kadınla evlenme hakkına sahip olunabilirken; Osmanlı toplumunda eski geleneğin sürdürüldüğü görülmektedir yani o dönemde Osmanlı toplumunun genelinde tek eşlilik görülmektedir (Aydın, 2015). Tuş'a göre (2007) yapılan araştırmalar o dönemin Osmanlı toplumunda dönemin Konya ilinde çok eşlilik yani çok kadınla evlilik oranı %10'un üstüne çıkmamıştır (Solak ve Uysal, 2011). İslamiyetin kabulünden sonra kadına ilişkin algı ise Eski Türk döneminden farklılaşmaktadır. Bu dönemde kadın 'mahrem' olarak algılanarak toplumsal hayattan uzaklaşması gerektiği düşünülmüştür. Kadının sosyal yaşantıda görünür olması ve mahremi olmayan bir erkekle iletişim kurması dahi uygun görülmemiştir (Şemşek, 2020: 197).

Osmanlı döneminde 1839 Tanzimat Fermanı ile aile yapısı ilk kez yasal zemine dayandırılmaya çalışılmıştır. Bu dönemde 1868 Mecelle aile kurumu ile ilgili hükümler ve gelişmeler Osmanlı toplumunda kadın haklarının oluşumunun zeminini oluşturmuştur. Bu dönemde alınan kararlarla kız çocuklarının eğitimine destek olunmuştur ve eğitimde cinsiyet

ayrımı gözetilmeden 1873 yılında ilk kez Kız Öğretmen Okulu açılmıştır. Tanzimat dönemindeki kadınların eğitim hayatına ilişkin bu gelişmeler bir sonraki dönemde kadın hareketlerinin zeminini oluşturmuştur (Aydın, 2015). Temelde kadın hayatı ve haklarına ilişkin bu gelişmeler Osmanlı dönemi boşanma biçimlerinin de değişimini sağlayacaktır.

II. Meşrutiyet dönemi ise Osmanlı toplumunda kadınların özgürlüğünün yeniden inşası şeklinde algılanmıştır. Bu dönemin öncesinde Tanzimat döneminde kadınlara verilen eğitim hakkıyla birlikte II. Meşrutiyetin ilanı ile kadın hakları etkinlik kazanmış ve bu dönemde kadın örgütlenmelerinde ve yayın organlarında artış gözlenmiştir. Ayrıca bu dönemde kadınlara ilk kez tarlada çalışma fetvası verilmiş ve bunun yanı sıra kadınlara çeşitli iş alanlarında, Pazarcılık, Bohçacılık, Madencilik, Çamaşırıcılık gibi alanlarda çalışma izni verilmiştir (Aydın, 2015). Bu gelişmeler yasal zeminde Osmanlı döneminde boşanma biçimlerinin de değişimini sağlamıştır.

Osmanlı döneminin ilk zamanlarında boşanma biçimleri dini zemine dayandırılıyordu ve bu dönemde boşanma üç şekilde gerçekleşiyordu. Bunlar; kocanın tek taraflı irade beyanıyla gerçekleşen 'Talâk', karı-kocanın karşılıklı anlaşarak boşanmaları olan 'Muhâla' ve kadının mahkemeye başvurarak hâkim kararı ile ayrılması olan 'Tefrîk'tir (Aktan, 1992: 410; akt: Solak ve Uysal, 2011). Osmanlı da İslam inancına dayalı Talak biçimleri ise bir önceki başlıkta ele alınmıştır. Ayrıca tek taraflı erkek iradesiyle evlenmeye son verme yetkisi evlilik esnasında kadının isteğiyle kadına da verilebiliyordu buna Tefviz-i Talak deniliyordu. Kocasından boşanılan kadınlara ise boşayan erkekler birtakım nafakalar ödemekteydi. Bunlar; boşanma sonrasında bırakılmış mehr (mehr-i mü'eccel), hukuken kadının tekrar evlenmesinin yasak olduğu bekleme süresi nafakası (iddet nafakası) ile oturacakları yerin nafakası (me'ûnet-i süknâ)dır. Eğer kocalar karılarına bu hakları vermeden boşarlarsa, kadınlar da bu haklarını almak için mahkemeye başvurmuşlardır (Solak ve Uysal, 2011).

II. Meşrutiyet'e kadar devam eden bu boşanma biçimleri bu dönemde değişime uğramaya başlamıştır. İlk kez 25 Ekim 1917' de Hukuk-i Aile Kararnamesi yürürlüğe konularak; Şer'iyeye Mahkemelerinin Kararları, Adliye Nezaretinin kontrolüne verilerek çok eşli evlilik, talak (boşanma) gibi ana hususlar kadınların lehine değiştirilmiştir. Hukuk-i Aile Kararnamesi ile kadınlara bazı haklar verilmeye başlanmıştır. Nişanlanmaya ilişkin yeni bir hukuki bakış açısı getirilmiştir. Evlilik yaş sınırı kadınlarda 17, erkeklerde 18 yaş değiştirilmiştir. Devlet evlilik ve boşanmadaki kesin rolünü ise kendi atamış olduğu memuru ve iki şahit olmadan resmi olarak evliliğin gerçekleşmeyeceğini beyan ederek göstermiştir. Çok eşli evlilikte ise kocanın ikinci evlilik yapabilmesinin şartı ilk evlendiği kadının rızasına bırakılmış ve boşanmayı gerektiren durumlar için de aile meclisi kurumu oluşturulmuştur (Aydın, 2015). Bu gelişme de gösteriyor ki, Osmanlı devletinin toplum yapısının en temel kurumu aile yaşanan siyasal ve hukuki değişimlerden etkilenmiştir. Özellikle II. Meşrutiyet dönemindeki kadın hareketleri o dönemdeki Aile Kararnamesi'nin oluşmasına etki ederek değişen dünya sisteminde kadınların haklarını koruyan yeni düzenlemelerinin zeminini oluşturmuştur.

Osmanlı devletinin son dönemindeki gelişmeler, II. Meşrutiyet dönemi gelişmeleri, Cumhuriyet döneminin düşünsel ve yasal değişim sisteminin zeminini oluşturmuştur. Bu

dönemde de boşanma olgusu ele alınırken, dönemin kadın ve aile hayatına ilişkin yasal gelişmelerinden hareket edilecektir.

Cumhuriyet döneminde M. Kemal Atatürk, Osmanlı dönemindeki ataerkil aile yapısını değiştirerek Türk kadının özgürleşmesini hedeflemektedir ve bu amacını şu sözlerle ifade etmiştir: *“Daha endişesiz ve korkusuzca, daha dürüst olarak yürüyeceğimiz yol vardır. Büyük Türk kadınına çalışmamızda ortak yapmak, hayatımızı onunla birlikte yürütmek, Türk kadınına ilmi, ahlaki, sosyal, ekonomik hayatta erkeğin ortağı, arkadaşı, yardımcısı ve koruyucusu yapmak yoludur.”* (Özkiraz ve Baş, 2016). Bu düşünceden hareketle 1922’ de yılında Ankara’da ilk kız lisesi açılmıştır ve ayrıca harf inkılabından sonra açılan millet mektepleri sayesinde özellikle bu dönemde nüfusun çoğunu oluşturan kadın nüfusu, bu kurumlarda eğitim alıp evden çıkarak toplumsal hayata ve çalışma hayatına da katılmışlardır (Göksel, 1993: 159). Bu gelişme elbette ki kadının evlenme yaşını ve aile hayatını biçimlendirme biçimi de etkilemiştir.

M. Kemal Atatürk 1923 yılında ifade ettiği şu sözlerle, *“şuna inanmak lazımdır ki dünya üzerinde gördüğümüz her şey kadının eseridir ve toplumun başarısızlığının asıl sebebi kadınlara karşı olan bilgisizlikten ileri gelir, bir toplumun bir organı faaliyette iken diğer organı işlemez ise o toplum felç olur.”* kadının toplumsal gelişmede ki önemine vurgu yapmaktadır. Atatürk 1924’ de yürürlüğe koyduğu Tevhid-i Tedrisat Yasası ile eğitimi merkezileştirmiş ve ayrıca bu yöntem ile Türk kızlarına ilkökul ile birlikte ortaokul, lise ve hatta yükseköğrenim görme imkanı tanımıştır (Doğramacı, 1993: 96-97; akt: Aydın, 2015). Ayrıca aynı yılda 1924 tarihli 469 sayılı “Şeri Mahkemelerinin İlgasına Dair Kanun” ile Şerr’i Hukuka dayalı kadınlara görevine son verilmiş ve Anayasal düzen ile boşanma davalarında kadının hakları da devlet güvencesi altına alınmıştır (Arıkan, 1996).

Cumhuriyet döneminde aile yapısını etkileyen en önemli yasal gelişme 1926 yılındaki Medeni Kanununun kabulüdür. Osmanlı döneminde İslam Hukukuna göre erkeğin tek taraflı iradesiyle, belirli bir sebep göstermeden ve karısının rızasını almadan boşanabilme hakkı bu kanun ile sona ermiştir. (Kaleli ve Yalçınkaya, 1987; akt: Arıkan 1996). Bu tarihten sonra Türkiye’de boşanmayla ilgili hükümler Medeni Kanun tarafından düzenlenmiştir. Bu kapsamda kanun ile medeni (resmi) nikah devletin güvencesi altına alınarak belli ve değişmez kanunlara bağlanmıştır, miras konusunda kadın ile erkek eşit değerlendirilmiştir, çok evlilik yasaklanmıştır, başlık parası kaldırılmıştır ve boşanma hakkı aynı zamanda kadına da verilmiştir (Aydın, 2015). Bu kanun Türk toplumunda kadının algısını değiştirip kadını erkeklerle eşit haklara kavuşturarak bu hakları yasal zeminle güvence altına alınmıştır.

Cumhuriyet döneminde 1930 yılında kadınlara yerel seçimlerde oy kullanma hakkı tanınmış, 1934 yılında ise bu hak genişletilerek kadınlara genel seçimlerde oy kullanma hakkı tanınmıştır. Bu dönemde kadınlara yasal zeminde tanınan bu haklarla kadınlar toplum içindeki konumu farklılaşmıştır. Böylelikle boşanma hukukundaki değişimler kadın algısını değiştirirken; önceki dönemdeki kadın algısının değişmesi ise boşanma hukuku üzerindeki değişimlere neden olmuştur.

Modern yaşamda ekonomik, siyasi, eğitim, hukuki ve üretim alanında gerçekleşen toplumsal değişim aile yapısındaki farklılaşmayı da beraberinde getirmiştir. Öncelikle üretim biçimine bağlı olarak aile içi roller ve statüler değişmiştir. Tarım toplumunun egemen ataerkil aile yapısı, endüstriyel topluma geçiş de eğitimin ve değişen üretim biçiminin etkisiyle kadın

çalışma hayatına dâhil olması daha eşitlik temelli aile yapısı beklenilmiştir. Endüstriyel toplumun üretim temelli ekonomi biçimi yaşam alanlarının köyden kente geçmesine neden olmuştur. Özellikle kente göç ile birlikte aile yapılarında geleneksel geniş aileden çekirdek aileye doğru değişim gözlenmiştir. Aile yapısındaki bu değişim ise temelde ailenin üye sayısının azalmasına, üyelerin fonksiyonlarının farklılaşmasına, üyelerin birbirinden bağımsız üretim ve gelişim alanlarını bulmasına neden olmuştur.

Modern yaşamdaki ailenin yapısındaki ve işlevindeki değişim temel olarak kadın ve erkeğin statüsü ve rollerin de değişime neden olmuştur yani önceki dönemin rol farklılaşmasının yerini eşlerin rollerinin paylaşıldığı bir yapıya geçilmiştir ve bu yapı içerisinde erkeğin mutfakta ve çocukların bakımı konusunda eşine yardım eden; kadın ise iş hayatına dahil olarak ailesine gelir getiren ve ev içi rollerini eşile paylaşmayı hedefleyen davranış biçimleri geliştirmiştir (Bayer, 2013). Aile içerisinde bu eşitlik durumu sağlanmadığı durumlarda aile içi iletişim problemleri yaşanmakta ayrıca modern dönemin evlilik tanımlamalarının duygusal temelli ihtiyaçlara bağlı olması kadının erkeğe sadece ekonomi temelli bağlı kalmasının ortadan kalkması, kadının rol paylaşımı ve sevgi, değer temelli ilişki beklentisinin karşılanmadığı durumlarda kadın modern dönem eğitsel, ekonomi ve hukuki alandaki haklarının da etkisiyle boşanmayı talep edebilmektedir. Günümüz bilgi toplumunun da ise endüstriyel topluma benzer biçimde benzer nedenlerle boşanmalar artmakta ve tek ebeveynli aile yapılarında artış gözlenmektedir.

Modern dönemin getirdiği koşulların aile yaşamına etkisi günümüz Türkiye’inde de kendini göstermiştir. Günümüz Türkiye’inde aile yapısındaki değişimlerin temeli, modern toplumlarda da görüldüğü gibi, 1950’lerde endüstriyel üretimin artması ve tarım üretiminin teknolojik aletlerle yapılmasıyla birlikte kırdan kente geçişe dayanmaktadır. Aynı zamanda Cumhuriyet döneminin getirdiği kadına verilen birtakım hak ve hürriyetler kadının aile yaşantısındaki statü ve rollerinin değişmesini sağlamıştır ve bu değişim aile yapısında büyük değişimler yaşanmasına neden olmuştur (Dedeoğlu, 2000: 154; akt: Eroğlu, 2018: 47).

II. Meşrutiyet döneminde kadın eğitimi ve haklarına yönelik düşünce zemini Cumhuriyet’in ilanı ile kadın haklarının devlet güvencesine alınması şeklinde kendini göstermiştir. Cumhuriyet döneminde 743 sayılı 1926 Medeni Kanunun kabulü sonrasında, hukuki alanda boşanmaya ilişkin yasal gelişme 1988 yılında 3444 sayılı Kanunla boşanmaya ilişkin yenilikler ilave edilmiştir. Bu yenilik boşanmaya dair anlaşmalı boşanma sistemi ve eşlerin fiilen ayrı yaşama süresinin boşanmaya ilişkin hukuki düzenlemeleridir (Oktay Özdemir, 2015: 30). 1998’de ise 4721 Sayılı kanun ile Medeni Kanunu da yapılan değişiklikler ile şeklinde kendini göstermiştir. Bu kanun 18.12.1979 tarihinde Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen “ Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Uluslararası Sözleşme’ sine “ uygundur. 4721 Sayılı Kanuna 03. 10. 2001 tarihin de birtakım düzenlemeler getirilmiştir (Doğan, 2003). Medeni kanun genel olarak nişanlılık sürecinden, evlilik yaşına, boşanma ve ayrılık durumundan nafaka ve mal paylaşımına kadar aile hukukuna ilişkin düzenlemeleri eşitlik ilkesinde kadın ayrımcılığına karşı bir biçimde ele almıştır. Kanun nişanlılık sürecinin sonlanması sonucu eşit haklara sahip olunmasını temel almıştır.



Medeni Kanun da evliliğin genel hükümleri başlığında ise evlilik birliğinin temsilinin beraberce yönetilmesine yönelik ortak kararlar alınması ilkesinden hareketle, oturulacak konutun beraber seçilmesi, evlilik birliğinin giderlerine katılma ve üçüncü kişilere karşı sorumluluk gibi kadın erkek eşitliğini sağlamaya yönelik hükümler yer almaktadır.

Medeni Kanun da boşanmaya ilişkin düzenlemeler ise, 2001 yılında yapılan değişiklik ile kanunda boşanmaya ilişkin özel boşanma sebeplerinde düzenleme gerçekleşmiştir. Özel boşanma sebeplerinden hayata kast, zina, ve pek kötü davranışın yanı sıra onur kırıcı davranış olarak yeni bir sebep eklenmiştir (Başpınar ,2003). Böylelikle yeni düzenle ile evliliğin genel sebebi “evlilik birliğinin sarsılması” olarak ifade edilirken; genel sebepleri “hayata kast, zina, ve pek kötü veya onur kırıcı davranış, suç işleme, terk (altı aya çıkarılmış), haysiyetsiz yaşam sürme ve akıl hastalığı” şeklinde sıralanmıştır. Ayrıca eşler arası karşılıklı anlaşma sonucu anlaşmalı boşanma davası gerçekleşebilmektedir (Özgiraz ve Baş, 2016).

Medeni Kanun da nafaka ve tazminata ilişkin olarak boşanmadan dolayı zedelenen kusursuz tarafa kusurlu taraf uygun bir maddi tazminat ve nafaka ödeyebilmektedir. Boşanma yüzünden yoksulluğa düşürülen taraf diğer taraftan mali gücü oranında süresiz olarak nafaka isteyebilir (Madde 175; akt: Özgiraz ve Baş, 2016). Aslında kanun bu maddesinde de kadın erkek eşitliğinden bahsedilmiş olsa da, bu nafaka sisteminden en çok yararlanacak olan kadın olduğu gerekçesiyle bazı kesimler tarafından bu maddenin kadına yönelik pozitif ayrımcılık sağladığı ve nafakanın sürekli olmasının erkeği ekonomik zorluğa soktuğu gerekçesiyle eleştirilmiştir.

Medeni Kanun da genel olarak evlilik birliğinin getirmiş olduğu birçok hak koruma altına alınmıştır. Bunlar genel olarak, eşlerin barınması, geçimi, eşlerin mallarının yönetimi, çocukların bakımı ve korunmasına yönelik önlemleri alır (Özgiraz ve Baş, 2016). Türk Medeni Kanununun 4721 sayılı kanunu 1998 yılında kabul edilip sırasıyla 2001 ve 2005 yılların da bazı değişikliklere uğramış olsana yasanın ve yapılan değişikliklerin temel amacı boşanma sürecinde ve sonrasında kadın ve erkeğin haklarını eşit bir şekilde korumak ve bu süreçte kadının ayrımcılığını önlemek olmuştur.

Genel olarak Cumhuriyet döneminden sonra günümüz Türkiye’inde kadın algısı ve hakları doğrultusunda boşanma olgusunu incelediğimizde, 1926’dan günümüze kadın erkek eşitliği temelinde yapılan kanuni düzenlemeler eski dönemlere oranla boşanma sayısının artmasında etken olduğu kabul edilebilir; ancak burada tartışılması gereken kadınların haklarının erkeklerle eşitlenmesi ve boşanma hukukunda kadınların birtakım haklara sahip olmasının- şiddete uğradığın da korunmasının- boşanmaya neden olduğu değil; boşanmaya neden olan sebeplerin önlenmesi ve düzenlenmesi konusudur. Bu doğrultuda Türkiye de boşanmaya ilişkin istatistikleri ele alacak olursak;

Türkiye’de nüfus 1930’dan 1989’a kadar yaklaşık 4 kat artarken, boşanma oranları ise yaklaşık 12 kat artmıştır. Doğan’ a göre “boşanma sayısını 1930’da 100 olarak kabul edersek, 1942’ de 243.1, 1956’da 526.8, 1979’da 683.6, 1987’de 860.6 ve 1989’da 1193 olduğu hesaplanmaktadır”. Boşanmaya ilişkin veriler 1980’lerden sonra hızlı bir biçimde artış göstermektedir, Tor(1993)’e göre bu durum 1988 yılında yürürlüğe giren 3444 sayılı kanunun boşanmaya ilişkin kolaylaştırıcı etkisinden kaynaklanmaktadır. Türkiye’de boşanmanın

nedenlerine ilişkin 1932 ile 1942 yılları arasındaki istatistikî veriler; %60'ı geçimsizlik, %21,1'i zina, %8,7'si terk, %0,5'i ruh hastalıkları ve % 9.6'sı ise diğer boşanma nedeni şeklinde sıralanmıştır. 1942 ile 1956 yılları arasındaki boşanma nedenlerinin istatistikî verileri; %60.9 geçimsizlik, %24.6 zina, %9.2 terk, %0.3 akıl hastalığı ve % 5 'i ise diğer boşanma nedenleri olarak belirtilmiştir. 1990 yılı boşanma nedeni istatistikî verileri ise; % 91.9 geçimsizlik, % 3.4 terk, % 1.3 zina ve %3.1'i ise diğer nedenler olarak belirtilmiştir (Tor, 1993). Boşanma nedenleri açısından istatistikî veriler ele alındığında 1932-1942 ve 1942-1956 yılları arasındaki boşanma oranları benzerlik gösterirken; 1990 yılında boşanma nedenlerine ilişkin geçimsizlik nedeni %91 oranı ile artış göstermiştir.

Boşanma oranı 1998 yılında yürürlüğe giren 4721 Sayılı kanundan sonra ise; 2001 yılından 2021 yılına kadar Türkiye genelinde gerçekleşen boşanma sayıları Türkiye İstatistik Kurumunun verilerine göre ;

**Tablo 1: 2001-2021 Yılları Arasında Türkiye’de Boşanma Sayıları**

Yıllar	Boşanmalar	Yıllar	Boşanmalar	Yıllar	Boşanmalar
2001	91.994	2008	99.663	2015	131.830
2002	95.323	2009	114.162	2016	126.164
2003	92.673	2010	118.568	2017	128.411
2004	91.022	2011	120.117	2018	143.573
2005	95.894	2012	123.325	2019	156.587
2006	93.487	2013	123.305	2020	136.570
2007	94.219	2014	130.913	2021	174.085

**Kaynak: TÜİK 2021 Evlenme ve Boşanma İstatistikleri**

TÜİK verilerine göre Türkiye’de yıllara göre boşanma sayıları ele alındığında; 2001 yılından 2021 yılına kadar boşanma sayısı bir sonraki yıla göre yaklaşık % 9 artış gösterirken; 2020 yılından 2021 yılına kadar yaklaşık % 27 oran ile en yüksek artışın görülmesi ise salgın dönemi ile açıklanabilir. Salgın dönemdeki belirsizlik ve eve kapanmalar boşanmaya ilişkin kararları geciktirebileceği gibi tam kapanma ile adliyelerin kapalı olması da boşanma oranının 2020 yılında bir önceki yıla göre daha düşük ve 2021 bir sonraki yılda ise en yüksek oranda ve sayıda görülmesine neden olduğu düşünülmektedir.

TÜİK’in 2021 yılına ilişkin cinsiyete göre boşanma nedenleri istatistikleri ele alındığında ilk üç boşanma nedenini erkekler % 41.2 ile “sorumsuz ve ilgisiz davranma” ,% 11.0 “aile büyüklerinin aile içi ilişkilere karışması”, % 9.7 ise “ evin ekonomik olarak geçimini sağlayamama” olarak belirtilirken; kadınlar ise %24.2 “sorumsuz ve ilgisiz davranma”, %19.3 “aldatma”, % 14.6 ise “ dayak ve kötü muamele” olarak belirtilmiştir. Boşanma nedenine ilişkin istatistikî veride erkeğin boşanma nedenleri “sorumsuz ve ilgisiz davranma” nedeni dışında ikinci ve üçüncü sıradaki geçerli nedeni doğrudan kadının neden olduğu süreçleri yansıtmazken; kadının boşanmaya ilişkin birinci, ikinci ve üçüncü nedeni doğrudan erkek yani

eşi tarafından maruz kaldığı aldatma ve şiddet durumunu içermektedir. Bu doğrultuda kadın doğrudan erkek tarafından maruz kaldığı durumlar karşısında boşanmaya karar vermektedir. Tor (1993)'un yaklaşık otuz yıl önceki çalışmasında da kadının boşanma nedenleri; kocasının içkisi kumarı, kocasının dövmesi ve kıskançlığı ve geçim sıkıntısı olarak sıralanmakta bu sonuçlar bugünün boşanmış kadınları ile benzer sebepleri işaret etmektedir. Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı (2022) adlı çalışma da ise “Şiddet ve Boşanma” başlığı altında kadının toplumda yaşadığı en büyük sorunun şiddet olarak belirtilirken; araştırmada % 77 oranla aile içi şiddetin boşanma için geçerli bir neden olduğu da belirtilmektedir.

TÜİK’in “2021 yılı Evlenme ve Boşanma İstatistikleri” başlıklı çalışmasında kaba boşanma hızının yüksek olduğu iller sırasıyla İzmir, Antalya, Uşak ve düşük olduğu iller ise Siirt, Hakkâri ve Şırnak olarak belirtilmiştir. Bu sonuç Türkiye’nin doğu illerine doğru kadının eğitim, çalışma ve toplumsal yaşama katılma oranının azalmasıyla boşanmanın oranının da azaldığı yönünde bir analizi ifade etmektedir. Yörükoğlu (2000)’nin de belirttiği üzere kentleşme hızı ile ilişkili olarak boşanmalarda artmakta ve kırsal kesimlerde boşanmalar daha azdır, bunun nedenini ise kırsal kesimde kadının ekonomik özgürlüğü olmamasına bağlamaktadır. Bu durumda kadın algısı ile boşanma olgusu arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

Boşanmaya ilişkin istatistikî bilgiler; boşanma sayısı, boşanma nedenleri ve boşanma oranının illere göre dağılımı Türkiye’de son 27 yılda boşanma oranlarının arttığını gösterirken, boşanmaya ilişkin nedenlerin benzer şekilde devam ettiğini gösterir niteliktedir özellikle boşanma nedenlerinden kadına yönelik şiddet sorunu ise dikkat çekmektedir. Kadın algısı ile boşanma arasındaki ilişkiyi gösteren bir diğer sonuç ise kırsal kesimlerde kadının sosyo ekonomik durumu ile bağlantılı olarak boşanma oranının azalmış olmasıdır. Modern dönemde düşünce sistemlerinin değişiminin toplumsal, ekonomik ve siyasal yaşamı etkilemesiyle kadının eğitim düzeyinin artması, kadınların artan oranlarda çalışma yaşamına atılması gibi etmenler kadın erkek arasındaki rollerin farklılaştığını ve çeşitlendiğini göstermektedir. Ayrıca kent yaşamı içerisinde küçük yaşam alanlarına göre sosyal kontrolün azaldığı, eşlerin evlilik ilişkisini sürdürmeye ilişkin geleneksel baskıların zayıfladığı ve böylece boşanmaların arttığı da iddia edilmektedir (Arıkan, 1996).

#### 4. SONUÇ

Boşanma olgusu insanlık tarihi kadar eski olmakla birlikte, geçmişten günümüze toplumlarda boşanmanın gerçekleşme biçimleri dinlere ve geleneklere göre farklılaşmaktadır. Bu çalışmada ilahi dinlerin kadının yaratılışı ve kadın algısı üzerinden değişen boşanma olgusu ele alındı ve toplumsal değişimin etkisiyle aklın temel alınmaya başladığı toplumlarda boşanmaya ilişkin yasakların kalktığı ve belli sebeplere bağlandığı ve kadının toplumsal yaşamdaki yerinin değişimiyle kadının bir takım haklar kazanarak boşanmaya ilişkin hak edindiğini görülmüştür.

Tarihsel süreçte boşanma olgusuna yönelik bu değişimlerden Türk toplumunun aile yapısı ve boşanma olgusu da etkilenmiştir. Türk toplum yapısının geleneksel dönemin de Eski Türklerin inanç ve geleneklerine göre biçimlenen aile yapısı ve boşanma biçimi görülürken; İslamiyet’in kabulü ile birlikte Osmanlı devletinde görülen aile yapısı ve buna bağlı boşanma biçimlerinde İslam dinin kuralları uygulanmaya başlanmıştır. Eski Türklerde ve İslam dininde

kadına ilişkin algılayış eleştirel ve suçlayıcı olmadığından kadının aile yaşamında etkin olduğu ve boşanmaya ilişkin ise birtakım hakları olduğu görülmektedir.

Cumhuriyet döneminde ise özellikle Osmanlı devletinin son dönemindeki aydınlanmaya ilişkin algı değişimi ile kadının toplumsal yaşamdaki yeri ve rollerinin değişimiyle kadına ilişkin birtakım haklar verilmiştir. Kadının birtakım haklara sahip olması eğitim ve iş hayatında görünür olmaya başlamasıyla aile içi rolleri ve statüsü de değişmeye başlamıştır. Boşanmaya ilişkin ise modernleşmenin de etkisiyle kadının da boşanma hakkı olduğuna ilişkin kanun kabul edilmiştir.

Modern döneme gelindiğinde ise, aklın ve üretim biçimlerinin değişimiyle kırdan kente göç ve özellikle kadının iş hayatına katılımıyla birlikte aile yapısında, aile üyelerinin rol ve statülerinde değişim meydana gelmiştir. Kadının iş hayatına katılımı ev içi rollerin de erkek ile paylaşımına girmesini gerekli kılmaktadır. Bu anlayıştan hareketle gerekli rol paylaşımının sağlanmadığı, sevgi ve güven temelli ilişki biçimlerinin gerçekleşmediği durumlarda çoğunlukla kadın talepli boşanmaların arttığı görülmektedir. Modern dönemdeki Türk Medeni Kanununun da kadın erkek eşitliğini gözeten değişimleri, boşanma sonrası kadının mağdur edilmemesine yönelik hükümleri ise kadın için evliliğin çıkmazlar içinde kalınan bir tutsak olma anlayışını değiştirmiştir. Boşanmalar da kadın duygusal, psikolojik ve maddi ihtiyaçları karşılanmadığında özellikle de kendi yaşamını idame ettirecek bir maddi güce de sahipse yasal haklarından yararlanarak boşanmayı talep edebilmektedir. Temel de Türk toplum yapısında kadın algısı Eski Türklerden beri eleştirel ve sorunsal görünmemekle birlikte kadınların boşanmaya ilişkin yasal hakları modernleşmeyle birlikte kazandırılmaya başlanmıştır. Toplumsal yaşamın değişimi buna bağlı aile yapısının değişimiyle ve yasal zeminde boşanmanın kolaylaşmasıyla gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türk toplumun da boşanma oranlarını artırmıştır.

Sonuç olarak boşanma olgusu tek başına sorunsal bir olgu olarak görülmemeli çünkü geçmişten günümüze boşanma hakkı tanınmayan kadınlar evlilik içindeki çözümlenmeyen durumlar karşısında boyun eğmenin yanı sıra, psikolojik ve fiziksel şiddete maruz kaldıkları durumlarda sağlıksız bir aile yapısı içerisinde yaşantısını sürdürerek acı çekmektedirler. Ayrıca bu koşullar altında büyüyen çocuklar psikolojik olarak olumsuz etkilenip aileye ilişkin algılamaları sorunsal olarak gelecekteki aile yaşantısında bu yanlış algıyı devam ettirme riski taşımaktadırlar. Böylelikle boşanma bir sorun olarak yaklaşmaktan ziyade boşanmayı bir sonuç olarak görülüp asıl boşanmaya neden olan süreçlerin çözümlenmesi gerekmektedir. Böylelikle gerek evlilik öncesinde kişilerin kendilerini tanımalarına ilişkin ve beklentilerini oluşturmalarına yönelik alınan eğitimler gerekse aile içindeki iletişim bozukluğu, rol çatışması, sorumlulukların paylaşılmaması, ortak etkin zaman geçirilmemesi gibi sorunların çözümüne ilişkin aile üyelerinin danışmanlık hizmetinden yararlanmaları sağlıklı aile yapılarının oluşmasını ve sürdürülmesini sağlayacaktır.



## KAYNAKLAR

- Abalı, S., *Boşanmak İçin Başvuran Kadınların Evlilikteki Cinsel Yaşamlarını Boşanma Nedeni Olarak Görme Durumları*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul,2006.
- Açıl, O., *İlk Türk Devletlerinde Kadın Algısı ve Kadın Hakları*, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,3:63-72, Rize, 2016.
- Aktan, H., *İslâm Aile Hukuku, Sosyo-Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi*, BAAK, C. 2, Ankara, 1992.
- Ateş, A., *Kuran'da Huzur ve Sükûn Eş-Gece-Ev*, Çıra Yayınları, İstanbul,2014.
- Arıkan, Ç., *Halkın Boşanmaya İlişkin Tutumları*, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, Ankara, 1996.
- Aydın, H., *Meşrutiyet'ten Cumhuriyet'e Türkiye'de Kadın*, Araştırma Makalesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, Ağrı, 2015.
- Ayhan, S., *Sebepler ve Sonuçlarıyla Türkiye'de Boşanma*, Strateji Düşünce ve Analiz Merkezi, Ekim,2018.
- Başpınar, Y.D. (2003). Türk Medeni Kanunu İle Aile Hukukunda Yapılan değişiklikler ve Bu Konuda Bazı Önerilerimiz. Dergi Park,79-101. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/auhfd/issue/42660/514402> (Erişim tarihi 29.07.2022).
- Bayer, A., *Değişen Toplumsal Yapıda Aile*, Şırnak Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi, 4. Cilt, Sayı: 8, Şırnak, 2013.
- Çelebi, N., *Kadınlarımızın Cinsiyet Rolü Tutumları*. Sebat Ofset, Konya,1990.
- Dalgın, N., *İslâm Hukukunda Boşanma Yetkisi*, Etüt Yayınları,Samsun, 1999.
- Dedeoğlu, S., *Toplumsal Cinsiyet Rollerini Açısından Türkiye'de Kadının Emeği*, Toplum ve Bilim Dergisi, Sayı 86, 2000.
- Demir, N. Ö. (1999). II. Meşrutiyet Dönemi Osmanlı Feminizmi. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 16(2), 107-115. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/huefd/issue/41186/497461> (Erişim tarihi:04.08.2022).
- Doğan, Y., *Hazreti Peygamber Döneminde Boşanma*, Yüksek Lisans Tezi,Uludağ Üniversitesi, Bursa, 1996.
- Doğan, C. (2003). Türkiye'de Boşanma Sorununun Sosyolojik ve İstatistikî Açısından Değerlendirilmesi, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusoskon/issue/9525/119014> (Erişim tarihi:02.08.2022).
- Doğramacı, E., *Atatürk'ten Günümüze Sosyal Değişmede Türk Kadını*. Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara,1993.
- Ekinci,E.B.,*İslam Hukukunda Boşanma (Talak)*, Türk Aile Ansiklopedisi, AAK Yayınları,Ankara, 1991.

Eroğlu, R., *Boşanmış Kadınların Kent Deneyimi: Aksaray İli Örneği*, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. Konya, 2018.

Göcen, G.(2019). Geçmişten Günümüze Kadın Tasavvurunun İnançla Birlikte Seyri: Freud, Jung ve Fromm'un Kadına Dair İzdüşümleri,Cumhuriyet İlahiyat Dergisi,23(3), Kasım. [https://www.researchgate.net/publication/337964347\\_Gecmisten\\_Gunumuze\\_Kadin\\_Tasavvurunun\\_Inancla\\_Birlikte\\_Seyri\\_Freud\\_Jung\\_ve\\_Fromm'un\\_Kadina\\_Dair\\_Izduzumleri](https://www.researchgate.net/publication/337964347_Gecmisten_Gunumuze_Kadin_Tasavvurunun_Inancla_Birlikte_Seyri_Freud_Jung_ve_Fromm'un_Kadina_Dair_Izduzumleri) (Erişim tarihi: 04.08.2022).

Göksel, B. (1993). Çağlar Boyunca Türk Kadını,Atatürk Araştırma Merkezi, <https://www.atam.gov.tr/wp-content/uploads/Burhan-G%c3%96KSEL-%c3%87a%c4%9flar-Boyunca-T%c3%bcrk-Kad%c4%b1n%c4%b1-ve-Atat%c3%bcrk.pdf> (Erişim tarihi.07.08.2022).

Karakaya,H., Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Boşanma,Boşanma Süreci ve Kadın:Elazığ Örneği, IV. Toplumsal Cinsiyet Adaleti:Boşanma Kongresi, 8 Mart 2018.

Kaleli, Ş., Yalçınkaya, N., *Boşanma Hukuku*, THK Matbaası, Ankara, 1987.

Kaval, M. (2016). İlahi Dinlerde Kadın'ın Kıymet Problemi, Akademik Bakış Açısı Dergisi, Sayı: 55 Mayıs - Haziran 2016 Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat – Kırgızistan. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/383350> (Erişim tarihi: 02.08.2022).

Oğurtan S.G., *Boşandım Diyemedim: Boşanmanın Aile ve Toplum Üzerine Etkileri*. Konya. Çizgi Yayınevi, 2011.

Öz, N., *Ailenin Çözülmesi Süreci Olarak Boşanma Olgusu ve Din: Sosyolojik Bir Yaklaşım (Kilis İl Örneği)*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Adana, 2019.

Özdemir Oktay, S., (2015) Türk Hukukunda Boşanma Sisteminde Revizyon İhtiyacı, Public and Private International Law Bulletin, Volume: 35, Issue: 1, 29-46. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/410998>( Erişim tarihi: 05.08.2022).

Özkiraz, A. ve Baş, G. (2016). Osmanlıdan Günümüze Türk Toplumunda Aile Yapısı ve Boşanma, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Kamu Yönetimi Bölümü, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 18 (30). 87-95. www.kmu.edu.tr.(Erişim tarihi:01.08.2022).

Taylan, H., Türkiye'de Köy Ailesinde Aile İçi İlişkiler, Selçuk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Dergisi, Sayı: 22, Yıl 2009.

Turgut, M., *Türkiye'de Aile Değerleri Araştırması*.Manas Medya Yayıncılık, Ankara, 2010.

Tuş, M, *Sosyal ve Kültürel Açından Konya*, Konya 2007.

Tor, H. (1993).Boşanma ve Boşanmış Kadınları Psiko-Sosyal, Ekonomik Durumları, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/296682> (Erişim tarihi: 05.08.2022).

TÜİK, 2021. Evlenme ve Boşanma İstatistikleri <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2021-> (Erişim tarihi: 28.07.2022).

TÜİK,2021. Türk Aile Yapısı Araştırması, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turkiye-Aile-Yapisi-Arastirmasi-2021-45813> (Erişim tarihi: 28.07.2022).33

Türkiye’de Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Algısı Araştırması 2022, <https://gender.khas.edu.tr/sites/gender.khas.edu.tr/files/inline-files/TTCKAA2022-5.pdf> (Erişim tarihi: 05.08.2022).

Türk Medeni Kanunu Mevzuatı 4721 Sayılı. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4721.pdf> (Erişim Tarihi: 03.08.2022).

Uğur, B.S., Günümüzde Kadının Boşanma Deneyimleri: Akademisyen Kadınları Üzerine Bir Çalışma. *Mediterranean Journal of Humanities*. 4(2). 293-326,2014.

Ullah, N., *Yahudi Hukukunda Boşanma ve Aguna Problemi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul,2018.

Ünal, A., *Sosyal Bir Olgu Olarak Boşanmanın Nedenleri ve Sonuçları*. Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas,2016.

Sucu, İ., *Boşanmış Kadınların Boşanma Nedenleri ve Boşanma Sonrası Toplumsal Kabulleri (Sakarya İli Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya,2007.

Solak, İ. ve Uysal, Z., *Osmanlı Toplumunda Kadın ( Konya Örneği 1670-1680)*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya,2011.

Şemşek, V. (2020).Osmanlı Döneminde Kadının Yeri Üzerine, IV. Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Berlin Konferansı, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijshs/issue/59252/853215> (Erişim tarihi: 04.08.2022).

Yörükoğlu. A., *Değişen Toplumda Aile ve Çocuk*, Özgür Yayınları, İstanbul, 2000.

## YARATICI DRAMANIN MATEMATİĞE YÖNELİK ÖZ-YETERLİK ALGISINA ETKİSİ

Prof. Dr. Nesrin ÖZSOY<sup>1</sup>, Tuğba Nur KOPAR<sup>2</sup>, Necati ONAY<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 0000-0002-1995-4010

<sup>2</sup> Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 0000-0002-8289-855X

<sup>3</sup> Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 0000-0002-7316-3690

### ÖZET

Bu çalışmanın amacı yaratıcı drama yönteminin ilköğretim 5. sınıf öğrencilerinin matematiğe karşı öz-yeterlik algılarına etkisini araştırmaktır. Çalışma gerçekleştirilirken tek grup ön-test son-test deneysel desen kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini Aydın ilindeki bir ilköğretim okulunda öğrenim gören 20 adet 5. sınıf düzeyindeki öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algılarını ortaya çıkarmak amacıyla Umay'ın (2002) oluşturduğu "Matematiğe Karşı Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği" kullanılmıştır. Uygulama sonucunda yaratıcı drama yönteminin öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algıları üzerindeki etkisini tespit etmek için Wilcoxon İşaretili Sıralar testi kullanılmıştır. Öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algısı öntest puanlarının cinsiyetlerine göre manidar bir farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t testi ile bakılırken, son-test puanlarının cinsiyetlerine göre manidar şekilde farklılaşp farklılaşmadığı ise Mann Whitney U Testi ile test edilmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda yaratıcı drama yöntemiyle öğretimin öğrencilerin matematiğe karşı öz-yeterlilik algıları üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca yaratıcı drama etkinlikleri sonucunda yapılan son-test puanlarının cinsiyete göre farklılık gösterdiği, kız öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algısının erkek öğrencilere göre daha fazla arttığı bulgusuna da ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** matematik eğitimi, öz-yeterlilik algısı, yaratıcı drama yöntemi

### 1. GİRİŞ

Günlük yaşamdaki sorunların çözülmesine yardımcı olan önemli araçlardan biri olan matematik, içerisinde soyut kavramları barındırır (Baykul, 2020). Matematikteki bu soyut kavramların öğrenciler tarafından algılanması öğrencilere zor gelebilmektedir. Bu zorluğun giderilebilmesi veya azaltılabilmesi için soyut kavramların somutlaştırılmasına imkân veren öğretim materyalleri kullanılabilmesi gibi aktif öğretim yöntemleri de kullanılabilir (Gedik ve Aytaç, 2017). Baykul (2020) tüm öğrencilerin zihinsel bir problemi olmadığı sürece matematik içindeki bu soyut kavramları kazanabileceğini, bunun için öğrencilerin öğrenim sürecinde kavramlarla ve problemlerle mücadele etmesi ve öğretim sürecine aktif olarak katılması

gerektiğini ifade etmiştir. Matematik Dersi Öğretim Programı'nda (2018)' matematik derslerinin zevkli ve işlevsel olması , öğrencilerin aktif rol alacağı yöntem ve tekniklere yer verilmesi gerektiği belirtilmiştir (MEB, 2018).

Yapılandırmacı anlayışı temel alan günümüz matematik öğretim programlarının da belirttiği gibi öğrenci merkezli etkinliklere dayalı bir matematik öğretiminin gerçekleştirilmesinde kullanılan aktif öğrenme yöntemlerinden birisi de yaratıcı dramadır (Özsoy, 2010). Matematik öğretim sürecinde öğrencilerin aktif olduğu yöntemlere yer verilerek etkili öğrenmenin gerçekleştirilmesi gerektiğini söyleyen Gedik ve Aytaç (2017) yaratıcı dramanın öğrencilerin öğrenmelerini kendi tecrübeleri neticesinde oluşturmaya olanak veren aktif öğrenme yöntemlerinden biri olduğunu ifade eder. İnci San'a göre (2002) yaratıcı drama, tiyatro veya dramanın tekniklerinden faydalanarak grupça oyunlar tasarlanması, eski bilişsel örüntülerin incelenmesi ve bunların oyun sürecinde anlamlandırılması, canlandırılmasıdır. Adıgüzel (2010) yaratıcı dramayı, bir grubun veya gruptaki kişilerin kendi yaşantılarından hareketle ulaşılması gereken hedefe doğaçlama, rol oynama gibi teknikleri kullanarak canlandırılması şeklinde tanımlar. Bu tanımlardan yola çıkarak yaratıcı dramanın, kişilerin bir grup oluşturarak aktif şekilde yaşam tecrübelerinden hareketle öğrenme sürecini gerçekleştirmesi olduğu söylenebilir.

Yaratıcı drama yöntemi diğer birçok disiplinde olduğu gibi matematik öğretiminde de kullanılan etkili ve matematik eğitimi açısından yararlı bir yöntemdir. Yaratıcı drama yöntemi yalnız başına veya diğer yöntemlerle birlikte matematik eğitimde kullanılabilir (Özsoy, 2003). Matematiğin soyut kavramlarının keşfedilmesi için ortam sağlar, yaparak yaşayarak öğrenmeyi temel alarak kalıcı öğrenmeyi sağlar, olaylarla ilgili nedene sonuç ilişkisi kurulmasında etkilidir, yaratıcılığı geliştirir, öğrencilerin eğlenerek öğrenmelerine yardımcı olur (Özsoy, 2010). Problem çözme sürecinde gerçek durumlardan yararlanarak öğretimin gerçekleştirilmesi önemlidir fakat gerçek durumları oluşturmak pek mümkün değildir. Bu aşamada yaratıcı drama kullanılarak gerçek durumlara benzer durumlar sınıf ortamında yaratılarak anlaşılmayan konuların anlaşılması sağlanabilir ve öğrencinin konuya ilgisi çekilebilir (Baykul, 2020). Yaratıcı drama sürecinde öğrenciler matematiğe karşı olumlu tutum geliştirirler (Duatpe ve Ubuz, 2004; Borlat ve Gencel, 2018). Öğrencilerin bilişsel gelişimine olumlu katkı sağlayan yaratıcı drama, duyuşsal yönlerini de pozitif şekilde etkiler. Öğrencilerin grup çalışmalarında yer almalarını, ders ortamında aktif olmalarını, motivasyonlarını arttıran ve yaratıcılıklarının gelişmesini sağlayan bir yöntem olduğu, bu nedenle duyuşsal özelliklerden biri olan öz-yeterlilik algısını arttırdığı düşünülmektedir (Yenilmez ve Uygan, 2010).

Alan yazında kendini yetkin görme olarak da geçen öz-yeterlilik (Self-efficacy) kavramı ilk defa Bandura tarafından ortaya koyulan "Sosyal Öğrenme Kuramı" içinde yer alan kavramlardan biridir. Bandura'ya göre öz-yeterlilik, bireylerin gelecekte gerçekleşecek olan olayları yönetebilmek için davranışlarını planlama ve onları sergileme konusunda kendi becerilerine inanmasıdır (Bandura, 1997). Öz-yeterlilik, kişinin özgüveniyle ilgili olup zaman içinde tecrübeleriyle gelişir (Cantürk-Günhan ve Başer, 2007). Öz-yeterlilik inancı kişilerin kendi sahip oldukları yeteneklerini kullanarak hangi davranışlarda bulunacağı hakkındaki inançlarını ifade eder. Bu eylemleri gerçekleştirmeden kendilerini motive ederler ve oluşacak muhtemel durumlara ilişkin olumlu ve olumsuzluklara kendilerini hazırlarlar (Bandura, 1997). Yenilmez ve Uygan'a (2010) göre tecrübeyi temel alan öz-yeterlilik inancına yüksek düzeyde



sahip olan kişilerin, o durumu başarmaya yönelik büyük bir emek gösterdikleri ve karşılına çıkan negatif durumlara karşı dirençli oldukları görülmektedir.

Arseven'in (2016) ifadesine göre, daha önce gerçekleştirilen eğitim araştırmalarında da öğrencilerin önceki başarı düzeylerine bakılmaksızın öz-yeterliliği yüksek olanların daha çok çalıştıkları, güçlüklerin üstesinden gelme konusunda daha azimli oldukları ve akademik başarılarının daha yüksek seviyede olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Eğitimde Öz-yeterlik algısı önem verilmesi gereken hususlardan biridir (Aşkar ve Umay, 2001). Akademik anlamda bakılacak olursa, matematik eğitimi özelinde ise matematik öz-yeterlik algısı, bireyin matematik alanındaki hedeflerine ulaşabilmesi için kendi sahip olduğu yeteneklerine olan inançları şeklinde tanımlanmıştır (Lucas, 1999). Matematiğin genel olarak soyut yapıda olmasından dolayı öğrencilerin bu soyut kavramları algılamakta zorlandıkları, matematik dersine karşı bu nedenle olumsuz tutum sergiledikleri göz önüne alındığında öğrencilerde matematiğe yönelik öz-yeterlilik algısının geliştirilmesi önemlidir. Uygun öğretim ortamında eğitim gören öğrencinin öz-yeterliliği de artacağından öğretmenler sınıf ortamını öğrencilerin öz-yeterliliklerini üst seviyeye çıkaracak şekilde oluşturmalı, buna yönelik ders içerikleri ve öğrenme etkinlikleri hazırlamalıdır (Arseven, 2016). Bu nedenle öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algılarını arttırmak için yaratıcı drama yöntemiyle öğrencinin aktif olduğu, farklı ve ilgi çekici uygun öğrenme ortamları oluşturulabilir ve öğrencilerin öz-yeterlilik algılarına katkı da bulunulabilir.

Literatür incelendiğinde yaratıcı dramanın matematik eğitiminde kullanılmasının duyuşsal faktörlere yönelik etkisini inceleyen birçok araştırma bulunmaktadır. şengül ve Ekingöz (2006) drama yöntemi kullanımının matematik tutumuna etkisini incelemeyi amaçladıkları çalışmasında deney grubunda yaratıcı drama yöntemiyle matematik öğretimi yapılırken kontrol grubunda geleneksel yöntemle ders işlenmiştir. Uygulanan yöntem neticesinde deney ve kontrol grupları arasında manidar bir fark görülmediği fakat iki grubun da matematik dersine karşı tutumlarında pozitif bir değişme olduğu gözlenmiştir. Borlat ve Gencil (2018) ise örnekleminin ilkokul 4. sınıf oluşturduğu çalışmalarında yaratıcı drama yönteminin matematik kaygısına ve motivasyonuna yönelik etkisini araştırmışlardır. Tek grup ön-test son-test deseninin kullanıldığı araştırmanın bulguları neticesinde yaratıcı drama yönteminin matematik kaygısını azalttığı ve matematik motivasyonunu arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Fleming, Merrell ve Tymms (2004), ilkokul 3. ve 4. sınıflarla gerçekleştirdikleri; yaratıcı drama yönteminin okumaya, yaratıcı yazmaya, özgüvene etkisini inceledikleri araştırmanın sonucunda drama yönteminin matematik tutumlarını arttırdıkları bulgusuna ulaşmışlardır. Duatepe ve Ubuz'un (2009), örneklemini 102 tane 7. sınıf seviyesindeki öğrencinin oluşturduğu çalışmasında ise yaratıcı drama uygulamalarının geometri başarısını, geometrik düşünme düzeyini, matematik ve geometri tutumlarını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. İlgili alan yazın incelendiğinde yaratıcı dramanın matematik öz-yeterlilik algısına etkisini inceleyen araştırmalar da bulunmaktadır (Gedik ve Aykaç, 2017; Yenilmez ve Uygan, 2010). Gedik ve Aykaç (2017) öğrencilerin matematik dersine yönelik öğrenme düzeylerine ve öz-yeterliliklerine drama uygulamalarının etkisini incelemiştir. Ön-test son-test kontrol gruplu desenin kullanıldığı çalışma 20 deney grubu, 21 kontrol grubu şeklinde oluşturulup toplam 41 tane 6. sınıf düzeyinde öğrenciyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın bulgularında yaratıcı drama

yöntemi kullanılmasının öğrencilerin başarısını artırdığı ve matematik dersi öz-yeterlilik algılarını olumlu etkilediği görülmüştür. Yenilmez ve Uygan (2010) drama yönteminin öğrencilerin geometri dersi öz-yeterlilik algı düzeylerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamışlardır. Yarı deneysel kontrol grupsuz ön-test son-test modelinin kullanıldığı çalışmaya 28 tane 7. sınıf öğrencisi katılmıştır. Araştırmada yaratıcı drama yönteminin geometri öz-yeterlilik algısını artırdığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Yapılan araştırmalara bakıldığında yaratıcı drama etkinliklerinin matematik öz-yeterlilik algısına etkisi inceleyen az sayıda araştırmaya rastlanılmıştır. Ayrıca bu araştırmalarda örnekleme 5. sınıf olan çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışma, örnekleminin 5. sınıflardan oluşması nedeniyle literatürdeki bu boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı yaratıcı drama yönteminin ilköğretim 5. sınıf öğrencilerinin matematiğe yönelik öz-yeterlilik algılarına etkisini araştırmaktır. Araştırmada aşağıda yer alan alt problemlere yanıt aranmıştır:

1. Öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” ön-test ve son-test puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark var mıdır?
2. Öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” ön-test puanları cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterir mi?
3. Öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” son-test puanları cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterir mi?

### 3.YÖNTEM

#### Araştırma Modeli

Bu araştırmada deneysel yöntemler içerisinde yer alan tek grup ön-test son-test deseni kullanılmıştır. Bu desende katılımcıların bağımlı değişken ile ilgili ölçüm sonuçları, uygulama gerçekleşmeden önce ön-test ve uygulama yapılmasının ardından son-test olacak şekilde aynı katılımcı grubu üzerinde, aynı ölçüm araçlarıyla elde edilir (Büyüköztürk vd., 2021). Bu araştırmada yaratıcı drama yöntemi bağımsız değişkeni oluştururken, matematik öz-yeterlilik algısı düzeyi bağımlı değişkeni oluşturmaktadır. Katılımcılara uygulamadan önce ön-test uygulanmıştır. Daha sonra üçgen ve dörtgenler konusunda sıkıntı çekilen “Üçgen ve dörtgenlerin çevre uzunluklarını hesaplar, verilen bir çevre uzunluğuna sahip farklı şekiller oluşturur.” ve “ Dikdörtgenin alanını hesaplar, santimetrekare ve metrekareyi kullanır.” Kazanımlar, yaratıcı drama yönteminin kullanıldığı etkinliklerle 2 hafta boyunca her hafta 2 ders saati olmak üzere anlatılmıştır. Uygulama sonrasında yine son-test uygulanmıştır.

#### Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu 2021-2022 eğitim öğretim yılında Aydın ilinde bulunan bir ortaokuldaki 9’ u kız, 11’ i erkek olmak üzere 5. sınıf düzeyinde 20 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışma grubuna ait demografik bilgiler Tablo 1.’de sunulmuştur.

### Çizelge 1. Çalışma Grubunun Demografik Özellikleri

Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kız	9	45
	Erkek	11	55
Toplam		20	100

#### Veri Toplama Aracı

Araştırmada, öğrencilerin demografik özelliklerine ulaşmak için kişisel bilgi formu, kullanılan yaratıcı drama yönteminin matematik öz-yeterlilik algılarını ne derece etkilediğini belirlemek için ‘Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği’ kullanılmıştır.

**Kişisel Bilgi Formu:** Araştırmacılar tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu, araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerini, sınıf seviyelerini belirlemeye yönelik sorular içermektedir.

**Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği:** Veriler Umay’ ın (2002) geliştirdiği “Matematiğe Karşı Öz-yeterlilik Algısı Ölçeği” ile elde edilmiştir. Üç faktörden oluşan ölçek 8 olumlu ve 6 olumsuz olmak üzere toplam 14 adet maddeden oluşmaktadır. Araştırmacı ölçeğin güvenilirlik katsayısını  $\alpha = ,88$  olarak, ölçeğin maddelerine dair geçerlik katsayılarının ortancasını ,64 olarak hesaplamıştır ve bulunan bu değerden yola çıkarak ölçeğin tamamı için geçerliliğin sağlandığı kabul edilmiştir. Bu çalışma örneklemini üzerinde ölçeğin ön-test uygulamasında hesaplanan Cronbach alpha güvenilirlik katsayısı ,876 son-test uygulamasında hesaplanan Cronbach alpha güvenilirlik katsayısı ,881’ dir.

#### Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması sürecinde öncelikle ölçme aracını uyarlayan araştırmacılar tarafından gerekli izinler alınmıştır. Daha sonra resmi yazışmalar yapılarak araştırma izin onayı alınmış ve araştırmaya katılmak isteyen gönüllü öğrencilerin ebeveynlerinden onay formları alınmıştır. Öğrencilerin uygun zamanlarında ön test ve son test olacak şekilde ölçme aracını doldurmaları sağlanmıştır.

#### Verilerin Analizi

Öğrencilerin yaratıcı drama yöntemi uygulanmadan önceki ön-test ve uygulamadan sonraki son-testte edinilen veriler SPSS 25.0 programından yararlanılarak analiz edilmiştir. Matematik öz-yeterlilik algısı ölçeğinin bazı maddelerinin olumsuz madde içermesi nedeniyle maddelerin puanları test çevrilmiştir. Ön-test ve son-testten alınan puanlar belirlenmiş, verilerin normalliklerine bakılmış ve uygun testler kullanılarak karşılaştırma yapılmıştır. Öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” nden edinilen ön-test ve son-test puanları arasındaki farklılık Wilcoxon İşaretili Sıralar testi kullanılarak belirlenmiştir. Öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algısı öntest puanlarının cinsiyete göre incelenmesinde bağımsız örneklem t testi kullanılırken son-test puanlarının cinsiyete göre incelenmesinde ise Mann Whitney U Testi kullanılmıştır.



## 2. BULGULAR

### 2.1. Normallığe İlişkin Bulgular

Analiz aşamasına geçilmeden önce katılımcıların “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” nden elde ettikleri ön-test ve son-test puanlarının normal dağılıp dağılmadığı tespit edilmiştir. Puanların normallliğini test etmek için Shapiro- Wilk testi kullanılmıştır. Eğer gözlem sayısı 30’un altında bir değerse Shapiro-Wilk testi kullanılması uygundur (Büyüköztürk, 2021). Normallığe dair analizlerin sonuçları Çizelge 2’de sunulmuştur.

**Çizelge 2. Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği Ön-test ve Son-test Puanlarının Normallik Testi Sonuçları**

Puan	Shapiro- Wilk			
	Cinsiyet	İstatistik	sd	p
Ön-test	Kız	,899	9	,248
	Erkek	,945	11	,586
Son-test	Kız	,762	9	,007
	Erkek	,832	11	,025

Çizelge 2 incelendiğinde son-test puanlarının kız ve erkek öğrenciler için normal dağılmadığı görülmüştür ( $p < 0,05$ ). Ayrıca normallığı test etmek için ön-test ve son-testlerin çarpıklık katsayısına (Skewness) ve basıklık katsayısına (Kurtosis) bakıldığında son-test puanlarının Skewness değerlerinin hem kız hem de erkek öğrenciler için -1 ile +1 arasında olmadığı görülmektedir. Morgan (2004) çarpıklık katsayısının -1 ile +1 arasında olmasını normal dağılım olarak kabul etmiştir. Dolayısıyla “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” nden alınan son-test puanları normal dağılmadığından “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” nden alınan ön-test ve son-test puanları arasında istatistiksel anlamda manidar bir fark olup olmadığını tespit etmek için non-parametrik testlerden Wilcoxon İşaretli Sıralar testi yapılmıştır. Öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algısı ön-test puanlarının cinsiyetlerine göre manidar şekilde farklılaşıp farklılaşmadığına bağımsız örneklem t testi ile bakılırken, son-test puanlarının cinsiyetlerine göre manidar şekilde farklılık gösterip göstermediğine ise Mann Whitney U Testi ile test edilmiştir.

### 2.2. Öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” Ön-Test ve Son-Test Puanları Arasındaki Farka İlişkin Bulgular

Öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” nden aldığı ön-test ve son-test puanları arasında manidar bir fark olup olmadığı Wilcoxon İşaretli Sıralar testi ile bakılmıştır. Testin sonuçları Çizelge 3’de verilmiştir.

### Çizelge 3. Matematiğe Karşı Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği Ön-Test ve Son-Test Puanları Arasındaki Farka İlişkin Wilcoxon İşaretili Sıralar Testi Sonuçları

Puan	Sıralar	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	p
Son-test puanı- Ön-test puanı	Negatif Sıralar	2	5,50	11,00	-3,513	,000
	Pozitif Sıralar	18	11,06	199,00		
	Eşit	0				
	Toplam	20				

Çizelge 3’de yer alan istatistiksel veriler, öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” nden elde ettikleri ön-test ve son-test puan dağılımları arasındaki farklılığın .000 düzeyinde anlamlı olduğunu ifade etmektedir ( $Z=-3,513$ ,  $p=,000 < ,05$ ). Bu farklılık son-test lehine bulunmuştur. Yani yaratıcı drama etkinliklerinin uygulanması sonucunda öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algıları anlamlı şekilde artmıştır.

### 2.3. Öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği” Ön-Test Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılığına İlişkin Bulgular

Öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” nden aldıkları ön-test puanları cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğine bağımsız örneklem t testi kullanılarak bakılmıştır. Test sonucunda ortaya çıkan veriler aşağıdaki tabloda yer sunulmuştur.

### Çizelge 4. Matematiğe Karşı Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği Ön-Test Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Bağımsız Grup T-Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Ss	sd	t	p
Kız	9	4,0873	,48416	18	1,980	,063
Erkek	11	3,6169	,56177			

“Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” ön-test puanlarının, cinsiyete göre farklılığını tespit etmeden önce Levene’s testi yapılarak puanların varyanslarının homojen olup olmadığına bakılmıştır. Sonuca göre kız ve erkek öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” nden elde ettikleri puanlara yönelik varyanslar homojen bir dağılım göstermektedir ( $F=,072$ ;  $p=,791 > ,05$ ). Daha sonra kız ve erkek öğrencilerin ön-test ortalamaları arasındaki farklılığın anlamlılık değerine bakılmıştır. Çizelge 4’ te de ifade edildiği gibi bağımsız örneklem t testi neticesinde kız ve erkek öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algıları ön-test puanları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığına ulaşılmıştır ( $t(18)= 1,980$ ;  $p>,05$ ).

## 2.4. Öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği” Son-Test Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılığına İlişkin Bulgular

“Matematiğe Karşı Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği” nden alınan son-test puanlarının kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı düzeyde farklılık olup olmadığı Mann Whitney U Testi ile incelenmiştir. Test sonuçları Çizelge 5’te verilmiştir.

**Çizelge 5. Matematiğe Karşı Öz-Yeterlik Algısı Ölçeği Son-Test Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	z	p	$n^2$
Kız	9	13,50	121,50	22,500	-2,060	,039	0,21
Erkek	11	8,05	88,50				

Çizelge 5’ te kız ve erkek öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” son-test puanlarının anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir ( $U=22,500$ ;  $p<.05$ ;  $z= -2,060$ ). Bu farklılık kız öğrencilerinin lehinedir. Kız ve erkek öğrencilerin son-test puanlarına dair etki büyüklüğü ,21 olarak bulunmuştur. Bu etki kare değeri büyük etki büyüklüğüne işaret etmektedir. Son-test puanlarına ait varyasyon %21’i yaratıcı drama etkinliklerinden kaynaklandığı yorumu yapılabilir. Ayrıca ön-testler arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı göz önüne alınırsa, yaratıcı drama etkinliklerinin kız öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algısını erkek öğrencilere göre daha fazla arttırdığı söylenebilir.

### 3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada yaratıcı drama yönteminin ilköğretim 5. sınıf öğrencilerinin matematiğe karşı öz-yeterlilik algılarına etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma analizleri sonucunda ortaya çıkan bulgular incelendiğinde öğrencilerin “Matematiğe Karşı Öz-Yeterlilik Algısı Ölçeği” nden elde ettikleri ön-test ve son-test puanları arasında istatistiksel anlamda son-test lehine manidar bir farklılık görülmüştür. Yaratıcı drama etkinlikleriyle matematik öğretiminin gerçekleştirilmesi sonucunda öğrencilerin matematiğe yönelik öz-yeterlilik algıları anlamlı şekilde arttığı gözlenmiştir. Bu sonuç Gedik ve Aytaç (2017) ile Yenilmez ve Uyan’ nın (2010) araştırmalarının bulgularıyla paralellik göstermektedir. Gedik ve Aytaç’ ın (2017) deney grubundaki öğrencilere yaratıcı drama etkinlikleri ile matematik öğretimi yaparken, kontrol grubundaki öğrencilere geleneksel yöntemi uyguladığı çalışmasında deney grubundaki öğrencilerin matematiğe yönelik öz-yeterlilik algılarının kontrol grubundakilere göre anlamlı olarak arttığını tespit etmiştir. Yenilmez ve Uyan’ ın (2010) araştırmasında da benzer sonuçta rastlanmış olup yaratıcı drama yöntemiyle geometri öğretiminin öğrencilerin geometri öz-yeterlilik inançlarına anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Özsoy (2003) öğrencilerin matematik dersine yönelik olumsuz yönde tutuma sahip olduğunu belirtmekte ve bu olumsuz yöndeki tutumun motivasyon ile akademik başarı üzerinde de olumsuz etki yarattığını ifade

etmektedir. Matematik dersine yönelik öğrencilerin bu olumsuz tutumlarını gidermek için de aktif öğretim yöntemleri kullanılarak matematiğe yönelik öz-yeterlilik algıları artırılabilir.

Araştırmanın diğer bir sonucuna göre kız ve erkek öğrencilerin matematik öz-yeterlilik algılarına yönelik ön-test puanları manidar bir farklılık göstermezken, son-test puanları kız öğrencilerin lehine manidar bir farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu durumun sebebi kız öğrencilerin matematiğin ve matematiğin yararlılığıyla ilgili algılarının daha yüksek olması olabilir. Yapılan bazı araştırmalarda öğrencilerin matematiğin yararıyla ilgili algılarının cinsiyete göre farklılaştığı ortaya konularak, bu algının kız öğrencilerin mesleki açıdan ilgileri ve ders seçimlerinde etken olduğu ifade edilmiştir (Sherman, 1979).

Fleming, Merrell ve Tymms (2004) yaratıcı drama gibi sanat programına sahip bir okulun öğrencilerin tutum ve özgüvenlerini de geliştireceğini ve bu durumun öğrencilerin performanslarını olumlu yönde etkileyeceğini ifade etmiş, zihnin gelişimine katkı sağladığını savunmuştur. Dolayısıyla yaratıcı drama yönteminin matematik eğitiminde öğrenciyi aktif kılan bir yöntem olarak kullanılması öğrencilerin matematiğe yönelik öz-yeterliliklerini arttıracığı gibi bilişsel ve akademik açıdan da katkı sağlayacağı düşünülebilir. Ayrıca geleneksel yöntemlerden farklı olarak yaratıcı drama yöntemi öğrenciyi aktif kılan öğretim yöntemi olmasının yanı sıra matematik dersi içindeki soyut kavramları öğrencilerin kendi hayal dünyalarında somutlaştırmasına imkân verir ve bu kavramların daha iyi anlaşılmasını sağlayabilir. Bu durumda yaratıcı drama etkinlikleri matematik ve geometri gibi soyut kavramları barındıran disiplinlerin öğretiminde kullanılabilir (Yenilmez ve Uygan, 2010).

Sonuç olarak araştırmada yaratıcı drama yönteminin öğrencilerin matematiğe yönelik öz-yeterlilik algılarını olumlu yönde etkilediği gözlenmiştir. Bundan sonra konuyla ilgili yapılacak araştırmalarda katılımcılarla görüşmeler yapılarak daha ayrıntılı nitel veriler elde edilebilir. Ayrıca yaratıcı dramanın matematik eğitiminde kullanılmasına yönelik örneklemi öğretmen ve öğretmen adaylarının oluşturduğu çalışmalar da yapılabilir. Yıldız ve Adıgüzel'in (2020) ilköğretim matematik öğretmen adaylarının örneklem olduğu çalışmasında, katılımcıların yaratıcı drama yöntemini kullanırken zaman yetersizliği, mekanın uygun olmaması, programdaki bazı kazanımların yaratıcı dramayla kazandırılmasının mümkün olmaması gibi problemlerle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Bu nedenle matematik öğretmen ve matematik öğretmen adaylarına matematik eğitiminde yaratıcı dramayı nasıl etkin kullanabileceklerine yönelik eğitimler verilebilir.

**KAYNAKÇA**

- [1] Adıgüzel, Ö., *Eğitimde yaratıcı drama*. Ankara: Natural Yayıncılık, 2010.
- [2] Arseven, A. (2016). Öz Yeterlilik: Electronic Turkish Studies, 11(19). <https://www.researchgate.net/> (Erişim tarihi: 10.07.2022)
- [3] Aşkar P. ve Umay, A. İlköğretim matematik öğretmenliği öğrencilerinin bilgisayarla ilgili özyeterlilik algısı, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21, 1-8, 2001.
- [4] Bandura, A., *Self-Efficacy: The Exercise of Control*, New York: W. H. Freeman and Company, 1997.
- [5] Baykul, Y., *İlköğretimde Matematik Öğretimi 5-8 Sınıflar*. Ankara: Pegem Yayınları, 2020.
- [6] Borlat, G. ve Gencel, İ. E. *Yaratıcı drama yönteminin matematik kaygısı ve matematik motivasyonuna etkisi*. Birinci Uluslararası Sosyal Bilimlerde Kritik Tartışmalar Kongresi, 72-83, İzmir, 2018.
- [6] Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F., *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi, 2021.
- [7] Duatepe-Paksu, A. ve Ubuz, B. Effects of drama-based geometry instruction on student achievement, attitudes, and thinking levels. *The Journal of Educational Research*, 102(4), 272-286, 2009.
- [8] Fleming, M., Merrell, C., Tymms, P. The Impact Of Drama On Pupils Language, Mathematics and Attitudes On Two Primary School. *Research In Drama Education*, 177-197, 2004.
- [9] Gedik, Ö. ve Aykaç, N. Matematik derslerinde kullanılan yaratıcı drama yönteminin öğrencilerin farklı öğrenme düzeylerine ve öz-yeterlilik algılarına etkisinin belirlenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 152-165, 2017.
- [10] Günhan, B. C. ve Başer, N. Geometriye yönelik öz-yeterlilik ölçeğinin geliştirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(33), 68-76, 2007
- [11] Lucas, C.A. A study of effects of cooperative learning on the academic achievement and self-efficacy of college algebra students, University of Kansas, Faculty of the Graduate School, Department of Teaching and Leadership, PhD, 1999.
- [12] Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), *İlköğretim matematik 5-8. sınıflar öğretim programı ve kılavuzu.*, Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı, 2018.
- [13] Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W., & Barrett, K. C., *SPSS for introductory statistics: Use and interpretation*. Psychology Press, 2004.

- [14] Özsoy, N. İlköğretim matematik derslerinde yaratıcı dramanın kullanılması. Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 5, 112–119, 2003.
- [15] Özsoy, N. *Matematik Öğretiminde Alternatif Etkinlikler “Yaratıcı Drama Uygulamaları”*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Yayınları, 2010.
- [16] San İ. *Eğitimde Yaratıcı Drama, Yaratıcı Drama 1985-1995 Yazılar*. Ankara: Naturel Yayınları, 2002
- [17] San, İ. *Yaratıcı Drama Çalışmalarının Dünü ve Bugünü*. 2. Ulusal Çocuk Kültürü Kongresi, Ankara, 1998.
- [18] Sherman, J., Women and Mathematics: Summary of Reseach from 1977-1979 N.I.E. Grant, Partially summarized in J. Sherman, Prediction mathematics performance in high school girls and boys, Journal of Educational Psychology, 2(71), 242-249, 1979.
- [19] Şengül, S. ve Ekinözü, İ. Canlandırma Yönteminin Öğrencilerin Matematik Tutumuna Etkisi. Kastamonu Eğitim Dergisi, 14(2), 517-526, 2006.
- [20] Umay, A., *İlköğretim Matematik Öğretmenliği Programının Öğrencilerin Matematiğe Karsı Öz-Yeterlik Alguları Üzerine Etkisi*, V. Ulusal Fen Bilimleri Ve Matematik Eğitimi Sempozyumu, Ankara, 2002.
- [21] Yenilmez, K. ve Uygan, C. Yaratıcı Drama Yönteminin İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinin Geometriye Yönelik Öz-Yeterlik İnançlarına Etkisi. Kastamonu Eğitim Dergisi, 18(3), 931-942, 2010.
- [22] Yıldız, E. ve Adıgüzel, Ö. Yaratıcı Dramayı Yöntem Olarak Kullanmak: Matematik Öğretiminde Öğretmen Görüşleri. Ankara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 2(2), 109-135, 2020.



## GENZ'S ATTITUDE AND PERCEPTIONS TOWARDS USING ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES IN DANANG

Trinh Le TAN<sup>1</sup>, Nguyen Duc TRI<sup>2</sup>, Ngo Tran XUAT<sup>3</sup>, Tran Minh TUNG<sup>4</sup>, Nguyen Quoc Quan<sup>5</sup>

<sup>1</sup> FPT University, Business Department, ORCID ID: 0000-0001-7729-3241

<sup>2,3,4,5</sup> FPT University, Business Department

### ABSTRACT

Humans rely on the natural environment to survive and develop. As a result, individuals are becoming increasingly concerned about environmental issues. To counteract these negative consequences, the green field was established to supply green products and services that would gradually phase out traditional, environmentally damaging products and services. Additionally, in the current era of development, the development of digital platforms results in the transformation of businesses. One of them is social media, which attracts a large number of young people from all over the world. As a result, social media communications enable green business planners, enterprises, and marketers to develop tactics that are tailored to the behavior and goals of younger customers. The purpose of this research is to develop a novel research model by integrating the Theory of Planned Behavior (TPB) with environmental perception and influencing elements of social media communication via brand loyalty in order to quantify customer intentions. The trial results were then compared to Vietnamese Gen Z to provide a basis for the assessment and recommendations for each of the initial hypotheses.

**Keywords:** Technology, Online food delivery, Service quality, Convenience, Ease of use, Gen Z, Da Nang

### 1. INTRODUCTION

At this point in time, innovation is necessary to address the changes and issues brought about by the coronavirus epidemic. Restaurants are upgrading their OFD offerings by enhancing product displays and adding new services and/or commodities, among other things (Damanpour 1996).

In these circumstances, the OFD company has demonstrated its viability as a means of connecting with clients and providing higher-quality services. 2020 (Alalwan)) This is critical

for the long-term survival of the business. The primary benefit of this type of service is that it generates new revenue for restaurants, retains customers, and enhances the customer experience by expanding delivery channels and streamlining the ordering process for both the consumer and the restaurant during times of social distancing. (Chavanet et al., 2015).

The environment in which food delivery services operate is rapidly changing as a result of the proliferation of mobile devices and digitization. The global market for food delivery services is currently worth €83 billion and is expected to grow at a 3.5 percent annual rate over the next five years. Hirschberg et al., Hirschberg et al., Hirschberg et al., Hirschberg et al., Hirschberg et al., Hirschberg et al., Hirschberg et al., Hirschberg et al., Hirschberg et al., Hirschberg et al. (Acheson et al., 2016) Vietnam had approximately 540 000 food and beverage service establishments in 2016. There are approximately 80 000 restaurants among the 430 000 small restaurant businesses, 7000 fast food restaurants, 22 000 coffee shops, and approximately 80 000 restaurants owned by a well-known chain. <http://www.dantri.com.vn> (Dantri.com.vn, 2018). The number has steadily increased throughout the year, providing clients with more choices than ever. According to the General Statistics Office of Vietnam (2018), 5700 new restaurants opened in Vietnam between January and October 2018, a 42.5 percent increase over the same period in 2017. The middle class is growing as a result of factors such as rapid urbanization, increased spending, and an expanding middle class (Davis 2016). Between 1996 and 2016, Vietnam's annual GDP per capita increased by 5%, lifting the poor and lower-middle classes out of poverty (Cadena et al. 2018, 2). Vietnam's working culture also contributes to the advancement of the food and beverage industry. Outside of work, Vietnamese employees build trust with their coworkers by dining and drinking together. Vietnamese businesses set aside funds every few months for their employees and team members to go out to eat and drink after work. 2014 - (Agilevietnam.com). 63% of survey respondents cited location as a factor in their decision to dine out, while 34% cited cleanliness and food quality (Davis 2016).

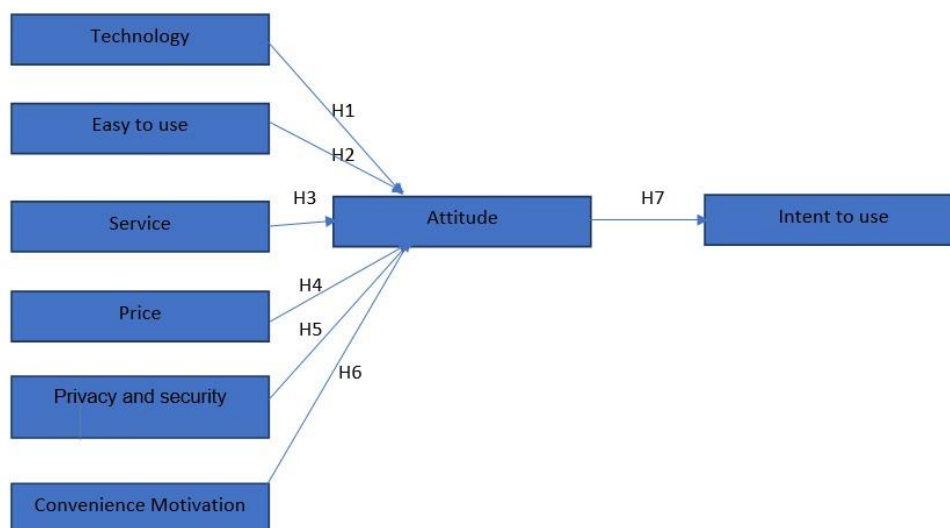
However, this is not a concern in the food and beverage industry. Technological advancements have accelerated the growth of food delivery businesses in recent years. Nine out of ten Vietnamese use smartphones to access the Internet. In major cities, internet ordering now accounts for more than half of all meal delivery orders (Das 2017). In 2020, Vietnam will see a significant increase in online meal delivery as a result of COVID. This upward trend is expected to continue until 2021, when the market is expected to reach more than \$38 million and grow at an annual rate of 11% over the next five years (Reputa 2021).

Generation Z (born after 1997) utilizes mobile applications at a higher rate than any previous generation (Dimock, 2019). (Dimock, 2019) Gen Z spends more than 4.1 hours per month on mobile apps, which is 10% more than previous generations, according to data obtained in the third quarter of 2020. They engage with apps more frequently, averaging 20% more sessions per month and 120 sessions per app (Perez, 2020). The overwhelming majority of diffusion research has concentrated on large-scale adoptions (i.e., smartphones, Internet, cable). The most transformative technologies can be applied to routine tasks (Partala and Saari, 2015). Due to the fact that these technologies are predicated on the acceptance of a preceding technology (the mobile device), they may have a variety of effects on the technology adoption process (Verkasalo, et al., 2010).

Da Nang is one of the most economically significant regions in the Central - Central Highlands region, with the city's economy growing at a rapid pace in recent years. Da Nang City's socioeconomic situation improved in 2018, with all nine major economic indicators increasing

and six of nine objectives meeting or exceeding their targets (dost Da Nang, 2018). Contributing to the continuous and rapid economic growth of the city. The majority of Da Nang's economy is based on service and industrial construction. While the city's focus is shifting from agriculture to industry service, it is also a populated region with over 9,000 residents, a crossroads for commerce and access to new technology, and a hub for public exchange programs. Da Nang's tremendous potential in this area is also aided by technology and mobile commerce. The city's rapid growth. Da Nang is a potential market in the future, which will undoubtedly be a positive indicator in the midst of the brand delivery war. Phan Thi Truc Mai 2021; Phan Thi Truc Mai 2022; Phan Thi Truc Mai 2023 (Le Nam Hai & Phan Thi Truc Mai 2021).

For the reasons stated previously, it is critical to comprehend both the market's potential and the factors influencing Gen Z's decision to use online meal delivery in Da Nang at the moment, both academically and practically. The authors chose to develop a model in order to better understand the factors that influence customers' willingness to use food delivery applications in Da Nang. (Phan Thi Truc Mai 2021; Phan Thi Truc Mai 2022; Phan Thi Truc Mai 2023 (Le Nam Hai & Phan Thi Truc Mai 2021).



**Figure 1: Proposed research model**

## 2. LITERATURE REVIEW

### 2.1. Online food delivery services (OFD's)

Online food delivery services (OFDs) are websites or smartphone apps that enable customers to order a restaurant's menu for pick-up or delivery by independent couriers (Stephanie ,2020). To gain access to these services, customers must first create a private account that includes their credit card or legitimate identity information for automated payment and their delivery address. As a result, consumers will be able to conduct searches via e-commerce platforms from the comfort of their own homes and at their leisure. Rezaei et al., 2016c). Jiang et al., 2013; Rezaei et al., 2016c.

Euromonitor International estimates that the online meal delivery business in Vietnam was worth 33 million dollars in 2018 and is expected to reach 38 million dollars in 2020, growing at an annual rate of 11% over the next five years.

The Covid-19 outbreak has aided the meal delivery service's growth. Grab Food is the most discussed brand on social media, accounting for 33.38 percent of the market, followed by Now at 23.16 percent and Baemin at 21.95 percent. Simultaneously with the brand's increased communication efforts in May 2020, Baemin reached the same level of debate as Grab Food. The Fanpage channel continues to generate the most brand conversations (55.48 percent), followed by Facebook groups dedicated to food and restaurant reviews (22.90 percent ).

(Reputa, 2020)

Customers desire products and services that simplify their lives. Their hectic and increasingly connected lifestyles influence their decision to use services, all the more so given their high demand for quick solutions to help them simplify their lives. The analysis reveals that while current market merchants are all differentiated in order to meet their clients' demands, merchants must consider and prioritize the critical aspects in order to remain competitive. This is to ensure that the requirements of users are met. (Popularity of Vietnam in 2020)

## 2.2. Technology

Customers can order food through OFD's technology, which includes apps and platforms. Food ordering smartphone apps are simple to use and provide a high level of convenience for customers while also saving them time and effort. As a result, an increasing number of consumers are ordering their favorite delicacies online and having them delivered to their homes via smartphone apps (Dr. Mitali Gupta, 2019).

Flexible payment options:

Customers who use meal-ordering mobile apps can pay in a variety of ways. Customers would be drawn to the meal delivery app due to the convenience and cashless transactions enabled by the integration of multiple popular payment channels (Soon Ae Chun, Yoo Jung An, Sunju Park, JuneSuh Cho<sup>4</sup> and James Geller, 2011).

Customers who purchase meals online are frequently rewarded with loyalty points, which encourages them to make even more use of the smartphone app. Customers can redeem their loyalty points for future purchases, increasing their opportunities to use the app (Dr. Mitali Gupta, 2019).

Customer support

Because mobile applications offer 24/7 customer care, they can provide the best customer service, answering their questions and assisting them with any requirements or issues. Customer service has become even more efficient as clients can now communicate with executives via their mobile applications with just a few clicks (GraemeMcLean, AlanWilson, 2016). As a result, customers will feel appreciated and will use applications to place food orders online more frequently. As a result, the following hypotheses are developed in this investigation:

*H1. Technology has a positive effect on Gen Z's attitudes and perceptions toward online meal delivery services in Da Nang.*

## 2.3. Perceived ease of use (PEOU)

PEOU refers to an innovation's perceived ease of comprehension, learning, and operation (Rogers, 1962). According to Zeithaml et al., PEOU refers to the ease with which an innovation can be comprehended and applied (2002). Davis (1989) and Davis et al. define PEOU as respondents' belief that they can use a particular technology with minimal effort (1989). According to Consult, PEOU refers to respondents' ability to evaluate new technologies and quickly assess their benefits (2002). It has been identified as a critical factor in shaping customer attitudes and behavior intentions, as well as in promoting consumer acceptance of technology use (Cho & Sagynov, 2015).

PEOU has a sizable positive effect on purchase intentions and will eventually have an effect on customers' online behavioral intentions (Cho & Sagynov, 2015). Chen and Barnes assert that PEOU has a similar effect on customers' adaptation intentions (2007). Businesses should

develop simple-to-use systems to encourage more people to adopt new technology (Jahangir & Begum, 2008). In a study conducted by Chiu and Wang, it was discovered that PEOU has a positive effect on customers' intent to continue learning on the Internet (2008). The first impressions of potential adopters, whether positive or negative, influence their decision to use any online service. According to Ramayah and Ignatius, customers are hesitant to make an online purchase if the PEOU is delayed by various obstacles, such as slow download speeds on Internet merchant websites and poorly designed websites (2005). As a result, OFD websites must be straightforward and easy to navigate in order to ensure that clients have a positive experience. According to Venkatesh and Davis (2000), the extent to which customers' PEOU of technology influences their behavior. According to Venkatesh and Davis (2000), a customer's PEOU of technology will result in a behavioral intention. As a result, the following hypotheses are developed in this investigation:

*H2. In Da Nang, perceived ease of use has a positive effect on Gen Z's attitude and perceptions toward online meal delivery services.*

#### 2.4 Service

The term "service quality" refers to a consumer's evaluation of a product's overall excellence (Parasuraman et al., 1998). Service quality, perceived value, and satisfaction are all viewed as pillars of commitment in the service marketing literature (Shemwell et al., 1998).

According to a 2002 study by Valarie A. Zeithaml, the ease of purchase, product information, website design, and payment security are all antecedents of services that influence client sentiments. Evanschitzky, Kenning, and Vogel (2004) support this, stating that all four criteria (shopping convenience, product information, and website design) can be classified as e-service quality. Chang, Wang, and Yang (2009), as well as Ghane, Fathian, and Gholamian, established a link between the four characteristics of e-service quality and client attitudes (2011). Wolfenbarger and Gilly (Wolfenbarger and Gilly, 2003).

Malik (2012) investigated the effect of the gap between service expectation and perception on customer satisfaction across four service sectors (banking, transportation, courier, and telecommunications). His research indicates that service quality has a positive effect on consumer satisfaction. According to Ahmed et al. (2010), four aspects of service quality (tangibles, dependability, responsiveness, and assurance) have a significant and positive relationship with customer attitude.

Service quality is critical, as it is frequently viewed as having the greatest conceptual variety in terms of quality (Zins, 2001). As a result, the following hypotheses are generated in this investigation.

*H3. In Da Nang, service improves Gen Z's attitudes and perceptions toward online meal delivery services.*

#### 2.5 Price

The price of a product or service is the monetary or non-monetary value that an individual must exchange for it. Along with seller incentives and discounts, it is a critical factor in determining buyer sentiments.

Customers' purchase intentions, according to Professors Stoetzel and Adam, enter the market with only two price constraints, rather than a series of demand schedules.

According to Gabor, André; Granger, CWJ, consumer attitudes toward prices can be studied from two distinct perspectives (1979). Consumers will perceive price as a guarantee of quality, and it will frequently come to mind even after they try a new product. Another approach might be to consider the entire market rather than a single brand and a homogeneous group of customers. When potential customers are presented with a range of competing brands at varying price points, they will collectively assess the importance of each brand by weighing price differentials against quality differences. When there is a significant unanticipated cost differential between substitutes and competitive brands, however, the choice between brands is



likely to be based on quick in-store selections, which can result in high rates of impulsive purchases. This means that customers' price awareness may peak at the time of purchase and then rapidly decline to the point where they can't recall the exact price they paid. As a result, the findings demonstrate unequivocally how consumer perceptions of product quality are influenced by pricing. As a result, the following hypotheses are generated in this investigation.

*H4. In Da Nang, price has a positive effect on Generation Z's attitudes and perceptions toward online meal delivery services.*

#### 2.6. Privacy and security positively.

Online food applications that collect user data to support their services are required to adhere to stringent privacy and security standards. The new era of information technology, particularly in relation to mobile computing and the resulting collection of massive amounts of private data, enables businesses to profit from extensive data collection by trading personal data with third parties, developing new markets, and services (Acquisti et al., 2016). Users appear to be unafraid to share and submit their information. When people freely exchange data on the internet, the line between legitimate exchange and invasion of privacy is blurred by the users. This does not mean that customers are content with the current state of affairs. As a result, the following hypotheses are generated in this investigation.

*H5. In Da Nang, privacy and security have a positive effect on Gen Z's attitudes and opinions toward online meal delivery services.*

#### 2.7 Convenience Motivation (CM)

Convenience is frequently associated with a service that requires less time and effort on the part of the client to use (Teo et al., 2015). Users are frequently persuaded to use a system due to its ease of operation (Parashar & Ghadiyali, 2017). It is a revolutionary new way for customers to order their favorite goods from the convenience of their own homes, regardless of the time or location, within the framework of OFD (Alalwan, 2020). Users are encouraged to migrate from traditional methods of food purchase to online food purchases due to the convenience of OFD services (Chai & Yat, 2019).

According to Jiang and Yang (2013), providing convenience in a service can help improve attitudes toward it by simplifying the meal delivery process for clients. Additionally, OFD services enable users to choose the payment method that is most convenient for them (cash or online), making OFD services even more convenient for them (Gupta, 2019). Additionally, motivation is critical because it affects customers' attitudes and willingness to purchase. Once the system meets their expectations for ease, customers will be compelled to use it indefinitely (LT Chai, DNC Yat, 2019).

According to Jiang et al. (2011), one of the primary reasons for consumers to accept electronic technology is convenience, as customers must be convinced of its value before they will use it. When businesses market electronic ordering and delivery systems to the general public, customers are more likely to use them. Kimes (2011) asserts that users are capable of utilizing innovative, straightforward, and safe electronic technology. Customers prefer to order meals online rather than in-store because they can have them delivered whenever and wherever they want. Placing takeout orders online has a number of benefits, including avoiding subpar customer service and avoiding in-store traffic (Chen & Hung, 2015). (2011) (Katawetawaraks & Wang). Consumers who use OFD services place a premium on saving time and effort (Collier & Kimes, 2013). The purchaser who places a premium on convenience will constantly weigh time and effort (Zhou et al., 2007). When the epidemiological situation is as dire as it is now, purchasers prefer to shop online in order to save time, avoid crowded markets, and conduct transactions at any time and from any location. As a result, when they use the online purchasing system, their location is irrelevant during the transaction process (Chen & Hung, 2015). As a result, the following hypotheses are generated in this investigation.





*H6: In Da Nang, the convenience factor positively affects Gen Z's attitudes and opinions toward online meal delivery services.*

2.8 Using intention

Customer benefit expectations have an effect on purchasing decisions. Customers' intentions to use a particular service category may be constrained by the benefits they desire and/or anticipate. Customer expectations for a product, whether it is a service or a physical object, are performance assumptions that serve as working hypotheses about the nature of the product (Olson and Dover, 1979). (1989, Hoch and Deighton). As a result, it is appropriate to use customer expectations as a basis for both generating purchase intents and developing service performance standards (cf. Zeithamlet al., 1993). Customers' intended benefits (i.e. benefit expectations) are viewed as the primary driver of such projected buyer behavior and, of course, are used to segment markets. When consumers' judgments of product delivery are prioritized over their emotional reactions to the offering, benefit segmentation is most effective (Haley, 1984). As a result, customer benefit expectations are also referred to as cognitive attitudes, as they represent the cognitive component of attitude (Petty and Cacioppo, 1981).

According to Boonlertvanich (2011), repeat purchase intention is simply the ability to use a brand again in the future. Ranaweera and Prabhu (2003) define repeat purchase intent as a customer's future likelihood to remain with their service provider.

Rosenberg and Czepiel (1984) estimate that the cost of acquiring a new customer is "six times" the cost of maintaining an existing one. As a result, rather than concentrating exclusively on acquiring new customers, businesses are refocusing their efforts on retaining existing customers or convincing them to make another purchase from them (DeSouza, 1992). As a result, the following hypotheses are generated in this investigation.

*H7: Intention has a beneficial effect on the attitudes and beliefs of Gen Z in Da Nang regarding the use of online meal delivery services.*

**3. RESEARCH METHOD**

3.1 Development of Measurement Scale

A survey was developed with the assistance of students from several universities, including economics, Duy Tan University, and others, to ascertain the perspectives of Da Nang's young residents who use online meal delivery services. The majority of them are between the ages of 12 and 26.

The items measuring private savings (PS) and intent to use (ITU) were adapted from Yeo et al. (2017), the item measuring perceived ease of use (PEOU) was adapted from Vincent (2017), the item measuring convenience motivation (CM) was adapted from Ciro Troise (2020), and the item measuring privacy and security (PS) was adapted from Cho et al (2017). (2019).

**Table 1. Measurement Scale**

Factor	Code	The scale	Source
Price Saving	P1	I can save money by using prices of different online OFD services	Yeo, Goh, & Rezaei, 2017



	P2	I like to search for cheap food deals in different online food retailer's websites	
	P3	Online food retailers offer better value for my money	
Ease of use	EOU1	It is easy to use OFD	Vincent,2017
	EOU2	Learning to use OFD is easy	
	EOU3	I have no trouble when using OFD	

Convenience Motivation	CM1	In the app, I can find easily what I need	Ciro Troise,2020
	CM2	The app makes it easy to get anything	
	CM3	The app keeps my shopping behavior information	
	CM4	The app make using the OFD services easier for me to buy food	
Service Quality	SQ1	Using OFD services would enable me to accomplish shopping more quickly than using traditional approaches.	Vincent,2017
	SQ2	Using OFD services would enhance my effectiveness in shopping or information seeking.	



	SQ3	OFD services transaction is advantageous.	
Privacy and security	PS1	I trust the OFD app	Cho el al , 2019
	PS2	I felt secure in ordering food through the OFD app	
	PS3	The information provided by the food delivery app is reliable	
Technology	TEC1	I can use OFD to make an order anywhere and anytime	Yogi,2021
	TEC2	I think that OFD helps me to save my time instead of buying food/beverages by myself	
	TEC3	I can complete a transaction quickly	
	TEC4	I feel that OFD application in terms of design and position are well-organized	
Intent to use	ITU1	I plan to use an OFD service in the future	Yeo, Goh, & Rezaei, 2017
	ITU2	If possible, I will try to use an OFD service	
	ITU3	I will try to use an OFD service if necessary	

### 3.2 Research method

#### 3.2.1 Qualitative Research

The author developed a research question to examine the attitudes and perceptions of Da Nang's Generation Z residents toward the use of OFD services. Thus, background theory can be used to evaluate prior research papers, develop research models, and formulate hypotheses for future research. A survey of selected Generation Z members in Da Nang was conducted using qualitative methods. The purpose of learning and evaluating is to create a questionnaire and adjust the observed variables in order to test and compare previous research hypotheses. Interviewees will be able to comprehend the questions properly using the scales previously

provided by the authors. And the most pertinent variables will be chosen; otherwise, perplexing variables will be ignored.

### 3.2.2 Quantitative Method

We collect data for the quantitative method through a direct survey; the questionnaire consists of 25 multiple-choice questions about common issues, benefits, and drawbacks associated with Gen Z's use of OFD services in Da Nang.

The information and data will then be processed by SPSS software, which aids in the research by extending standard multivariate analysis methods, such as regression, factor analysis, correlation, and variance analysis. When used in conjunction with SPSS (Statistics Package for Social Sciences), it is capable of analyzing, cleaning, transforming, and managing data, as well as synthesizing and presenting data in the form of tables and graphs from which statistical parameters and findings can be calculated.

## 3.3 Data Sampling

### 3.3.1. Sampling

We investigated Gen Z's attitudes and perceptions toward using an online food delivery service in Da Nang. As a result, this poll included all Gen Z residents in Da Nang. As a result, data were gathered using convenience sampling, a non-probability sampling technique.

### 3.3.2. Sample size

Using Yamane (1967) formula:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (1)$$

Where:

n = number of sample sizes

N = number of total populations

ISSN 2757-5519

SINCE 2015

e = sample limit error ( $\pm 3\%$ ;  $\pm 5\%$ ;  $\pm 7\%$ ;  $\pm 10\%$ )

95% confidence interval and statistically significant results  $p=0.5$  are assumed The minimum sample size for this study will be 200.

### 3.3.3. Data Collection

In Da Nang, a convenient random sampling was used to collect data from Gen Z clients who use online meal delivery services. To collect data, a self-administered survey questionnaire was distributed via Google Docs directly to respondents in Danang City. The questionnaire is written in an uncomplicated and straightforward manner to ensure that respondents grasp the question quickly. The question items were modified slightly from previous investigations.

The questionnaire is structured around the study objectives listed in the first section. The following component collects sociodemographic data as well as consumer feedback on the influencing factors identified in the previous section's study model. The final evaluation's indicators are rated on a 5-point Likert scale, with 1 indicating strong disagreement and 5 indicating strong agreement (strongly agree).



**4. RESULT**

4.1 Overview of the research sample

The entire sampling procedure, which included 25 questionnaires, was distributed to all residents of Danang City, resulting in the collection of 250 samples.

**Table 2 Sample distribution table**

	Categories	Frequency	Percentage
Gender	Male	134	53.4%
	Female	114	45.4%
	Other	3	1.2%
Age	12-17	30	12%
	18-23	156	62.2%
	24-30	52	20.7%
	>30	13	5.2%

The table below shows the percentage of different genders and ages who use OFD (Online food delivery) in Da Nang. In general, Da Nang has the highest number of male applicants for OFD. Additionally, the majority of respondents are between the ages of 24 and 30 in this study. Males, with 134 results, account for 53.4 percent of the total, followed by females with 45.4 percent. The other group has the fewest responses, with only three.

With 156 responses and a prevalence of 62.2 percent, the age group 18 to 23 has nearly five times the volume of OFD tendency as the age group 12 to 17. The proportion of those aged 24 to 30 in OFD is 20.7 percent, which is four times the proportion of those over 30.

4.2 Reliability and Validity

Price Savings, Ease of Use, Convenience Motivation, Service Quality, Privacy and Security, Technology, and Intent to Use are all subjected to the Cronbach's Alpha scale reliability test.

**Table 3 Scale quality results**

Items	N of Items	Variable component	Cronbach's Alpha	KMO	Cumulative %
<b>Price Saving</b>	3	PS1, PS2, PS3	0.820	0.848	64.297%
<b>Ease of use</b>	3	EOU1, EOU2, EOU3	0.806		
<b>Convenience Motivation</b>	4	CM1, CM2, CM3, CM4	0.724		
<b>Service Quality</b>	3	SQ1, SQ2, SQ3	0.672		
<b>Privacy and security</b>	3	PS1, PS2, PS3	0.879		
<b>Technology</b>	4	TEC1, TEC2, TEC3, TEC4	0.712		
<b>Intent to use</b>	3	ITU1, ITU2, ITU3	0.614		

Coefficient Alpha is one of the most frequently used indices of dependability in building research (Cronbach, 1951). (1993; Peterson and Kim, 2013; Bonett and Wright, 2015; Cortina,





1993; Peterson and Kim, 2013). Hair et al. believe that a confidence coefficient of 0.70 or greater is acceptable (2010). Cronbach's Alpha is greater than 0.7 for all observable variables, as shown in Table 03. As a result, all scales are trustworthy and suitable for use in EFA analysis. EFA is a widely used statistical technique in psychology research (Gorsuch, 1997; Lorenzo-Seva & Ferrando, 2006), with the objective of determining the relationships between a set of observable variables (Beavers et al., 2013; Watkins, 2018). As shown in Table 03, the KMO coefficient (0.848) meets the 0.5 KMO 1 requirement, and the Bartlett's test yields sig = 0.000 0.05, factor analysis is both appropriate and relevant for evaluating the EFA factor.

**Table 4 Rotated component matrix**

	Component				
	1	2	3	4	5
SP2	0.909				
SP1	0.887				
SP3	0.839				
P2		0.852			
P3		0.803			
P1		0.797			
EOU2			0.836		
EOU1			0.836		
EOU3			0.790		



TEC4				0.802	
TEC3				0.680	
CM1				0.618	
CM2				0.572	
TEC1					0.828
TEC2					0.663
SQ1					0.560

On the basis of the rotation matrix result, 23 observable variables are partitioned into 05 distinct sets of factors.

Factor 1: This factor contains three variables. PS2, PS1, and SP (stand for Service Quality)

Factor 2: PP is composed of three factors: P2, P3, and P1 (stand for Price)

Factor 3: This factor contains three variables. EOU1, EOU3, and EOU2, also referred to as EOU (stand for Ease of Use)

Factor 4: This factor contains four variables. TEC4, TEC3, CM1, CM2 (affectionately referred to as CM2) (stand for Usefulness)

Factor 5: This factor contains three variables. TEC1 (SQ1), TEC1 (TEC1), TEC2 (TEC2), TEC3 (TEC3), TEC4 (TEC4), and TEC5 (stand for Technology).

**Table 5 Coefficients**

Model	Unstandardised Coefficients		Standardised Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.136	0.389		2.921	0.004		
EOU	0.145	0.065	0.137	2.232	0.027	.884	1.131
P	0.078	0.069	0.071	1.140	0.255	.859	1.164
CM	0.117	0.059	0.123	2.003	0.046	.889	1.124
TEC	0.200	0.057	0.225	3.528	0.001	.819	1.221
PS	0.156	0.054	0.176	2.893	0.004	.901	1.110
SQ	-0.003	0.66	-0.003	-0.051	0.960	0.789	1.267

According to the regression results in Table 05, the factors EOU, CM, TEC, and PS have Sig. 0.05, while P and SQ have Sig. > 0.05. This means that the independent variables EOU, CM, TEC, and PS all have an effect on Gen z's attitude toward SST adoption, but P and SQ do not. Additionally, the EOU, CM, TEC, and PS all have a positive effect on Gen Z satisfaction, as evidenced by their positive regression coefficients.

The model's significance is explained as follows:

The coefficient of the Ease of Usefulness (EOU) variable is 0.137, indicating that a 0.137-point increase in EOU will improve Gen z's perceptions of Da Nang.

The Convenience Motivation (CM) variable has a coefficient of 0.123, indicating that a one-unit change in CM has a 0.123-point effect on the attitudes of Gen z in Da Nang.

The Technology (TEC) variable has a coefficient of 0.225, indicating that a unit increase in CM increases Gen z's attitudes in Da Nang by 0.225 points. The PS variable has a coefficient of 0.176, indicating that a unit change in CM will result in a 0.176 point increase in the attitudes of Gen z in Da Nang.

## 5. DISCUSSION

Another objective of this study was to determine whether OFDS are motivated by convenience, technology, ease of use, service, price, or privacy and security. According to the majority of findings, four factors significantly influence consumer attitudes toward OFDS in general, and Gen Z attitudes toward OFDS in particular.

H2: Ease of Usefulness (EOU) has increased by 0.137 points.

H6: Convenience Motivation (CM) has increased by 0.123 points.

The Technology Index (TEC) increased by 0.225 points in the first quarter.

H5: The PS score (Privacy and Security) has increased by 0.176 points.

However, because hypotheses 3 and 4 were not validated by the findings, it is argued that price has little impact on Gen Z's purchasing decisions and that they are unconcerned about service. On the other hand, future generations may ponder and pay much more attention to this subject. Simplicity, which includes comfort and convenience, is a critical characteristic shared by the majority of Gen Z members. Consumers favor OFDS because they can save significant amounts of time. OFDS will be their first choice due to its simplicity, especially during rush hour. However, numerous obstacles remain, such as the Vietnamese daily routine and culture, the fact that some food stores are located in densely populated areas, and the delay during rush hours. As a result, food retailers must develop strategies for maintaining food quality and ensuring prompt delivery as demand increases. They should consider collaborating with third-party programs such as Grab Food, Now Food, or Baemin to increase sales and revenue. To

retain customers, food vendors must maintain competitive pricing, whether through appealing promotions or free delivery. We predict that following the pandemic, people will quickly adopt OFDS as a standard part of their lifestyle. As a result, food retailers must work in this direction if they wish to retain and grow their businesses in the near future

## 6. CONCLUSION

OFDS is a consumer-oriented market that has been used to provide consumers with comfort and convenience by enabling them to purchase their favorite foods at the best possible price without leaving their homes. This is consistent with our findings, which indicate that convenience, time savings, and cost savings are the primary variables influencing customers' perspectives and attitudes toward pushchairs in general, and Gen Z in particular. OFDS was used prior to, during, and following the COVID-19 epidemic. According to the study's findings, customers who have a favorable opinion of OFDS have a favorable response to the desire to continue following COVID-19. Despite the fact that the results indicate a significant effect on the intention to continue using OFDS following COVID-19, a number of concerns and obstacles must be addressed. Customer perception is classified into two categories based on online experience and comparison to actual dining experience: unfavorable and favorable. It has two advantages: a large number of references and a reasonable price; and it has two disadvantages: inconvenience and a lack of quality assurance for the products. Additionally, a variety of external influences have had a sizable effect. One advantage is that a majority of food retail establishments are conveniently located (near the central area). Additionally, going to the store to choose and experience things for themselves is a part of the Vietnamese culture. This perception will influence Gen Z's attitudes and future online food purchases.

The figures cited above are merely estimates. Our team of authors did their best during the research process, but the delicate situation surrounding the covid-19 epidemic impacted a large portion of the population, resulting in some shortcomings. Only online surveys are permitted, and the number of completed surveys is small, resulting in a low overall survey quality

## REFERENCES

- [1]. Yeo, V. C. S., Goh, S.-K., & Rezaei, S. (2017). Consumer experiences, attitude and behavioral intention toward online food delivery (OFD) services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 150–162. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.12.013>
- [2]. Mehroliya, S., Alagarsamy, S., & Solaikutty, V. M. (2021). Customers response to online food delivery services during COVID-19 outbreak using binary logistic regression. *International Journal of Consumer Studies*, 45(3), 396–408. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12630>
- [3]. Prasetyo, Y. T., Tanto, H., Mariyanto, M., Hanjaya, C., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A.,
- [4]. & Redi, A. A. N. P. (2021). Factors Affecting Customer Satisfaction and Loyalty in Online Food Delivery Service during the COVID-19 Pandemic: Its Relation with Open Innovation. *Journal of*
- [5]. *Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 76. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010076>
- [6]. Saad, A. T. (2020). Factors affecting online food delivery service in Bangladesh: An empirical study. *British Food Journal*, 123(2), 535–550. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2020-0449>
- [7]. Nguyen, T. H. D., & Vu, D. C. (2020). Food Delivery Service During Social Distancing: Proactively
- [8]. Preventing or Potentially Spreading Coronavirus Disease–2019? *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 14(3), e9–e10. <https://doi.org/10.1017/dmp.2020.135>
- [9]. Health Preparedness, 14(3), e9–e10. <https://doi.org/10.1017/dmp.2020.135>
- [10]. Chandrasekhar, N., Gupta, S., & Nanda, N. (2019). Food Delivery Services and Customer Preference: A Comparative Analysis. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(4), 375–386. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1626208>
- [11]. Banerjee, D. S. P. (2019). Measuring Service Quality of Food Delivery Services: A study of
- [12]. Generation Z. *Tourism and Leisure*, 8, 12.
- [13]. Bàng N. Đ. L., Hồ N. V., & Thành H. T. (2021). Mô hình khai phá ý kiến và phân tích cảm xúc khách hàng trực tuyến trong ngành thực phẩm. *TẠP CHÍ KHOA HỌC ĐẠI HỌC MỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH*, 16(1), 64–78. <https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.16.1.1388.2021>
- [14]. Cai, S., & Jun, M. (2003). Internet users' perceptions of online service quality: A comparison of online buyers and information searchers. *Managing Service Quality*, 13, 504–519. <https://doi.org/10.1108/09604520310506568>
- [15]. <https://doi.org/10.1108/09604520310506568>
- [16]. Chandrasekhar, N., Gupta, S., & Nanda, N. (2019). Food Delivery Services and Customer Preference: A Comparative Analysis. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(4), 375–386. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1626208>
- [17]. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1626208>
- [18]. Dương, N. T. M. N. & N. H. V. & V. T. (2022). Hành vi sử dụng dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến của khách hàng Việt Nam trong thời kỳ dịch bệnh COVID-19. *Tạp Chí Nghiên Cứu Kinh Tế và Kinh Doanh Châu Á*, 32(9), 22–41.





- [19]. Gavilan, D., Balderas-Cejudo, A., Fernández-Lores, S., & Martínez-Navarro, G. (2021). Innovation in online food delivery: Learnings from COVID-19. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100330. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100330>
- [20]. Hong, L., Li, Y., & Wang, S. (2016). Improvement of Online Food Delivery Service Based on Consumers' Negative Comments. *Canadian Social Science*, 12(5), 84–88. <https://doi.org/10.3968/%x>
- [21]. Ilham, R. (2005). IMPROVE QUALITY OF E-LOYALTY IN ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES : A CASE OF INDONESIA. . . Vol., 15, 10.
- [22]. Jiang, L. (Alice), Yang, Z., & Jun, M. (2013). Measuring consumer perceptions of online shopping convenience. *Journal of Service Management*, 24(2), 191–214. <https://doi.org/10.1108/09564231311323962>
- [23]. Leung, X. Y., & Cai, R. (2021). How pandemic severity moderates digital food ordering risks during COVID-19: An application of prospect theory and risk perception framework. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 497–505. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.05.002>
- [24]. Liu, Y., Guo, B., Chen, C., Du, H., Yu, Z., Zhang, D., & Ma, H. (2019). FoodNet: Toward an Optimized Food Delivery Network Based on Spatial Crowdsourcing. *IEEE Transactions on Mobile Computing*, 18(6), 1288–1301. <https://doi.org/10.1109/TMC.2018.2861864>
- [25]. Nguyen, N. B. T., Lin, G.-H., & Dang, T.-T. (2021). Fuzzy Multi-Criteria Decision-Making Approach for Online Food Delivery (OFD) Companies Evaluation and Selection: A Case Study in Vietnam. *Processes*, 9(8), 1274. <https://doi.org/10.3390/pr9081274>
- [26]. Partridge, S. R., Gibson, A. A., Roy, R., Malloy, J. A., Raeside, R., Jia, S. S., Singleton, A. C., Mandoh, M., Todd, A. R., Wang, T., Halim, N. K., Hyun, K., & Redfern, J. (2020). Junk Food on Demand: A Cross-Sectional Analysis of the Nutritional Quality of Popular Online Food Delivery Outlets in Australia and New Zealand. *Nutrients*, 12(10), 3107. <https://doi.org/10.3390/nu12103107>
- [27]. Tunsakul, K. (2020). Gen Z Consumers' Online Shopping Motives, Attitude, and Shopping Intention. *HUMAN BEHAVIOR, DEVELOPMENT and SOCIETY*, 21(2), 7–16.
- [28]. A. Al-Tit, A. (2015). The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention. *Asian Social Science*, 11(23), p129. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n23p129>
- [29]. Ajaz, A., & Bhat, D. (2019). SATISFACTION OF CONSUMERS BY USING ONLINE FOOD SERVICES. *Social Science*, 10 pages.

- [38]. Annaraud, K., & Berezina, K. (2020). Predicting satisfaction and intentions to use online food delivery: What really makes a difference? *Journal of Foodservice Business Research*, 23(4), 305–323. <https://doi.org/10.1080/15378020.2020.1768039>
- [39]. 305–323. <https://doi.org/10.1080/15378020.2020.1768039>
- [40]. Ayuni, R. F. (2019). THE ONLINE SHOPPING HABITS AND E-LOYALTY OF GEN Z AS NATIVES IN THE DIGITAL ERA. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 34(2), 168.
- [41]. <https://doi.org/10.22146/jieb.39848>
- [42]. Gabor, A., & Granger, C. W. J. (1979). The Attitude of the Consumer to Prices. *Management Decision*, 17(8), 619–634. <https://doi.org/10.1108/eb001215>
- [43]. Hải L. N., & Mai P. T. T. (2021). NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG ỨNG DỤNG GIAO THỨC ĂN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG. *Journal of Science and Technology - IUH*, 51(03), Article 03. <https://doi.org/10.46242/jstih.v51i03.3191>
- [44]. HẢI L. N., & MAI P. T. T. (2021). NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH SỬ DỤNG ỨNG DỤNG GIAO THỨC ĂN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG. *Journal of Science and Technology - IUH*, 51(03), Article 03. <https://doi.org/10.46242/jstih.v51i03.3191>
- [45]. DUNG ỨNG DỤNG GIAO THỨC ĂN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG. *Journal of Science and Technology - IUH*, 51(03), Article 03. <https://doi.org/10.46242/jstih.v51i03.3191>
- [46]. NẴNG. *Journal of Science and Technology - IUH*, 51(03), Article 03. <https://doi.org/10.46242/jstih.v51i03.3191>
- [47]. Lau, T.-C., & ng, D. (2019a). Online Food Delivery Services: Making Food Delivery the New Normal. 1, 62–77.
- [48]. Normal. 1, 62–77.
- [49]. Lau, T.-C., & ng, D. (2019b). Online Food Delivery Services: Making Food Delivery the New Normal. 1, 62–77.
- [50]. Normal. 1, 62–77.
- [51]. Li, C., Miroso, M., & Bremer, P. (2020). Review of Online Food Delivery Platforms and their Impacts on Sustainability. *Sustainability*, 12(14), 5528. <https://doi.org/10.3390/su12145528>
- [52]. Impacts on Sustainability. *Sustainability*, 12(14), 5528. <https://doi.org/10.3390/su12145528>
- [53]. Mueller, T., & Perreault, G. (2021). Tap on our app: Internet motivators in the Generation Z purchasing process. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v26i12.11738>
- [54]. Panse, D. C., Rastogi, D. S., Sharma, A., & Dorji, N. (2005a). UNDERSTANDING CONSUMER BEHAVIOUR TOWARDS UTILIZATION OF ONLINE FOOD DELIVERY PLATFORMS. . Vol., 16, 13.
- [55]. Panse, D. C., Rastogi, D. S., Sharma, A., & Dorji, N. (2005b). UNDERSTANDING CONSUMER BEHAVIOUR TOWARDS UTILIZATION OF ONLINE FOOD DELIVERY PLATFORMS. . Vol., 16, 13.
- [56]. Sharma, R., Dhir, A., Talwar, S., & Kaur, P. (2021). Over-ordering and food waste: The use of food delivery apps during a pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 96, 102977. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102977>
- [57]. Su, C.-H. (Joan), Tsai, C.-H. (Ken), Chen, M.-H., & Lv, W. Q. (2019). U.S. Sustainable Food Market Generation Z Consumer Segments. *Sustainability*, 11(13), 3607. <https://doi.org/10.3390/su11133607>
- [58]. Generation Z Consumer Segments. *Sustainability*, 11(13), 3607. <https://doi.org/10.3390/su11133607>
- [59]. Tran, V. D. (2021). Using Mobile Food Delivery Applications during the COVID-19 Pandemic:



- [60]. Applying the Theory of Planned Behavior to Examine Continuance Behavior. Sustainability, 13(21), 12066. <https://doi.org/10.3390/su132112066>
- [61]. Troise, C., O’Driscoll, A., Tani, M., & Prisco, A. (2020). Online food delivery services and behavioural intention – a test of an integrated TAM and TPB framework. British Food Journal, 123(2), 664–683. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2020-0418>
- [62]. Yusra, Y., & Agus, A. (2020). The Influence of Online Food Delivery Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: The Role of Personal Innovativeness. 6–12.
- [63]. My Nguyen (2019) how food delivery services in Vietnam accommodate millennials and generation z





## MEITEI TRIBE USED TO A MATRIARCHY TILL 17<sup>TH</sup> CENTURY: LOOKING THROUGH SETTLEMENT AFTER MARRIAGE.

**Oinam Teresa Khumancha**

Central University of Gujarat

ORCID: 0000-0002-0752-6748

### **Abstract:**

Meitei Tribe is an indigenous community predominantly living the current state of Manipur in the Union of India. In the past this community have established large kingdom, with boundary stress from eastern part of current Bangladesh to current western part of Myanmar. Now this indigenous community is on the verge of extinction as its population in Bangladesh and Myanmar is dwindling. Almost all the sociologist at this current era agreed on the assumption that Meitei Society is a Patriarchal society. Currently some sociologists claims that Meitei Tribal society show significant characteristic of a matriarchy. So, this indigenous group of people is patriarchal society but a same time exhibiting matriarchal elements in its day to day lives activities. The questions here is that this indigenous society always used to be patriarchal society since the beginning and import the characteristic of matriarchy from other societies; or this Meitei Tribe used to be a matriarchy society which slowly turning into a patriarchal society with the interactions of other society and culture. This paper will deal in these questions from the historical perspective.

SOCRATES  
JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY  
SOCIAL STUDIES

ISSN 2757-5519

SINCE 2015

## UNDERSTANDING TRANSEXUALS: A SOCIOLOGICAL APPROACH

**Surbhi**

Centre for Studies in Society and Development

Central University of Gujarat

ORCID ID- 0000-0002-3371-0063

### Abstract

Most research on gender focuses upon the male and female dichotomy that reinforce the gender binary. The social construction of gender tends to normalise and demand for conformity of two gender identity male and female. As there are many theories focused on binary gender identity their problems, issues, status and development. The study on non-binary or third gender identity have done very little or not much focused in academic discourse. In society, gender identity is one of the most crucial formations that strict and limit gender different identities by maintaining the exclusive category of two gender male and female. It is very important to bring alternative sexuality in mainstream academics. The alternative gender identity recognised in a category of 'transgender'. Transsexual people is a transgender individual who diagnosed with gender identity disorder (GID) with medical health professionals then they transit of what the gender they identified with. Transsexuals are discriminated in societal space is not new. The discrimination begins from the family itself then, neighbours, and further workplace. They often ostracised and look-down-upon. From the very childhood they face gender correctness and self-doubt because of their surroundings. Unacceptance in society lead them towards multiple marginalisation such as homelessness, unsupportive family, lack of education (high drop-out ratio), lack of job opportunities, lack of health care facilities, legal issues. All these make them more vulnerable in result they are prone to HIV/AIDS, sex work, harassments, sexual abuse etc. The welfare and development of transsexuals in Indian context has not paid enough attention. Though they are recognised in legal framework but they are marginalised in terms of their family, education, employment, shelter, institutions, healthcare facilities etc. It is very important to reach the societal problem of transsexuals who face discrimination and challenges in their everyday life and also understand their livelihood condition. Thus, the study focuses on the problems face by transsexuals in terms of socio-economic framework in Indian context. The study tries to understand the social experience of transsexuals in their everyday life.

Keywords: gender, transgender, transsexuals, social problems

## SOCIO - ECONOMIC IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC IN LATIN AMERICAN COUNTRIES IN THE CONTEXT OF BRAZIL

**Dr. Elnur Allahverdiyev**

Director of Baku Business and Cooperation College, Baku, Azerbaijan

ORCID NO 0000-0002-1477-9217

### ABSTRACT

The coronavirus (Covid-19), which emerged in Wuhan, China and later became a global pandemic, has infected millions of people around the world. The epidemic, which has spread to the world regardless of economic development and region, makes itself felt deeply in Latin America. The epidemic, which left society and states helpless in the rapid course of contagion, has created an even more dangerous picture with its global dimension.

Latin American countries have historically felt the effects of the economic, political and social divisions created by the colonial period and continued to a large extent after the independence struggles won since the beginning of the 19th century. In this geography, where political and economic instability and social reactions often feed each other, and democracy has been interrupted by military coups in many countries, populist governments have also come to power frequently. In this study, first of all, it was investigated in which countries Covid-19 cases are most common in Latin America and which cause loss of life. For this purpose, the countries with the highest number of cases in Latin America between 1 March 2020 and 15 September 2020 were determined by analyzing the quantitative data compiled from various sources, especially the health ministries of the countries in the region. The geographical spread of the pandemic was determined by reflecting the map of Brazil, which was determined to have the highest number of cases and deaths in the said time period.

**Keywords:** Socio-economic, impact, COVID-19, Latin American countries, Brazil.

### 1. INTRODUCTION

The new version of the corona virus, Covid-19 (World Health Organization [WHO, 2020a), which is spreading rapidly all over the world), first appeared in China in December 2019 (Sauer, 2020). The virus, which started to be seen in other parts of the world in a short time, was first detected in Brazil on February 25, 2020 in Latin America (Andrus, et al., 2020, p. 593). From February 25, Covid-19 started to spread rapidly both in Brazil and in the region. As stated in many studies, Latin American countries, whose health systems are not strong enough, have been affected by the Covid-19 pandemic not only in the field of health, but also in economic, political and social terms (Blofield, Hoffmann, & Llanos, 2020). The socio-economic problems that exist in Latin American countries have deepened even more during the pandemic process. The first case of Covid-19 in Brazil was detected in São Paulo on February 25, 2020, and a rapid increase in the number of cases has been observed since that date, with Covid-19 cases reaching 5,923 as of April 1, 2020. 206 people died due to the virus, including 136 in São Paulo. The highest number of Covid-19 cases were seen in the states of São Paulo (2,339), Rio de Janeiro (708) and Distrito Federal (354), and there is currently no state without the epidemic.



These developments adversely affected the stock market in Brazil and caused significant depreciation in Real.

On February 26, 2020, the US Dollar appreciated by 1.08% against the Brazilian Real and reached 4.44 Reals; The Ibovespa stock market, on the other hand, fell by 7%, the biggest change since the domestic crisis on May 18, 2017. Since the said date, the US Dollar increased to 5.2 on March 18, 2020 for the first time, and was traded at 5.13 on March 23, 2020. Ibovespa stock market also started to decline as of February 26, 2020, experiencing the biggest loss on March 18, 2020 (36.7% decline between February 26 and March 18, 2020). Due to the potential effects of the virus on tourism and airline transportation, the companies whose share values decreased the most in the country were airline companies. The shares of Gol airline company depreciated by 14.3%. On the other hand, on March 9, 2020, the biggest drop in the stock market was seen in Petrobras company shares due to the 30% decrease in oil prices. The company Petrobras, which lost value by 24%, experienced the biggest loss in history with 81 billion dollars.

The country's growth forecast for 2020 was reduced from 1.68% to 1.48%, while the average inflation rate forecast was revised from 3.10% to 3.04%. In 2021, the average inflation rate is 3.6%; It is expected to be 3.5% in 2022-2023. The Central Bank Monetary Policy Committee (Copom) made a 0.5 point cut in the Selic benchmark interest rate, and the Selic rate became 3.75%. This ratio is not expected to change for the remainder of 2020.

It is calculated that the lowest-income segment in the country (with monthly incomes between 0 and 2 minimum wages) will be 20% more exposed to the negative impact of Covid-19 on the economy than other segments.

On the other hand, one of the biggest effects of the epidemic on Brazilian foreign trade was seen in logistics. There was a shortage of containers in the country due to the containers used for export to China and which could not be returned. About 30% of Brazil's exports in 2019 were to China, and this export mainly consisted of soybean, iron ore and oil. With the decrease in China's imports from Brazil, the prices of these products decreased by 78% in Brazil as of mid-January. In 2019, 20% of Brazil's imports were made from China, and the fact that production in China came to a standstill had significant effects on Brazil's imports. In certain sectors, the said effect was felt more. According to the Brazilian Electronics Manufacturers Association (ABINEE), 70% of the companies in the sector have problems with the supply of raw materials and components imported from China. Similarly, it was announced that mobile phone manufacturers had to reduce their activities due to the lack of parts in the factories responsible for their production; compulsory vacation for employees has started.

It is thought that the Covid-19 outbreak will also negatively affect Brazil's raw material and semi-material exports and lead to a decrease in commodity prices. It is calculated that the contraction caused by the virus on global demand caused a 20-30% decrease in meat demand from Brazil. Brazil's largest meat producers have started to suspend their activities. Suspension or postponement of previous orders from Europe also puts the industry in a difficult situation. In São Paulo, the state with the largest number of people infected by Covid-19, the average price of slaughtered beef decreased by 2.1% in March compared to February. It is thought that the said price decrease will also be reflected in the export of livestock.

On the other hand, according to the news in Brazil's agricultural magazine Globo Rural, India is expected to export 4.5 million tons of sugar in the 2019/20 fiscal year, a decrease of about

20% compared to the previous year, due to the decrease in global prices due to the Covid-19 outbreak. It is thought that this decrease can be substituted by Brazil, the world's largest exporter of sugar cane.

## 2. COVID-19 IN LATIN AMERICA

With the first case seen in Brazil at the end of February 2020, Latin American countries began to feel the effects of the Covid-19 pandemic quickly. Along with some underdeveloped and developing countries, Latin American countries were also insufficient to perform the test to detect the virus at the beginning of the pandemic and needed external support (Bedford, et al., 2020, p. 1016). However, over time, the number of tests applied in Latin America has increased, making case detection easier. However, the inadequate health system in many countries of the region caused the virus to spread rapidly and the number of cases resulting in death increased. The first death in the region occurred in Argentina on March 7 (Horwitz, Nagovitch, Sonneland, & Zissis, 2020). In Brazil, where the first case was seen, the first death occurred on March 16 (BBC, 2020). In general, the first cases and then the loss of life in the countries of the region were seen in March 2020.

Since March, cases have started to increase rapidly in almost every country in Latin America. Towards the end of May, according to the data published by the World Health Organization (WHO), the number of cases in the region reached 700,000 and 33,000 people died (Dellanna, 2020). This made Latin America the new center of the Covid-19 pandemic at that time (Newey, 2020). Although the number of cases is increasing rapidly in all Latin American countries, the most cases were seen in Brazil (CDE, 2020). With 330,000 cases at the end of May, Brazil was recorded as the country most severely affected by the pandemic in the region.

When the problems such as poverty, economic inequality and political instability faced by the majority of Latin America are added to the fact that the health system in most countries is not sufficiently developed, it has become inevitable for the region to become one of the epicenters of the pandemic. Although very strict measures have been implemented in some countries, it is difficult to say that the administrations are successful in preventing the spread of the virus. Decisions taken to slow the spread of the virus caused economic problems, which made the living conditions of the people more difficult and started to create deeper problems for the health system.

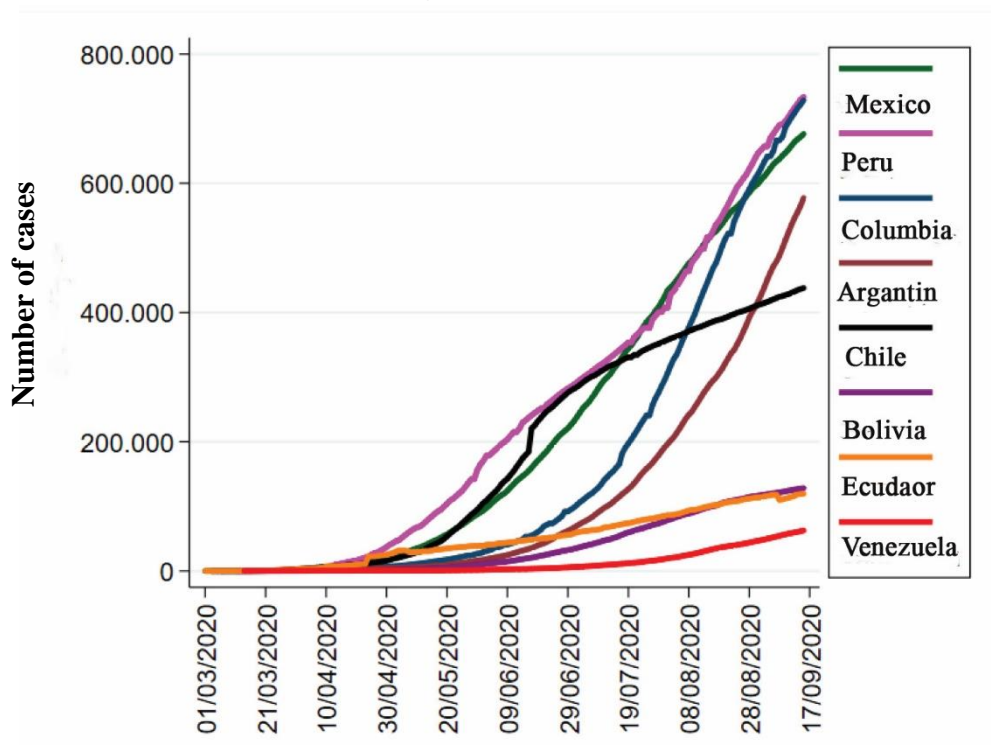
Apart from Brazil, countries such as Mexico, Colombia, Ecuador, Peru, Panama, and Guatemala are among the countries most affected by the pandemic (Burki, 2020). Not only these countries, but almost all Latin American countries experienced many problems due to the inability of their health systems to cope with the intensity, especially during the rapid spread of the virus (Caicedo-Ochoa, Rebellon-Sanchez, Penaloza-Rallon, Cortés-Motta ve Méndez-Fandino, 2020, p. 317). This made the situation of the countries even more difficult. The limited access of individuals, especially health personnel, to protective equipment has further accelerated the spread of the virus in the region (Panduro-Correa, Arteaga-Livias and Rodriguez-Morales, 2020, p. 596).

While both the number of cases and death rates have increased rapidly in the region, the existing economic problems have started to deepen. Many people lost their jobs and some sectors had to stop their activities due to measures such as quarantine, closure of workplaces, restriction of

national and international flights to control the pandemic. This situation has affected many small and large enterprises in the countries of the region, and almost all actors of the economy, from unregistered street vendors to large state-affiliated energy companies (Economic Commission for Latin America and the Caribbean [ECLAC], 2020). The fact that the number of cases in the region is still high as of September 15, 2020, when the data used in this study was compiled, causes the negative effects of Covid-19 to continue and deepen.

In this context, in order to convey a general panorama of the situation in the region, the number of cases in eight countries in Latin America, excluding Brazil, from March 1, 2020 to September 15, 2020, are shown comparatively in Chart 1. Due to the fact that the number of cases approached 4.5 million in Brazil, which is much higher than in other countries, it could not be included in the chart.

**Chart 1. Latin America Highest Covid-19 Case Numbers (Brazil vs.)**



**Source:** Created by the author using data from Johns Hopkins University

According to Chart 1, while the number of cases detected in Peru, Chile and Mexico, respectively, exceeded 200 thousand in June, this threshold was exceeded in July in Colombia and Argentina. While Peru, Colombia and Mexico exceeded the number of 600 thousand cases as of August, it is seen that Argentina follows these countries. It is possible to say that the rate of increase in Chile is slower than these four countries.

As seen in Table 1, Brazil and Argentina come to the fore in the number of cases announced by the official authorities on September 15, 2020, when the latest data were compiled for this study. Brazil and Argentina are followed by Colombia and Mexico in the one-day case count of September 15. As can be seen in Table 1, as of September 15, 2020, the highest number of cases and deaths in the Latin American region was in Brazil, and the highest death rate was in Mexico. From this point of view, it is important to examine the effects of Covid-19 in both countries.

**Table 1. Countries with the Highest Number of Covid-19 Cases and Deaths in Latin America (1 March-15 September 2020)**

Country	Total number of cases (including 15 September 2020)	Number of deaths	Number of daily cases announced on September 15, 2020
Brazil	4.384.299	133.207	34.755
Mexico	676.487	71.678	4.771
Peru	744.400	31.051	1.926
Colombia	728.590	23.288	6.698
Chile	437.983	12.040	1.536
Argentina	577.338	11.852	11.892
Ecuador	119.553	10.963	645
Bolivia	128.286	7.447	667
Venezuela	62.655	502	1086

**Source:** Worldometer for Brazil, 2020; Johns Hopkins University for Mexico, 2020; Minsa for Peru, 2020; Ministerio de Salud y Protection Social for Colombia, 2020; Ministerio de Salud for Chile, 2020; Argentina Presidencia Ministerio de Salud for Argentina, 2020; Ministerio Salud de Publica for Ecuador, 2020; Bolivia Ministerio de Salud for Bolivia, 2020; Estadísticas Venezuela for Venezuela was created by the author with data compiled from 2020.

### 2.1. Fighting the COVID-19 pandemic in Latin America

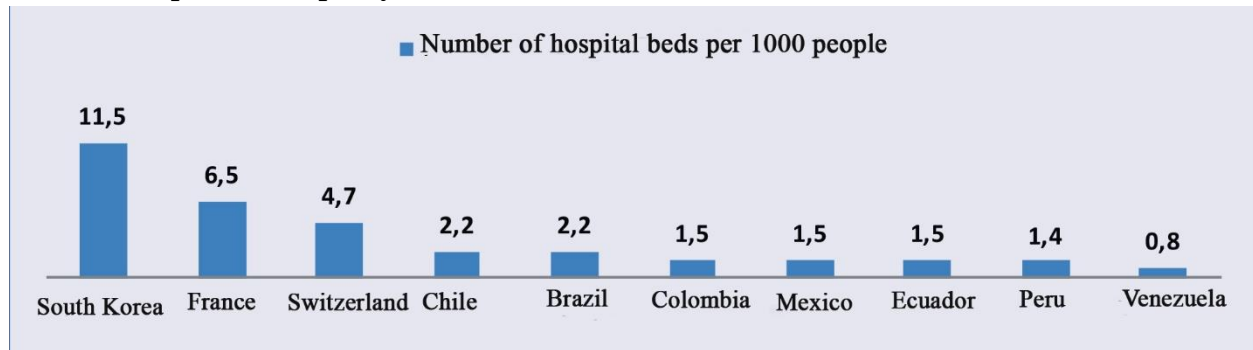
The fact that no vaccine against coronavirus has yet been found brings a second wave of epidemics to the agenda in the world, and attention is drawn to the importance of a healthy and vitamin-based diet. However, access to clean, cheap and healthy food products cannot be fully achieved in many countries. Access to food is among the important chronic problems in many countries of Latin America. Many people, who were able to reach sufficient food with the meals given in schools by the public before the epidemic, are now limited in access to sufficient food due to the disease. In Latin America, where more than 85 million children are deprived of adequate nutritional resources, the current problem is tried to be solved with cash aid. However, it is difficult to say that there is a permanent solution to the problem due to the difficulties caused by corruption. The fact that more than 40 million people across the continent need to continue their daily work for regular nutrition makes it difficult to combat the epidemic in the region. The coronavirus, accompanied by political, economic and social crises, has brought with it bigger problems in Latin America. The limited opportunities to receive support from foreign countries due to the global epidemic makes the crisis process more chaotic for Latin America.

The number and capacity of hospitals in Latin America, where access to and quality of the health system is less developed than other regions, is far from the capacity to fight a global pandemic. For example, while there are between 1 and 3 beds per thousand people across the continent, not every citizen has access to the health system (Chart 2). Especially for the local population living in rural areas, access to the health system is more difficult, expensive and of poor quality compared to those residing in the city. In addition, the continent, which has experienced great losses in the last 3 years (except for Brazil) in terms of respiratory equipment, which is an important medical device in the fight against coronavirus, does not have the capacity to supply the necessary health materials due to the global pandemic. In addition, the high number of people with chronic diseases in the region indicates the potential of the epidemic that



may cause an increase in death rates ([https://www.thelancet.com/journals/laninf/article/PIIS1473-3099\(20\)30303-0/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/laninf/article/PIIS1473-3099(20)30303-0/fulltext)).

**Chart 2. Hospital-bed capacity and Latin American countries (2013-2015)**



**Source:** Compiled by the author on the basis of data from the World Bank.

Mexico, Brazil and Argentina stand out as countries with a disadvantage in this regard. The limited access of the local population to clean water is another problem area that the continent faces. For example, 13 million Amazonian Indians in Brazil have limited access to clean water. The same problem exists in other Latin American countries. In addition, in countries such as Bolivia, Haiti and Paraguay, parallel to the underdeveloped social security system, the public does not have the resources to finance public hospitals. The addition of 4.5 million refugees, who had to migrate from Venezuela due to the economic crisis, to the existing problems makes it difficult for the continent to fight the epidemic (<https://www.unhcr.org/venezuela-emergency.html>).

Latin America is struggling not only with the coronavirus but also with the dengue epidemic. Dengue, which is seen in more than 3 million people across the continent in 2019, is already challenging the health systems of the countries of the region. Accordingly, with the coronavirus becoming a global pandemic, two epidemic dangers have emerged for the region. Dengue is a severe form of cold, which caused the death of close to 1,300 people on the continent in 2019. The disease, which has some similar symptoms to the coronavirus, is less dangerous in terms of mortality rates. However, the presence of two epidemics in Latin America in the same period has the potential to exceed the capacity of the health system. In addition, it poses new challenges for the dengue country, which has infected two million people in Brazil, the continental country where the coronavirus is most common, in its fight against coronavirus (<https://www.npr.org/sections/goatsandsoda/2019/12/17/788965365/why-dengue-fever-cases-are-hitting-record-highs-in-latin-america>). The spread of the virus to which countries are exposed to the whole world limits the aid to be received from abroad, while the increasing need for medical supplies makes Latin America's fight against epidemics fragile. In an environment where many developed countries, especially the United States of America, are helpless due to the virus, China, which seems to have survived the epidemic, offers medical supplies to different countries. Aid that is not well received in every country is demanded in Latin America due to the lack of alternatives. In this chaotic process, Chinese businessman Jack Ma provided assistance with 2 million masks, 400 thousand test kits and 104 respirators to contribute to the continent's fight against the virus.

In the continent's fight against coronavirus, the economic dimension has the potential to cause social turmoil, unlike other areas. Considering that 195 million people may be faced with the risk of unemployment due to the epidemic worldwide, it will not be surprising that the current

situation deeply affects Latin America in economic terms (<https://news.un.org/en/story/2020/04/1061322>).

Considering the 47 percent of people without social security in the labor force across the continent, it can be said that a dual crisis will be felt in the region. Inflation, which decreases tax revenues and depreciates national currencies, has the capacity to affect Latin America's fight against the epidemic in both the short and long term. The economic crisis in Venezuela poses a threat to the entire continent. While 70 percent of the hospitals do not have access to water due to the crisis, 61 percent of the people do not have access to sufficient food. As the epidemic goes out of control in the country, a new wave of refugees will spread to the surrounding countries, while at the same time it may cause the disease to spread throughout the region.

### 3. BRAZIL

Brazil is the largest country in Latin America with a total area of 8,515,770 km<sup>2</sup> and a population of more than 210 million (Central Intelligence Agency [CIA], 2020a). Income inequality and poverty are one of the most important problems in Brazil, which is among the top ten economies of the world (Investopedia, 2020). For example, in Brazil, which is the largest economy in the region with a GDP of 1.796 billion dollars according to 2016 data, the Gini coefficient was 0.51 in the same period. Therefore, Brazil is the country where income distribution inequality is most intense among the developed economies of the region (Zanbak, 2019, p. 261, 264). Brazil, which is among the few industrialized countries of Latin America, is also an important agricultural and tourism country.

#### 3.1. Socioeconomic Structure of Brazil

The historical foundations of the economic, political and social crises that deepen in Brazil from time to time go back to the colonial past of the country. Brazil, unlike the rest of Latin America, was colonized by Portugal, not Spain. From the colonial period that lasted until the beginning of the 19th century (Schwartz, 2010, p. 2), it has been Portugal's most important supplier of sugar and cocoa (Edwards, 2008, p. 26). Thus, Brazil started to become a raw material supplier country, and this situation became one of the most important building blocks of the economic problems that emerged in the country in the long run.

After declaring its independence from Portugal in 1822, in Brazil, which was ruled by a monarchy for a while, the class distinction between the wealthy and the poor, and the racial segregation between whites, mestizos, natives and Africans grew (Skidmore and Smith, 2005, p. 139). In Brazil, which has a mixed population, the differences between the slaves brought from Africa, the surviving natives and the white "elites" (Meade, 2004) have deepened the existing segregations in the society. Although slavery was abolished in Brazil in 1888 (Edwards, 2008, p. 268), there were no major changes in the social structure of the country, and the elites preserved their privileged positions in politics and economy. This colonial-era structure continued to exist even after the country gained its independence. The effects of racial and class discrimination are also felt today.

After the proclamation of the republic in 1889, many political parties representing different segments of the people and adopting different ideologies were established in Brazil (Schwartz, 2010, p. 3). Thus, the country had a more democratic political structure after the colonial and kingdom periods. However, this democratization process could not save the country from military coups (Secchi, 2016, p. 90). As a result of these coups, Brazil was ruled by military



dictatorships in different periods. Experiencing more than one military coup in the country has affected the "democratic" structure. Finally, after 1985, there was a permanent transition to civil democracy (Sakurai and Menezes-Filho, 2011, p. 237). With the new constitution adopted in 1988, elections began to be held every four years. In Brazil, where neoliberal economic policies were implemented in the 1990s, left-wing governments came to power in the early 2000s.

During the presidency of Lula da Silva and Dilma Rousseffin, who came to power by being elected twice in succession from the Workers' Party between 2002 and 2016 in Brazil, economic improvements took place in the country (Mendoncha and Lavalle, 2019, p. 240). However, at the same time, the administrators of this period were accused of corruption (Saad-Filho and Boffo, 2020, p. 4), Rousseff was dismissed from the presidency in 2016 before he could complete his second term, and the vice president, Michel Temer, the leader of the Brazilian Democratic Movement, acted as the president until the 2018 elections. While Lula de Silva's re-election in the 2018 elections was on the agenda, his arrest due to corruption allegations affected the course of the elections (Polat, 2019, p. 599). In 2018, a new era began in Brazil with the coming to power of the far-right populist leader Jair Bolsonaro. A former soldier, Bolsonaro's political agenda followed a completely different course than his two predecessors (Hunter and Power, 2019, p. 68).

Bolsonaro, who spoke highly of the military regime during the election campaign, won the election even though he was criticized for being undemocratic. Bolsonaro, who has adopted a populist rhetoric since the election campaign, has been called "Trump of the Amazons" or "Trump of the tropics" (Rodrigues, 2019).

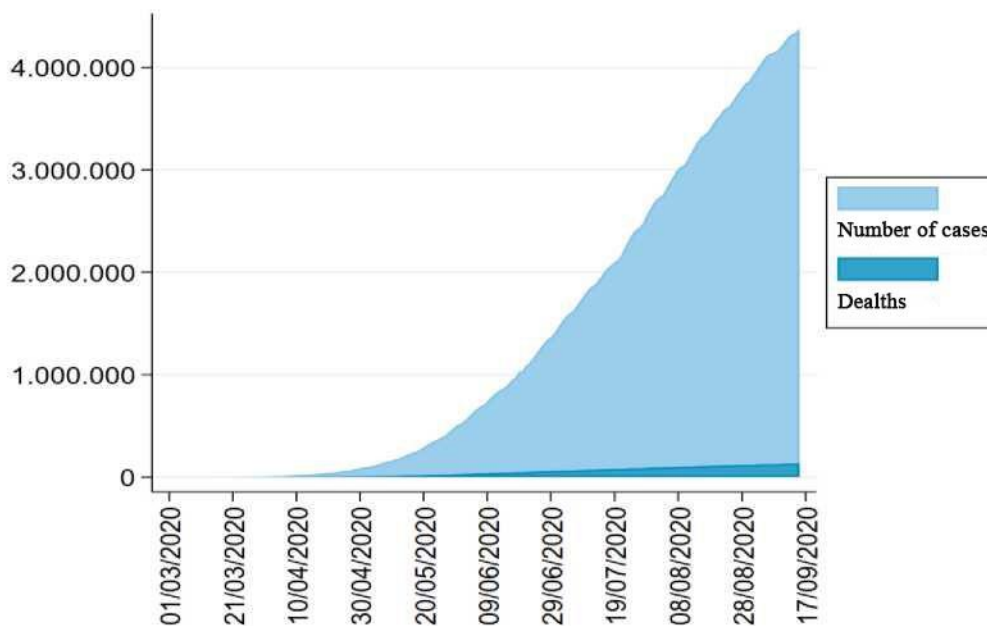
### 3.2. Covid-19 Pandemic and Its Effects in Brazil

In Brazil, which has the highest number of cases in Latin America, there has been denial of the seriousness of the situation since the beginning of the pandemic. In particular, President Bolsonaro's underestimation of the virus and his avoidance of actively implementing the necessary measures have been effective in this situation of the country (Skynews, 2020). The fact that the head of state did not take the pandemic seriously and did not implement the necessary measures has led the public to act more comfortably about the pandemic. This has left the healthcare professionals, who are at the forefront of the fight against the pandemic, in a more difficult situation, and the number of cases has increased at an unbearable rate (Lotta, Wenham, Nunes and Pimenta, 2020).

The first case in Brazil was detected on 25 February 2020 in São Paulo. Thus, Brazil became the first country to report a case in Latin America (Burki, 2020, p. 547). In the following period, Brazil became one of the countries where the number of cases increased rapidly. In this negative development, Bolsonaro's not taking the virus seriously, describing it as a simple flu, being a negative example to the public about the use of masks, and not following the social distance rules were also effective (Blofield, et al., 2020). With the influence of Brazil's crowded population and the measures not taken, more than half of the cases reported in Latin America in a short time occurred in Brazil (Cimerman, Chebabob, & Rodriguez-Morales, 2020, p. 94). The first recorded death from Covid-19 in Brazil occurred on March 16 (BBC, 2020). After that, deaths started to increase rapidly, similar to the number of cases. Although local administrators in Brazil tried to follow WHO's recommendations and take measures

accordingly, the effects of the pandemic were felt more because these measures were not immediately implemented at the national level (Croda, et al., 2020). At the beginning of the pandemic, while local governments took measures such as mandating the use of masks, closing schools / switching to distance education, and switching to working from home in many sectors, especially the public sector, President Bolsonaro criticized these administrators (Euronews, 2020), even with people protesting these measures participated in the performances together. Bolsonaro's stance has also led to the resignation or dismissal of health ministers in the country (El Tiempo, 2020). Bolsonaro (Instituto Igarape, 2020), whose Covid test was positive in July, changed his rhetoric a little after this result, and had to accept the existence of the virus and that the disease was more than an ordinary flu.

**Chart 3. Covid-19 Cases and Deaths in Brazil**



ISSN 2757-5519

SINCE 2015

**Source:** Created by the author using data from Johns Hopkins University

As can be seen in Graph 2, as of September 15, 2020, the total number of cases in the country has exceeded 4 million. More than 100,000 people died in the same period. In net, a total of 4,384,299 positive cases and 133,207 deaths were reported in the country until 15 September. As of this date, Brazil was the third country to report the highest number of cases after the USA and India (WHO, 2020b). According to the total number of positive cases, the death rate from Covid-19 is around 3%. This is a very low rate compared to many countries. However, this should not be regarded as a positive picture, because the number of infected people is quite large and continues to increase. The country reports approximately 30,000 new cases daily as of 15 September 2020, when the latest data for this study were collected.

Despite being one of the largest economies in the world, Brazil is one of the countries with high poverty and economic inequality. Although Brazilians are not among the poorest people in the world (Filho and Horrigan, 2006, p. 364), poverty is concentrated in certain regions of the country. While the poorest regions of the country are in the north and northeast (Soares, Souza and Silva, 2016, p. 1), poverty in the southeast is not so intense. At the same time, there are more economically developed cities/regions in the south of the country. On the other hand,



nearly 12 million people living in slums (favelas) on the outskirts of big cities have very limited access to services such as health, education and infrastructure. Since favelas and the people living there do not have any priority in government policies, Covid-19 spread faster in these neighborhoods due to inadequate health services; Existing problems such as unemployment, poverty, homelessness, malnutrition and access to clean water have deepened. Since non-governmental organizations are much closer to the people living in the favelas than the state, they try to help people get through this process with food and medicine support.

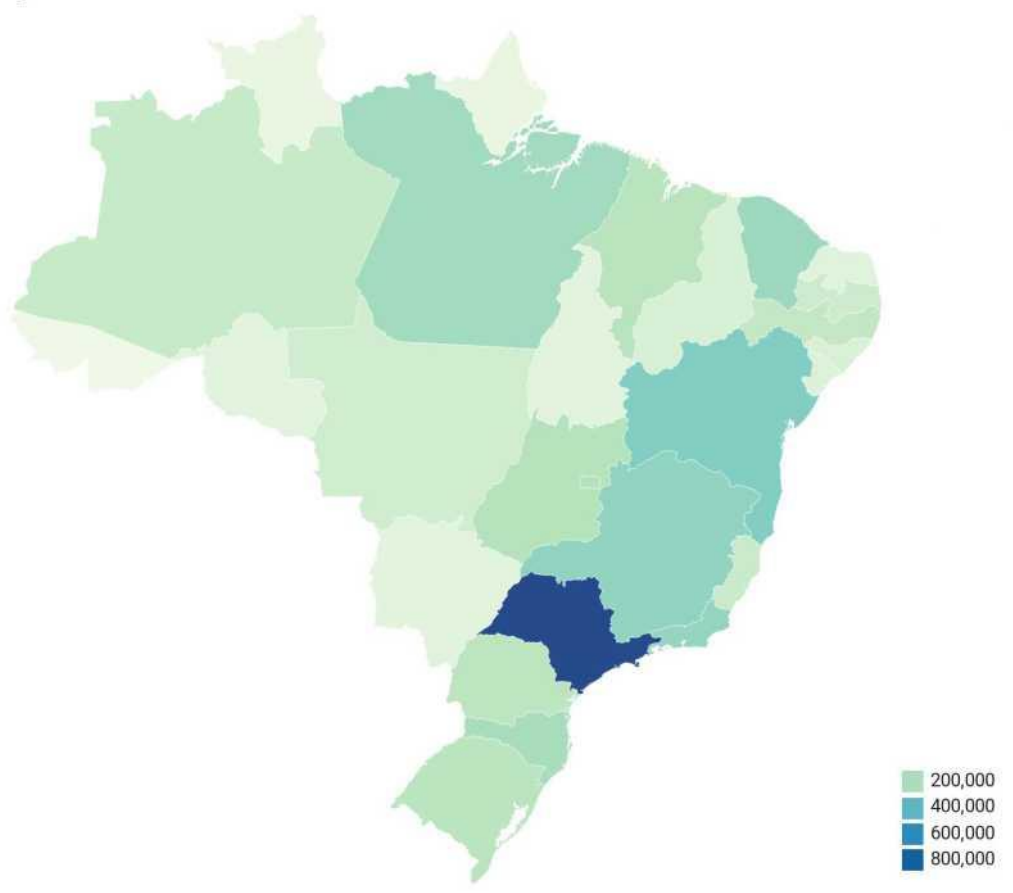
According to Map 1, which shows the number of Covid-19 cases detected in Brazil until September 15, 2020 regionally, the number of cases in the southeast of the country is higher. Especially in São Paulo (De Souza, 2019), which has the country's highest gross domestic product (GDP), the number of cases is more than 800,000. São Paulo is the most populous city in the country with a population of approximately 12 million as a city and more than 22 million as a metropolitan area with its suburbs (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2020; World Population Review, 2020b). The first Covid-19 case in the country and the first death due to the pandemic took place in this city, and the spread of the virus was faster and easier. Considering that the interaction between people is higher due to the height and density of the population in the region, the high number of cases is understandable.

When Map 1 is examined, it is seen that the number of cases is generally concentrated in the southeast of the country, especially in Sao Paulo. Interaction between people in these regions, where the commercial and economic centers of the country are dense, is one of the reasons for the high number of cases. On the other hand, in the north, where poverty is deeper and more intense, the number of detected cases is described as less. Similarly, the number of cases in the Amazon region, where there is usually little contact with the outside world and where indigenous tribes live, is low as seen in Map 1. However, there have been cases of Covid-19 in some tribes that have little or no contact with the outside world. However, unlike the rest of the country, indigenous groups were easier to fight the virus, and most of the indigenous settlements were cleared of the virus in a short time (Peres, 2020).

ISSN 2757-5519

SINCE 2015

Map 1. Covid-19 Cases by Region in Brazil



**Source:** Created by the author using data from Johns Hopkins University.

Covid-19 has caused many other problems as well as loss of life in Brazil, as in every country. Chief among these are economic problems. The intense poverty and economic inequality in Brazil has deepened with the pandemic period. The gap between the problems experienced in areas such as health and education and the ability of different groups to access these services has also increased with the effect of the pandemic. In addition, Brazil's closing its borders with many countries (KPMG, 2020) has also slowed down the foreign exchange inflow and tourism activities in the country. This has led to an increase in unemployment in the country where the service sector is an important employment area. Nearly 2 million people lost their jobs in the first four months of the pandemic (Castro, 2020).

Brazil, which is the largest country in terms of area and the most populous country in terms of population, is the country most affected by the pandemic in the region in terms of the number of cases and deaths. At the same time, the country with the first case in the region reported more than 4 million cases and more than 130,000 deaths as of 15 September. Although the number of deaths compared to the number of cases paints a positive picture in the country, the rate of spread of the virus is worrying. It is accepted that the irresponsible rhetoric of President Bolsonaro and the unconscious policies followed by the government since the beginning of the pandemic are among the most important reasons for the virus to spread so rapidly in the country. For this reason, Brazil has become the third country most affected by the pandemic in the world.

## CONCLUSION

The Covid-19 pandemic, which has rapidly affected the whole world, is deeply felt in most of the Latin American countries with the increase in the number of cases and deaths and its negative socioeconomic consequences. The policies followed by governments in many countries against the pandemic are similar. It is seen that the comprehensive measures taken in this process sometimes show their effect and the speed of the pandemic is under control in some countries. In Brazil, which was determined to have the highest number of cases and deaths in Latin America between March 1, 2020 and September 15, 2020, examined in this study, it is in question that the administrations did not take adequate and timely measures to protect public health.

As of September 15, 2020, when the latest data used in the study were compiled, over 4 million cases and more than 130 thousand deaths occurred in Brazil, and with these numbers, the country ranked second in the world after the USA.

The populist right-wing Bolsonaro government in Brazil and the populist left-wing Lopez Obrador government in Mexico have pursued similarly unsuccessful policies in the face of the pandemic, although they are at different points on the political spectrum. Both heads of state did not care about the pandemic, especially at the beginning, and refrained from taking strict measures. While Bolsonaro likened Covid-19 to a simple flu, Lopez Obrador claimed that people can defeat the virus with prayer. This discourse has led to the fact that some of the people do not take the pandemic seriously enough. On the other hand, the decision of some local governments to take stricter measures, especially in Brazil, was strongly criticized by Bolsonaro. During the pandemic, millions of people continued to work and faced the risk of being infected because they had no other choice. Therefore, in this study, it was seen that the Covid-19 pandemic deepened the class gap that already exists in Latin America, the economies of the two countries examined were adversely affected by the pandemic process, and the pandemic had more devastating effects on socioeconomically disadvantaged segments. In Brazil and Mexico, the two largest economies of Latin America, the rhetoric and attitudes of populist leaders towards the pandemic have also negatively affected the capacity of countries to cope with the virus. For this reason, it is necessary to question the populist management approach in both countries. As a result, it can be predicted that the ongoing pandemic process will lead to negative political, social and economic developments in Latin America and, in this study, in Brazil in particular, unless significant changes are made in the policies followed.

Faced with poverty, corruption and political turmoil, Latin America is now struggling with epidemics. The spread of the virus, which emerged in Wuhan in the last months of 2019, to almost all countries caused a global crisis and Latin America was deeply affected by the current chaos. The impact of the crisis, which was felt in many political and social areas, especially in the economy, was more severe among the poor people. While Brazil, Peru and Ecuador are among the countries with the highest number of cases on the continent, the coronavirus epidemic has infected more than 420 thousand people in the region. The disease, which caused the death of nearly 23 thousand people, has a risk of causing more loss of life due to the underdevelopment of the health infrastructure of the countries. While the failure of political administrations to manage the crisis and the incompatibility between institutions facilitate the spread of the epidemic, the possibility of receiving aid from foreign countries is also limited. Particularly, the political conflicts in Brazil and Ecuador increased the number of cases.



Dengue, which infected 3 million people across the continent in 2019 and caused more than 1,300 casualties, created a dual crisis in Latin America. This dual crisis has the potential to change many balances from economy to politics.

It is possible to say that the economic crisis that occurred in Venezuela and continues today has become a bigger problem with the global pandemic. Falling oil prices can be expected to aggravate the country's crisis. The combination of the virus with inadequate health infrastructure is among the important problems. It is also possible that the problems of the country will cause a new wave of refugees in the region. It is clear that such a migration will cause the epidemic to spread throughout the continent. The fact that the population, which is dependent on daily work for their basic needs, cannot work due to quarantine conditions, the difficulty of reaching the food aid provided by the public, and the fact that the local people are in a vulnerable position against epidemics are the harbingers of serious social problems across the continent. As a result, it is possible to briefly list the difficulties and threats experienced in Latin America's fight against coronavirus as follows:

- The health infrastructure is far from the capacity to fight epidemics;
- Ineffectiveness of public aids due to corruption;
- Citizens' inability to access adequate health services against diseases;
- Political crises that occurred during the epidemic period;
- Limited foreign aid due to the global pandemic;
- Inflationary pressure caused by the depreciation of national currencies;
- Governments do not take the fight against the virus seriously in Brazil and Ecuador;
- Limited access to food and clean water;
- Inadequate supply of medical supplies from local resources;
- The spread of Dengue disease and coronavirus in the continent at the same time.

## REFERENCES

### Books and Articles

Agren, D. (2020a). Coronavirus advice from Mexico's president: 'Live life as usual'. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/25/coronavirus-advice-from-mexicos-president-live-life-as-usual>

Agren, D. (2020b). Mexico flying blind as lack of Covid-19 testing mystifies experts. Retrieved from <https://www.theguardian.com/global-development/2020/jul/24/mexico-covid-19-testing-coronavirus>

Andrus, J. K., Evans-Gilbert, T., Santos, J. I., Guzman, M. G., Rosenthal, P. J., Toscano, C., ... Breman, J. G. (2020). Perspectives on battling COVID-19 in countries of Latin America and the Caribbean.

The American Society of Tropical Medicine and Hygiene, 103(2), 593-596. doi:10.4269/ajtmh.20-0571

Argentina Presidencia Ministerio de Salud. (2020). Reporte diario vespertino nro 370 situacion de Covid-19 Argentina. Retrieved from <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/15-09-20-reporte-vespertino-covid-19.pdf>

Banco Central Do Brasil. (2020). Economic outlook-inflation. Retrieved from <https://www.bcb.gov.br/en>





- BBC. (2020). Coronavirus: First Brazil death 'earlier than thought'. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-52638352>
- Bedford, J., Enria, D., Giesecke, J., Heymann, D. L., Ihekweazu, C., Kobinger, G., ... Wieler, L. H. (2020). COVID 19: towards controlling of a pandemic. *The Lancet*, 395(10229), 1015-1018. doi:10.1016/S0140-6736(20)30673-5
- Blofield, M., Hoffmann, B. and Llanos, M. (2020). Assessing the political and social impact of the COVID-19 Crisis in Latin America. *GIGA Focus | Latin America* (3), 1-13. Retrieved from <https://www.ssoar.info/>
- Bolivia Ministerio de Salud. (2020). Ministerio de Salud reporta 667 contagios nuevos de COVID-19 y el total sube a 128.286. Retrieved from <https://www.minsalud.gob.bo/4616-ministerio-de-salud-reporta-667-contagios-nuevos-de-covid-19-y-el-total-suba-a-128-286>
- Burki, T. (2020). COVID-19 in Latin America several problems undermine the preparedness of countries in Latin America to face the spread of Covid. *The Lancet Infectious Diseases*, 20(5), 547-548
- Caicedo-Ochoa, Y., Rebellon-Sanchez, D. E., Penaloza-Rallon, M., Cortes-Motta, H. F. and Mendez-Fandino, Y. R. (2020). Effective reproductive number estimation for initial stage of COVID-19 pandemic in Latin American countries. *International Journal of Infectious Diseases*, (96), 316318. <https://doi.org/10.1016/j.ijid.2020.04.069>
- Castro, J. R. (2020). How has the Covid-19 pandemic affected Brazil's different regions?. Retrieved from <https://labsnews.com/en/articles/society/how-has-the-covid-19-pandemic-affected-brazils-different-regions/>
- CDE. (2020). WHO says Latin America has become the epicentre of the coronavirus pandemic. Retrieved from <https://cde.news/who-says-latin-america-has-become-the-epicentre-of-the-coronavirus-pandemic/>
- Central Intelligence Agency (2020b). The world factbook Mexico. Retrieved from <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/mx.html>
- Central Intelligence Agency. (2020a). The world factbook Brazil. Retrieved from <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/br.html>
- Cimerman, S., Chebabob, A. and Rodriguez-Morales, C. A. (2020). Deep impact of COVID-19 in the healthcare of Latin America: The case of Brazil. *The Brazilian Journal of Infection Diseases*, 24(2), 93-95. doi:10.1016/j.bjid.2020.04.005
- CNN Espanol. (2020). Mexico reporta primera muerte por coronavirus. Retrieved from <https://cnnespanol.cnn.com/2020/03/19/secretaria-de-salud-de-mexico-reporta-primera-muerte-por-coronavirus/>
- CONEVAL. (t.y.). Multidimensional measurement of poverty in Mexico: An economic wellbeing and social rights approach. Mexico City: Consejo Nacional de Evolucion de la Politica de Desarrollo Social  
<https://www.coneval.org.mx/InformesPublicaciones/FolletosInstitucionales/Documents/Multidimensional-Measurement-of-poverty-in-Mexico.pdf>
- Croda, J., Oliveira, W. K., Frutuoso, R. L., Mandetta, L. H., Baia-da-Silva, D. C., Brito-Sousa, J. D., ... Lacerda, M. V. (2020). COVID-19 in Brazil: advantages of a socialized unified health



- system and preparation to contain cases. *Revista da Sociedade Brasileira de Medicina Tropical*, (53), 1-6. doi:10.1590/0037-8682-0167-2020
- De Souza, D. P. (2019). City of Sao Paulo has GDP of 4.3 thousand Brazilian municipalities together Retrieved from <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/en/agencia-news/2184-news-agency/news/26407-pib-da-cidade-de-sao-paulo-equivale-ao-da-soma-de-4-3-mil-municipios-brasileiros-2>
- Dellanna, A. (2020). Coronavirus: South America 'a new epicentre' of the pandemic, WHO says. Retrieved from <https://www.euronews.com/2020/05/23/coronavirus-latin-america-a-new-epicentre-of-the-pandemic-who-says>
- Doğanyılmaz Duman, D. (2020). Popülist söylemin seçmen davranışlarına etkisi: Jair Bolsonaro'nun seçim kampanyasının incelenmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (27), 193208. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.649520>
- DW. (2020). Mexico ya es el tercer país con mas muertos por COVID. Retrieved from <https://www.dw.com/es/m%C3%A9xico-ya-es-el-tercer-pa%C3%ADs-con-m%C3%A1s-muertos-por-covid/a-54399918>
- Economic Commission for Latin America and the Caribbean. (2020). Report on the economic impact of Coronavirus Disease (COVID-19) on Latin America and the Caribbean. Retrieved from [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45603/1/S2000312\\_en.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45603/1/S2000312_en.pdf)
- Edwards, T. L. (2008). *Brazil: A global studies handbook*. California: ABC-CLIO.
- El Tiempo. (2020). La crisis de los ministros en la era de Jair Bolsonaro en Brasil. Retrieved from <https://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/por-que-han-renunciado-cuatro-ministros-al-gobierno-de-bolsonaro-en-brasil-509240>
- Embassy of Mexico United Kingdom. (t.y.). Colonial Mexico. Retrieved from [https://embamex.sre.gob.mx/reinounido/images/stories/PDF/Meet\\_Mexico/9\\_meetmexico-colonialmexico.pdf](https://embamex.sre.gob.mx/reinounido/images/stories/PDF/Meet_Mexico/9_meetmexico-colonialmexico.pdf)
- Emmerich, G. E. (2010). The state of democracy in Mexico. *Norteamérica*, 5(1), 247-285. <https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2010.01.17>
- Estadísticas Venezuela. (2020). Estadísticas Venezuela. Retrieved from <https://covid19.patria.org.ve/estadisticas-venezuela/>
- Euronews. (2020). El presidente de Brasil critica las medidas de prevención adoptadas en Sao Paulo y Rio de Janeiro. Retrieved from <https://es.euronews.com/2020/03/25/el-presidente-de-brasil-critica-las-medidas-de-prevencion-adoptadas-en-sao-paulo-y-rio-de>
- Felbab-Brown, V. (2020, March 30). AMLO's feeble response to COVID-19 in Mexico [Blog]. Retrieved from <https://www.brookings.edu/blog/order-from-chaos/2020/03/30/amlos-feeble-response-to-covid-19-in-mexico/>
- Filho, J. B. and Horridge, M. J. (2006). Economic integration, poverty and regional inequality in Brazil. *Revista Brasileira de Economia*, 60(4), 363-387.
- Foster, L. V. (2007). *A brief history of Mexico*. New York: Checkmark Books.
- Gobierno de Mexico. (2020). AMLO. Retrieved from <https://lopezobrador.org.mx>
- Hamilton, N. (2015). Mexico. In H. E. Vanden and G. Prevost (Eds.), *Politics of Latin America: The power game* (pp. 315-341). New York: Oxford University Press.
- Hamnett, B. (2004). *A concise history of Mexico*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Horwitz, L., Nagovitch, P., Sonneland, H. K. and Zissis, C. (2020). The Coronavirus in Latin America. Retrieved from <https://www.as-coa.org/articles/coronavirus-latin-america#argentina>
- Hunter, W. and Power, T. J. (2019). Bolsonaro and Brazil's illiberal backlash. *Journal of Democracy*, 30(1), 68-82. Retrieved from <https://muse.jhu.edu/>
- Index of Economic Freedom. (2020). Mexico. Retrieved from <https://www.heritage.org/index/country/mexico>
- INEGI. (2020). Empleo y Ocupacion. Retrieved from <https://www.inegi.org.mx/#>
- Institute Brasileiro de Geografia e Estatistica. (2020). Sao Paulo. Retrieved from <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/sao-paulo.html>
- Institute Igarape. (2020). Brazil's Bolsonaro tests positive for Coronavirus. Retrieved from <https://igarape.org.br/en/brazils-bolsonaro-tests-positive-for-coronavirus/>
- Investopedia. (2020). Countries by GDP. Retrieved from <https://www.investopedia.com/insights/worlds-top-economies/>
- Johns Hopkins University. (2020). Coronavirus research center. Retrieved from <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>
- Kirkwood, B. (2000). *The history of Mexico*. London: Greenwood Press.
- Knight, A. (2008). Mexico, c. 1930-46. In L. Bethell (Ed.), *Latin America since 1930: Mexico, Central America and the Caribbean*. Cambridge: Cambridge University Press.
- KPMG. (2020). Brazil - Travel restrictions and other measures to confront COVID-19 crisis. Retrieved from <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2020/03/flash-alert-2020-119.html>
- Lotta, G., Wenham, C., Nunes, J. and Pimenta, D. N. (2020). Community health workers reveal COVID-19 disaster in Brazil. *The Lancet*, 396(10248), 365-366. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)31521-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)31521-X)
- Marquez, S. (2020). ¿Es populista Lopez Obrador? Retrieved from <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/solange-marquez/es-populista-lopez-obrador>
- Meade, T. A. (2004). *A brief history of Brazil*. New York: Infobase Publishing.
- Mendonga, R. F. and Lavallo, A. G. (2019). Brazil, 40 Years of struggles over political legitimacy through the lenses of representation. *Representation*, 55(3), 239-250.
- Ministerio de Salud y Protection Social. (2020). CORONAVIRUS (COVID-19). Retrieved from [https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid-19\\_copia.aspx](https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Covid-19_copia.aspx)
- Ministerio de Salud. (2020). Reporte COVID-19 - martes 15 de septiembre 2020. Retrieved from <https://www.minsal.cl/reporte-covid-19-martes-15-de-septiembre-2020/>
- Ministerio Salud de Publica. (2020). Coronavirus Covid-19. Retrieved from <https://www.salud.gob.ec/coronavirus-covid-19/>
- Minsa. (2020). Casos confirmados por coronavirus Covid-19 ascienden a 744 400 en el Peru (Comunicado N°241). Retrieved from <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/302869-minsa-casos-confirmados-por-coronavirus-covid-19-ascienden-a-744-400-en-el-peru-comunicado-n-241>
- Navarro, M. F. (2020). Esta es la estrategia de AMLO para no contagiarse de Covid-19, segun Lopez- Gatell. Retrieved from <https://www.forbes.com.mx/politica-estrategia-amlo-no-contagiarse-covid-19-lopez-gatell/>
- Newey, S. (2020). Latin America has become the epicentre of the Coronavirus pandemic, WHO says. Retrieved from <https://www.telegraph.co.uk/global-health/science-and-disease/latin-america-has-become-epicentre-coronavirus-pandemic-says/>



- Panduro-Correa, V., Arteaga-Livias, K. and Rodriguez-Morales, A. J. (2020). Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) and surgical recommendations in Latin America. *The American Surgeon*, 86(6), 596598. <https://doi.org/10.1177/0003134820927313>
- Peres, E. (2020). Brazil indigenous group celebrates 6 months without COVID-19. Retrieved from <https://apnews.com/article/brazil-virus-outbreak-archive-0d03018fbfbc9a0e4acfb354b2a9c699>.
- Rodrigues, G. M. (2019). ¿El Trump Del Tropicó? Política exterior de ultraderecha en Brasil (Análisis Carolina). Retrieved from [https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/04/AC-es\\_.pdf](https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2019/04/AC-es_.pdf)
- Saad-Filho, A. and Boffo, M. (2020). The corruption of democracy: Corruption scandals, class alliances, and political authoritarianism in Brazil. *Geoforum*, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.02.003>
- Sakurai, S. N. and Menezes-Filho, N. (2011). Opportunistic and partisan election cycles in Brazil: New evidence at the municipal level. *Public Choice*, (148), 233-247. doi:10.1007/s11127-010-9654-1
- Sauer, L. M. (2020). What is Coronavirus?. Retrieved from <https://www.hopkinsmedicine.org/health/conditions-and-diseases/coronavirus>
- Scalzarotto, N. (2020). Brazil loses nearly 50,000 tourism companies amid pandemic. Retrieved from <https://brazilian.report/coronavirus-brazil-live-blog/>
- Schwartz, S. B. (2010). The historiography of early modern Brazil. *Oxford Handbooks Online*. doi:10.1093/oxfordhb/9780195166217.013.0004
- Secchi, L. (2016). Policy analysis in Brazil: A comparison of rationalist and argumentative approaches. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 18(1), 88-101. doi:10.1080/13876988.2015.1126972
- Skidmore, T. E. and Smith, P. H. (2005). *Modern Latin America*. New York: Oxford University Press
- Skynews. (2020). Coronavirus: Brazil's president rejects COVID-19 as a 'little flu' and ignores distancing rules. Retrieved from <https://news.sky.com/story/coronavirus-brazils-president-rejects-covid-19-as-a-little-flu-and-ignores-distancing-rules-11971799>
- Soares, S., Souza, L. D. and Silva, W. J. (2016). Poverty profile: The rural North and Northeast regions of Brazil (Working Paper 138). Retrieved from [https://ipcig.org/pub/eng/PRB50\\_Poverty\\_profile\\_the\\_rural\\_North\\_Northeast\\_regions\\_of\\_Brazil.pdf](https://ipcig.org/pub/eng/PRB50_Poverty_profile_the_rural_North_Northeast_regions_of_Brazil.pdf)
- Suarez, V., Quezada, M. S., Ruiz, S. O. and De Jesus, E. R. (2020). Epidemiology of COVID-19 in Mexico: from the 27th of February to the 30th of April 2020. *Revista Clínica Española*, 220(8), 110. <https://doi.org/10.1016/Zj.rce.2020.05.007>

### Internet Resources

- [https://www.thelancet.com/journals/laninf/article/PIIS1473-3099\(20\)30303-0/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/laninf/article/PIIS1473-3099(20)30303-0/fulltext)
- <https://www.unhcr.org/venezuela-emergency.html>
- <https://www.npr.org/sections/goatsandsoda/2019/12/17/788965365/why-dengue-fever-cases-are-hitting-record-highs-in-latin-america>
- <https://news.un.org/en/story/2020/04/1061322>



## FROM VICTIM TO ETHICAL AGENT: OSCAR WILDE'S THE BALLAD OF READING GAOL AS POST-TRAUMATIC WRITING

Mona Salah El-Din Hassanein

Department of English, Faculty of Education at Ain Shams University, Egypt

### Abstract:

Faced with a sudden, unexpected, and overwhelming event, the individual's normal cognitive processing may cease to function, trapping the psyche in "speechless terror", while images, feelings and sensations are experienced with emotional intensity. Unable to master such situation, the individual becomes a trauma victim who will be susceptible to traumatic recollections like intrusive thoughts, flashbacks, and repetitive re-living of the primal event in a way that blurs the distinction between past and present, and forecloses the future. Trauma is timeless, repetitious, and contagious; a trauma observer could fall prey to "secondary victimhood". Central to the process of healing the psychic wounds in the aftermath of trauma is verbalizing the traumatic experience (i.e., putting it into words) – an act which provides a chance for assimilation, testimony, and reevaluation. In light of this paradigm, this paper proposes a reading of Oscar Wilde's *The Ballad of Reading Gaol*, written shortly after his release from prison, as a post-traumatic text which traces the disruptive effects of the traumatic experience of Wilde's imprisonment for homosexual offences and the ensuing reversal of fortune he endured. Post-traumatic writing demonstrates the process of "working through" a trauma which may lead to the possibility of ethical agency in the form of a "survivor mission". This paper draws on fundamental concepts and key insights in literary trauma theory which is characterized by interdisciplinarity, combining the perspectives of different fields like critical theory, psychology, psychiatry, psychoanalysis, history, and social studies. Of particular relevance to this paper are the concepts of "vicarious traumatization" and "survivor mission", as *The Ballad of Reading Gaol* was written in response to Wilde's own prison trauma and the indirect traumatization he experienced as a result of witnessing the execution of a fellow prisoner whose story forms the narrative base of the poem. The *Ballad* displays Wilde's sense of mission which leads him to recognize the social as well as ethical implications of personal tragedy. Through a close textual analysis of *The Ballad of Reading Gaol* within the framework of literary trauma theory, the paper aims to: (a) demonstrate how the poem's thematic concerns, structure and rhetorical figures reflect the structure of trauma; (b) highlight Wilde's attempts to come to terms with the effects of the cataclysmic experience which transformed him into a social outcast; and (c) show how Wilde manages to transcend the victim status and assumes the role of ethical agent to voice a critique of the Victorian penal system and the standards of morality underlying the cruelties practiced against wrong doers and to solicit social action.

**Keywords:** Ballad of Reading Gaol, post-traumatic writing, trauma theory, Wilde.



## ERADICATION OF MENTAL ILLNESS THROUGH BUDDHISM

**Deshar Bashu Dev**

Bashu Dev Deshar with the Rissho University, Shinagawa Ward, Tokyo

### **Abstract:**

In this modern age, most people in developed and developing countries are affected by mental illness. There are many mental illnesses, and their differing symptoms impact peoples' lives in different ways. These illnesses affect the way people think and feel, as well as how they behave with others. Mental illness results from compound interactions between the mind, body, and environment. New technologies and sciences make the world a better place. These technologies are becoming smarter and are being developed every day to help make daily life easier. However, people suffer from mental illness in every part of the world. The philosophy propounded by the Buddha, Buddhism, teaches that all life is connected, from the microcosm to macrocosm. In the 2,500 years that elapsed since the death of the Buddha, his disciples have spread his teachings and developed sophisticated psycho-therapeutic methodologies. We can find many examples in Buddhist texts and in the modern age where Buddhist philosophy modern science could not solve. The Noble Eightfold Path, which is one of the main philosophies of Buddhism; it eradicates hatred and ill will and cultivates good deeds, kindness, and compassion. Buddhism, as a practice of dialectic conversation and mindfulness training, is full of rich therapeutic tools that the mental health community has adopted to help people. Similarly, Buddhist meditation is very necessary; it purifies thoughts and avoids unnecessary thinking. This research aims to study different causes of mental illness; analyzes the different approaches to eradicate mental illness problems and provides conclusions and recommendations present solutions through Buddhism in this modern age.

**Keywords:** Mental illness, Buddhism, mindfulness, Buddhist practices.

ISSN 2757-5519

SINCE 2015





## SPECIAL ECONOMIC ZONE: NEW PHASE OF “LAND CONFLICTS” IN INDIA

**Ashutosh Verma**

Central University of Gujarat

ORCID ID- 0000-0002-7570-8906

### **Abstract**

The Special Economic Zones (SEZs) Act 2005 is one of the most regressive and controversial pieces of legislation passed in last decade. Amidst claims of acceleration industrialization, economic growth, employment generation and high export potential made by the government, the primary opposition to the establishment of these SEZs in various parts of the States as well as in the country leading to the numerous land related resistance in all part of the country in past decade; was on the bases of transfer of land from small and marginal farmers or disadvantages groups. Many studies consider SEZs policy as India’s supersonic engine of growth, at the same time several studies and authors criticize it as the latest land grab instrument in the hands of industrialists. Land acquisition in India has now resulted in dissent, uproar and opposition from the effected people for the livelihood has been put to stake. The present paper explores the Indian policy framework for SEZs and discuss the recent development pertaining to SEZs in India and described land conflict scenario faced by the affected people.

**Keyword:** Special Economic Zone, Land Acquisition, Disadvantaged groups, Land resistance.

ISSN 2757-5519

SINCE 2015

## Study on the Prospects of Tea Tourism in India: A Descriptive Analysis

<sup>1</sup>Shuvasree Banerjee

*Research Scholar- Chandigarh University- UID- 22YTH1002*

<sup>2</sup>Dr.Pankaj Kumar Tyagi (Under the guidance and supervision)

*Professor, UITHM, Chandigarh University, Mohali, India.*

### ABSTRACT

The importance of food tourism in mature and emerging economies for growing consumption-related commodities (such as tea) has been highlighted in the literature, and initiatives to examine tourism levers and threats in developing economies have also been attempted. However, to our knowledge, little research has been done on the prospects of building tourism activities around tea growers and their farms, in order to assess if a tea tourism market is forming and if this may improve the positive value of the tea lands brand image. The purpose of this article is to investigate the elements that influence tourists' perceptions, potentials, attitudes, and behaviour, especially in the context of tea tourism. A descriptive analysis of prior studies on tea tourism was used in this study's methodology. The current study relies on secondary data from government sources, as well as a review of published literature and other relevant sources. Previous research has been fragmented, according to the findings, with many concentrating on the tea tourist context or the perspectives of a single stakeholder, such as consumers or growers. Few studies have attempted to investigate tea tourism utilizing multidisciplinary frameworks, which this study suggests as potential future research topics. The study compiles current academic literature to provide a brief assessment of what is known about tea tourism based on dominant themes and frameworks, enhancing practical knowledge and comprehension of industry best practices.

**Keywords:** Tea tourism, tourists' perceptions, visiting intention, destination image, brand image.

### 1. INTRODUCTION

Tourism is frequently seen as a consumer activity capable of enhancing self-development and well-being (McCabe & Johnson, 2013; Smith & Diekmann, 2017). According to McCabe and Johnson (2013), holidays are times when "people may spend quality time amongst relatives and friends, and times/activities done are often connected with personal growth and fulfilment." People are becoming increasingly worried about their physical and mental health, and they recognise the need of taking vacations to get away from their regular routines. As a result, tourism products and services enable tourists to relax, rejuvenate, and refuel. This pursuit of happiness aligns with a rising trend in the tourism industry that focuses on improving health through activities such as medical treatments (Connell, 2013), meditation retreats (Norman & Pokorny, 2017), and life counselling (Norman & Pokorny, 2017; Norman & Pokorny, 2017; Hjalager & Flagestad, 2012).

This study focuses on the significance of material variables, allowing for more in-depth visitor analysis. The theoretical orientation comes from non-representational theories that rethink the world's formation in light of human, material, and biological world activity. This theory acknowledges the need to adapt to a reality that is becoming more-than-human, more-than-textual, and multisensory. Lorimer describes her work as "situated examinations of sensuous, corporeal, kinaesthetic experience, and everyday situations of materiality, sociability, connection, and association" (2008). Intricate networks and interactions entangle tourism landscapes, in which "hosts, guests, structures, objects, and machines are contingently brought together to make unique performances in certain places at certain times" (Hannam et al., 2006). Similarly, Lew (2018) claims that tourism is "a legal and socially sanctioned strategy to modify one's mind," and that a non-representational approach assists comprehension of how tourists affect their state of consciousness while engaging with goods during their excursions. By starting from a new place—the embodied and practised features of tea tasting by travellers seeking health—our study adds to the corpus of knowledge on a non-representational approach to tourism. Tea leaves are a significant item in this endeavour, and tasting is considered as a sensory experience

involving a variety of characters and materials through which travellers develop a sense of being at ease in their surroundings.

To investigate the link between tasks and wellbeing, the geographical literature has concentrated on walking (Ettema & Smajic, 2015), music (Kingsbury et al., 2014), dancing (Atkinson & Scott, 2015), and creating (Atkinson & Scott, 2015). (Smith, 2019). To characterise the growth of food tourism studies, Everett (2019) proposed the term "tastescape." We emphasise that tea drinking provides a method for investigating the spatial, temporal, and social links through which health arises in the therapeutic features of tourist destinations through the lens of tastescape, which is defined as a collection of materials, practises, and locales. In addition, our attention to specific tea drinking venues responds to Little's (Little, 2015) call for a shift away from iconic and formal healing settings such as religious sites and medical facilities, and toward more localised and ubiquitous spaces of healing. This form of ordinary bliss is described by Bell et al. (2015) as "everyday happiness." We want to show how the basic task of sipping tea at a commonplace tourist site has been given new meanings and objectives in order to promote happiness and health.

Tea has been ingrained in the tourist culture. Tea consumption is gaining popularity among those who believe it might help them enhance their mental and physical health (Zhang, 2014). Many tourists visit tea-related areas not only for their traditional culture and natural beauty (Su et al., 2019), but also because tea drinking is a common way for visitors and hosts to socialize.

Tea tourism is thriving in many nations throughout the world. Tea tourism, on the other hand, is a field where academic study lags behind the business and is under-researched. In India, there was very little study on tea tourism. As a result, the current research was undertaken in an attempt to investigate the connections between tea and tourism.

## 2. LITERATURE REVIEW

In many nations, tourism is an important source of revenue and foreign currency (Hossain, 2007). Airlines, shipping, hotels and restaurants, finance companies, tour operators, travel agents, car rental companies, caterers, and retail establishments are among the many businesses that grow in tandem with tourism development, and they all contribute significantly to a country's overall economic development as well as cultural diversification and adaptation (Islam, 2009). Tourism in the modern sense is a very recent business, having just begun in the 1960s in the present Bangladesh region.

Tourists came from all over the world to view and enjoy the beaches, the lush green landscape and the network of rivers, tribal culture, religious rituals, historical sites, forests, wildlife, and hill resorts, as well as tribal culture, religious rites, historical sites, woods, wildlife, and hill resorts (Hasan, 2006).

Tea tourism is one of the many types of tourism available in tea-growing locations across the world (Koththagoda and Thushara 2016). Tea is a social habit, and as such, it is present at many tourist-friendly ceremonies. "Tourism inspired by an interest with the history, customs, and use of tea" is how tea tourism is characterised (Jolliffe 2007).

Tea tourism is booming in a number of countries throughout the world, including Thailand and Sri Lanka (UNWTO, 2005; Gursahani, 2007; Jolliffe, 2003). Academic research on tea tourism, on the other hand, lags behind the industry and is under-researched.

Anurag, Mandal, et al. (2016) found a number of factors that contribute to STGs' distinctive growth, including favourable climate and soil, infrastructures such as technology, labour, and markets, and government support, among others. As a consequence, farmers have selected tea as a crop to produce since it is less vulnerable to challenges such as climate change, crop failure, and a lack of markets.

Tea tourism in Sri Lanka, according to Koththagoda and Thushara (2016), must consider all influential variables such as customer loyalty and satisfaction, as well as the six dimensions of Keller's brand

equity model, in order to obtain brand equity. In order to establish Sri Lanka as a tea tourist destination, the proposed model emphasised how marketers should build and implement effective marketing strategies.

Sustainable Rural Tourism, according to Mahua and Parthajoy (2015), will aid in the economical development of the local community as well as assist to the cause of unique eco-sustainability.

Prasanta and Horen (2014) investigated their present situation in the tea industry in order to highlight the potential and challenges associated with encouraging women to pursue tea entrepreneurship.

Mi Zhou, Yuchin, and Bonnie discovered that demographic variables are linked to tea tourist expectations (2012). As a result, tea tourism marketing should consider visitor age, gender, and cultural background while determining market segmentation and marketing tactics.

Tasnuba and Shamsuddoha (2011) attempted to represent the Bangladesh tea scenario in the context of global tea, tea export and import scenarios, and tea consumption in various countries across the world.

Horen and Dhurbojyoti (2011) investigated the tea tourism sector in Assam's SWOT analysis (strengths, weaknesses, opportunities, and threats), as well as its problems and prospects, based on interactions with visitors, departmental officials, tour organisers, lodging units, and other private stake holders in the state.

The primary barriers to the adoption of tea tourism in Kenya, according to Katuse and Mwenda (2011), are a lack of knowledge on tea tourism issues, a lack of collaboration among stakeholders, and a lack of government support for tea tourism stakeholders.

According to Jolliffe and Aslam's (2009) research in Sri Lanka, tea tourists had expectations regarding relaxation, cosy surroundings, and tea farms when visiting a tea location.

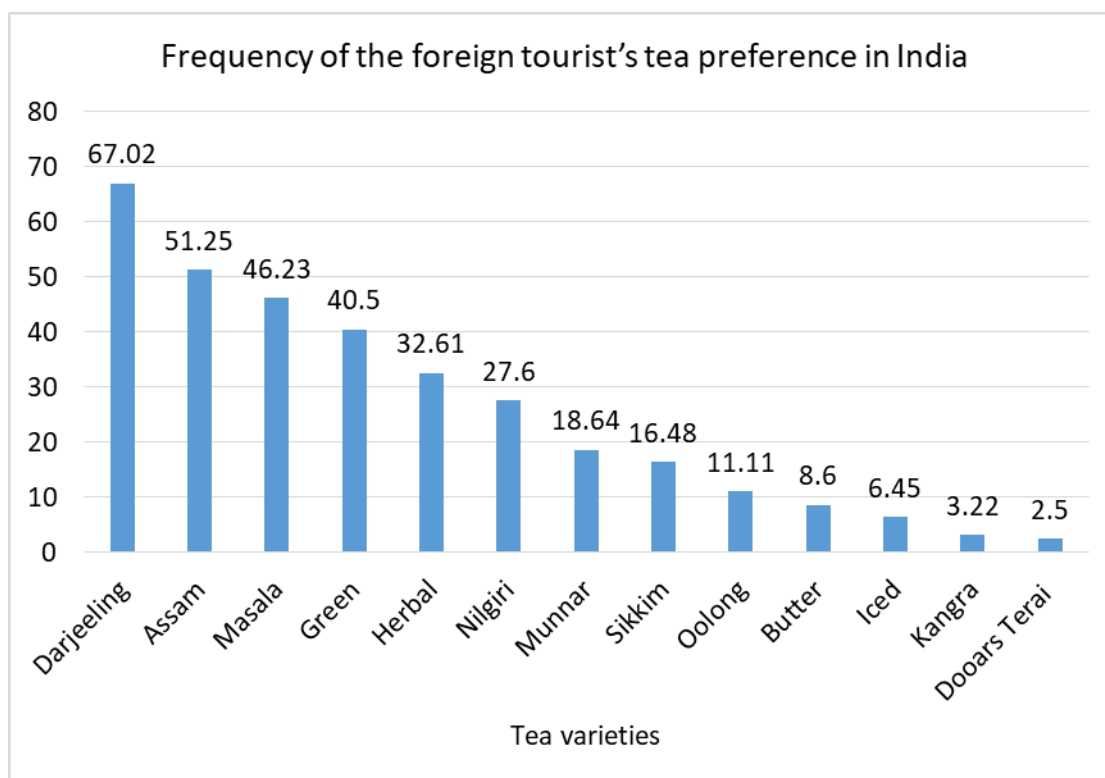
### 3. METHODOLOGY

Secondary data in this study derived from a review of published literature and other related sources. The data was acquired from a variety of sources, including Medline/PubMed, the Centre for Reviews and Dissemination, the Cochrane Library, Ingenta, and OVID. The secondary data collected is compared, and this study research was carried out to address the perception of tourism in India's tea-producing regions.

### 4. RESULTS AND DISCUSSION

#### Preference of tea amongst the foreign tourists

The frequency distribution of the tea preferred and consumed by foreign tourists are shown in figure 1. The results indicated that the highest percentage was obtained in Darjeeling tea with a maximum percentage of 67.02%, followed by the second highest percentage obtained in Assam tea with a percentage of 51.25% and the least percentage was obtained in Dooars Terai tea variety with a percentage of 2.5%.



**Figure 1: Frequency of the foreign tourist's tea preference in India**

(Source: Gupta et al., 2020)

#### Preference of tea amongst the foreign tourists

The frequency distribution of the tea preferred and consumed by foreign tourists are shown in figure 1. The results indicated that the highest percentage was obtained in Darjeeling tea with a maximum percentage of 67.02%, followed by the second highest percentage obtained in Assam tea with a percentage of 51.25% and the least percentage was obtained in Dooars Terai tea variety with a percentage of 2.5%.

ISSN 2757-5519

SINCE 2015

#### Reasons for tourists' interest in visiting the tea garden

Regarding tea tourism in Duars, most tourists identified watching tea leaf plucking and also participating in it (31%) as the most appealing tea tourism activity for the development of tea tourism in Duars landscape, followed by knowing the tea making process (17%), buying tea from tea factory (16%), enjoying tea garden beauty (15%), visiting tea factory (12 percent), and watching tea labour culture (9%) (figure 2).

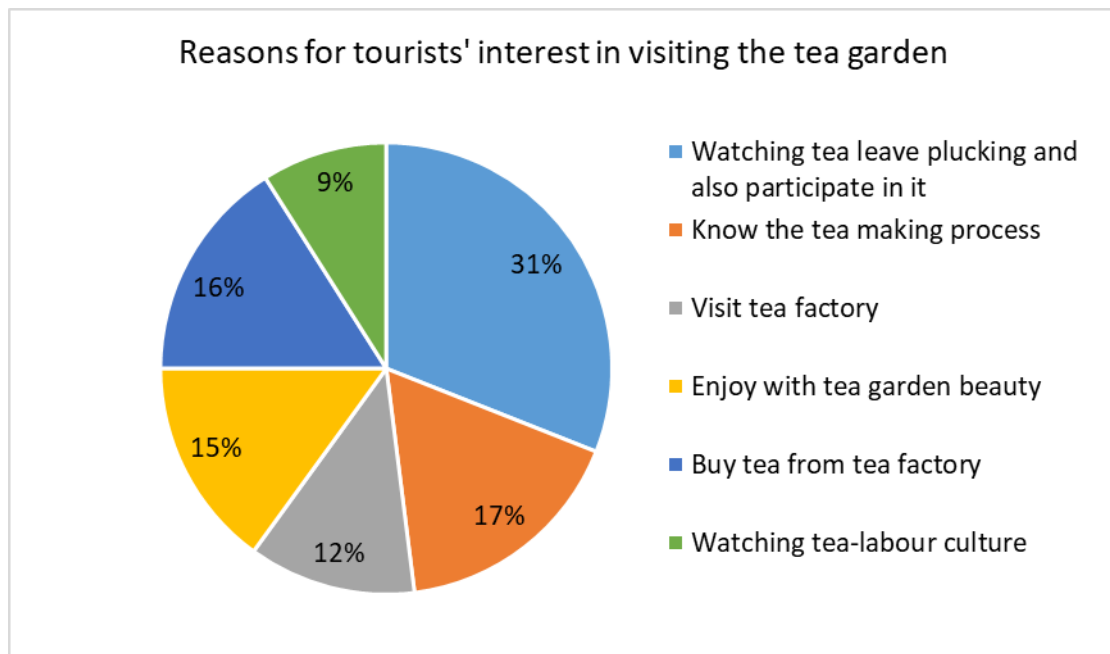


Figure 2: Percentage of the reasons for tourists' interest in visiting the tea garden

(Source: Datta, 2018)

#### Recommendations offered by the tourists

Regarding recommendations for tea tourism in Duars, the majority of respondents (about 30%) suggested giving priority to transport facility development, followed by tourist information center (21%), and about 15% suggested giving priority to participation of public companies should promote tea tourism alongside government. (figure 3).

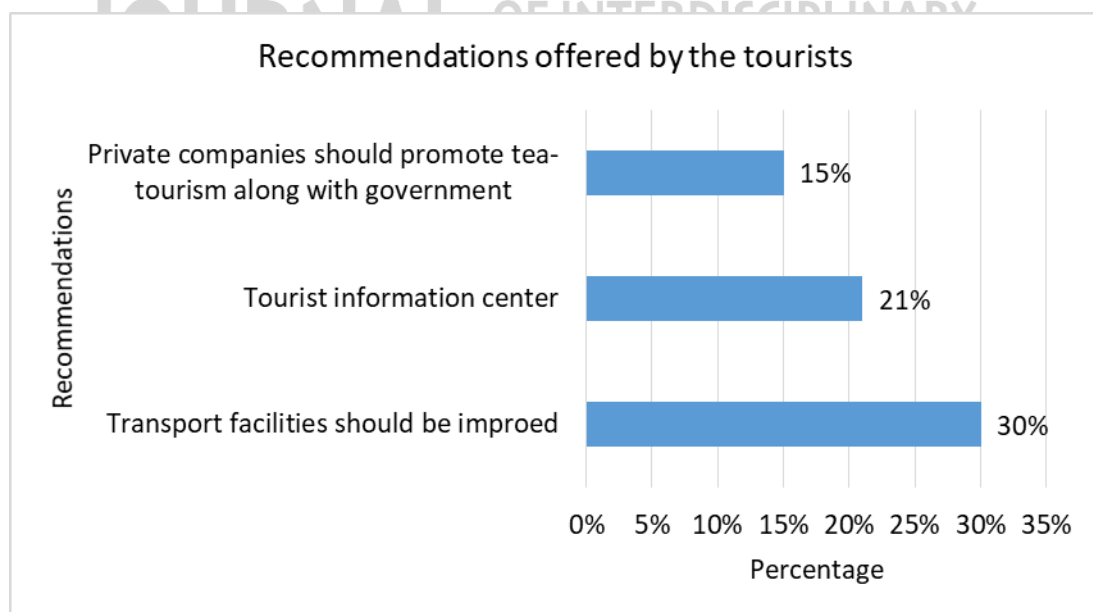


Figure 3: Percentage of the reasons for tourists' interest in visiting the tea garden

(Source: Source: Datta, 2018)



### **Tourists' tea consumption behavior**

Significant changes in lifestyles, family assembly, and psychological causes, as well as numerous socio-cultural aspects, have resulted in significant variances in tea consumption and selection patterns among Indian consumers (Urala & Lähteenmäki, 2007). Furthermore, consumers' differing expectations and distinct tea tastes motivate them to seek out various tea vending locations that provide good value and convenience (Byun and Han, 2004; Gupta et al., 2018). This has resulted in the establishment of several tea cafés, shops, tea gardens, and Chai-points around India, providing customers with a venue to drink and experience traditional Indian tea kinds, as well as other cultural traditions associated with them (Lee et al., 2008; Timur and Getz, 2007; Yang, 2007). As the tea culture in India is gradually becoming a primary channel for tourists to enjoy the ethnic Indian eating culture, and given the facts stated above, tea may be seen as a means of attracting international tourists and a key destination attraction in India.

Tea is not only regarded a drink in India, but also a manner of celebrating and greeting people. The availability of multiple tea vending outlets on every street and corner throughout India reflects Indians' love for tea. Tea varieties are loved by both local people and foreign tourists, ranging from the famed Kashmiri Kahwa to Kerala tea. Tea vending is one of the many subsistence tactics adopted by impoverished households in India to maintain and expand their revenue base during a financial crisis (Timur and Getz, 2007). India is the world's largest consumer and second-largest producer of tea after China (Yang, 2007), and hence has enormous potential for the growth of tea tourism. It is a form of niche tourism sector with a large and diverse audience but a relatively small literature reservoir (Sharples, 2008), particularly in the Indian setting. This specialized tourism sector also offers a variety of options for travelers to visit tea manufacturing and processing locations, offering abundant opportunity for tourists to experience local tea traditions and cultures.

### **Tea festivals and their influence on tourists in terms of spreading tea culture**

In Assam, the tea workers' community has not only blurred their unique identities by speaking a single language, but they have also begun to celebrate a variety of shared holidays. Almost every month of the year, this group celebrates festivals such as dangoria puja, baghut puja, dharma puja, karam puja, manasha puja, sarun puja, kali puja, durga puja, tusu puja, madula puja, etc. with their own ancient traditions and procedures. The most prominent ones among them are Karam puja, which is held in mid-August for Mother Earth and includes 'Jhumur Nritya,' and tusu puja, which is held in January and February for folk goddesses and is similar to Kali puja. Similarly, at times of birth, death, and marriage ceremonies, the entire society joins hands and observes the events with varied songs and music. The tea-tribes have also begun to actively participate in communal festivities to celebrate Bihudances. Local organisations and indigenous groups have also begun to sponsor and promote festivals such as 'SirishFestival,' the first ever integrated festival dedicated to the 'shady trees in the tea gardens,' in order to showcase the tea tribes of Assam's distinct customs and traditions (The Telegraph, 28 January, 2015).

### **Current tea vending patterns in India and the potential for tea tourism**

Tea is an agricultural commodity with substantial socio-cultural and economic implications, and its cultivation and consumption are interwoven with the environmental, historical, and social settings of a location that may provide stunning and tempting tourism involvements to a varied audience (Cheng, et al., 2010; Jolliffe & Aslam, 2009). Tea tourism is impacted by a tourist's interest in antiquity, ethnicity, and tea consumption, according to Jolliffe (2007). It may also provide a variety of activities for tea tourists, such as visiting local tea shops and museums, taking tea cultivation and processing tours, participating in tea appreciation and connoisseur trainings, participating in tea sommelier and tea tourism programmes, including online sessions (Asian School of Tea, 2020), staying at tea-inspired accommodations, and tasting tea-infused foods (Cheng et al., 2010; Jolliffe, 2007; Yang, 2007). By

incorporating tea harvesting and related socio-cultural practises and culinary involvements, it can also be used as a powerful tool to generate income for locals and a progressive measure to encourage and support the Indian tea industry, revitalise local ethnic culture, improve the destination image, and strengthen the identities of rural areas (Kyung et al., 2017).

Various types of tea served in India have now become an important component of ethnic local Indian culture and provide numerous opportunities, including the enhancement of local tea vending businesses, a significant revenue source for the massive Indian population, an eye-catching medium for travellers to discover the local tea culture, an opportunity to start a new business with a low initial outlay, and ultimately contributing to the local destination image (Calloni, 2013). This is also evident in the expansion and diversity of themed tea franchises such as Chaayos, Tea trails, Chai Point, Tea villas, and many more across India's main cities (The Indian Wire, 2018). Furthermore, numerous amalgamations supporting tourism involvement may be created among the many tea industry players, such as tea producers, manufacturers, processing companies, retail sellers, and makers of associated accessories, such as saucers, tea pots, kettles, and so on (Lee et al., 2008; Su et al., 2019). As a result, a diverse variety of job possibilities may be established that may be integrated into existing living groups, boosting the long-term viability of rural civilizations.

According to previous research, a destination with a good reputation is usually considered trustworthy and reliable by foreign tourists (Kivela & Crotts, 2006; Morgan et al., 2011), and a few studies also confirm that a commendatory destination position influences the tourist's destination loyalty and appeal (Kivela & Crotts, 2006; Morgan et al., 2011; Gupta et al., 2019; Gupta & Duggal, 2020). Furthermore, the availability of food and beverages, stunning landscape, warm and friendly people, and genuine local hospitality are all factors that impact their destination choice (Yuksel et al., 2010). Given the importance of tea to travellers' overall fulfilment and happiness, stakeholders must work together to develop and organise tourism-related goods. Tea tourism may be promoted in India as a key method of drawing international tourists to experience and appreciate India's various tea traditions. However, there is a considerable void in the literature on this issue, particularly in the Indian setting, which must be supplied by this study.

### **Popularity of Indian tea types among international visitors**

Tea preparation and serving customs differ widely from one location to the next. This simply means that the greatest tea in the world differs depending on the country. Tea in Japan, for example, is more than a beverage; it is a ceremonial in which tea is served by ladies dressed in kimono according to a centuries-old etiquette. Although the Chinese technique is similar to that of the Japanese, serving tea is more essential in China than serving any other beverage since it is seen as a means of connection with others. There is a 'British Way' of drinking tea known as 'afternoon tea or high tea' in Western countries, primarily the United Kingdom. Anna Duchess of Bedford introduced the tradition of taking tea at 4 p.m. in 1840, and it is still followed today. Tea comes in over 1500 varieties across the world. However, there are only four primary types of tea: black, green, white, and oolong. Turkish tea (a black tea served in small glasses); Moroccan mint tea (a black tea with three levels of strength); Matcha tea (a Japanese green tea with vegetal flavours); Ceylon tea (a boldly flavoured Sri Lankan tea); English breakfast tea (a Kenyan black tea known for its robust flavours); and Rooibos tea are among the most well-known tea varieties/styles worldwide (a sweet and nutty flavoured tea from South Africa).

Travelers will enjoy the sensory experience of tasting and consuming local meals and beverages while on vacation (Kivela & Crotts, 2006; Mill and Morrison, 2012). On vacation, drinking local beverages gives remarkable sensory experiences that enhance the enjoyment of a trip and encourage people to visit a certain place (Khokhar & Magnusdottir, 2002; Morrison, 2012). The technique of producing, presenting, serving, enjoying, and even observing a local ethnic beverage offers the tourist with a sense of mystery and originality (Gupta et al., 2019; Kivela & Crotts, 2006). Thus, each host city must examine local beverage preferences at the destination (Byun & Han, 2004) and produce something exquisite or unusual to provide travellers with outstanding destination experiences and to boost the overall destination image. In France, for example, the usage of a destination picture is linked to the

consumption of wine and food (Gupta & Sajnani, 2019). Local tourism stakeholders must also understand characteristics of tourist beverage preferences that enhance vacation enjoyment and implement marketing strategies that can boost overall visitor satisfaction (Gupta et al., 2019; Mill and Morrison, 2012). As a result, addressing tourist beverage preferences may increase overall visitor happiness and destination image, which is a vital consideration for any place that employs beverage as its major tourist attraction (Khokhar & Magnusdottir, 2002).

Foreign travellers in India can choose from a wide variety of tea types and styles. The main tea varieties available depending on provenance include Darjeeling, Assam, Nilgiri, Munnar, Kangra, Sikkim, and Doars Terai (Tea Board of India, 2019). The Darjeeling and Kangra varieties have mellow flavours, while the Assam, Munnar, and Doars Terai cultivars have strong to medium flavours, and the Nilgiri and Sikkim cultivars have floral overtones. Every tea variety's quality, reputation, authenticity, and characteristics are primarily determined by its geographical origin. A Geographical Indication (GI) is a significant identifier for preserving authenticity and promoting tea and associated tourism in specified things that originate from a given geographical location or origin (e.g. a town, region, or nation). The use of a GI indicates that the product is of outstanding quality, is created or harvested using traditional techniques, and has a unique reputation owing to its location. In India, the terms 'Darjeeling,' 'Assam Orthodox,' and 'Nilgiri Orthodox,' as well as their logos, are protected as Geographical Indications, distinguishing them for international visitors (List of Geographical Indications in India, 2020). Darjeeling tea was the first product in India to be designated as a Geographical Indication (GI) in 2003, and the European Union confirmed its provenance in October 2011. In 2007, the Orthodox Assam Tea received a Geographical Indication (GI) tag, which benefited tea producers and the Assam tea industry as a whole.

Apart from these, India offers a variety of tea types/styles with health benefits and therapeutic properties, including herbal, Oolong, and green tea variants. Because of their many preparation methods, Masala, Butter, and Iced teas are popular among international tourists. Given these tea varieties/styles, it's vital to align the varied demands of various foreign visitor sections in order to increase local players' use of local tea varieties/styles. Although prior research (Jolliffe, 2007; Morgan et al., 2011; Su et al., 2019) has overlooked the importance of determining foreign visitors' tea preferences, this study focuses on assessing tea preferences based on socio-demographic factors.

#### **Foreign visitors' tea preferences in India are influenced by a number of factors**

Tea has a big influence on a traveler's decision to visit a tourist attraction (Jolliffe, 2007; Su et al., 2019). China, Sri Lanka, South Korea, and Japan, for example, have leveraged their distinct ethnic tea preparation and consumption customs as tourism items to lure and appeal to international tourists and market their country as tea tourism destinations across the world (Shah et al., 2015). Previous study has shown that include tourists' tea preferences can increase their satisfaction (Chaturvedula and Prakash, 2011; Gupta and Sajnani, 2019); consequently, it is critical to explore the elements of tourists' tea preferences in order to refine and delight their experiences. It might also help stakeholders establish suitable marketing strategies based on tourist interests and desires (Breakey and Breakey, 2015).

Tourist preferences are one facet of the larger field of consumer behaviour research. The term "preference" refers to the act of preferring one item over another (Chang et al., 2010). In this study, tea preference refers to a foreign tourist's preference for a certain tea variety in India over others supplied at a venue. Several research have been carried out to look at the factors that influence tourist food and beverage choices (Gupta et al., 2018; Mak et al., 2012). In this regard, Mak et al. proposed five criteria: motivational, socio-demographic, religious and cultural, personal, and experience (2012). These elements were further divided into three categories by Kim et al. (2009): physiological – Neophilia (want to try new goods) and Neophobia (fear of consuming new items); demographic (gender, marital status, age, religion, educational attainment); and motivational (gender, marital status, age, religion, educational attainment) (intimacy, respect, status, sensual appeal, good experience, etc.). Rezaee et al. (2016) employed these criteria to examine tea drinking patterns in urban Iranian consumers, and their findings were verified. When studying international visitors' tea preferences and consumption habits in

India, a variety of these characteristics might be explored. For the sake of this study, however, international visitors' tea choices in India are solely based on their socio-demographics. The AHP model and Pairwise comparison matrix are also used to analyse the visitors' relative tea preferences on a preferred scale using the AHP model and Pairwise comparison matrix. Origin country, age, gender, educational achievement, income, religion, and marital status are among the socio-demographic parameters examined in this study.

Tourists' tea preferences are usually influenced by where they were born (country). Travelers from North and South America have learned that they prefer coffee to tea. They also prefer chilled tea to hot tea varieties (Arab et al., 2009). Previous study on Asian tourists' tea preferences (Rezaee et al., 2016; Su et al., 2019) shown that the majority of Asian tourists (especially those from China, Sri Lanka, Korea, Taiwan, Indonesia, and Japan) appreciate and consume tea when travelling. European travellers (especially those from the United Kingdom, Turkey, Germany, France, and Poland) were thought to favour green tea and milk-based tea varieties while travelling (Rezaee et al., 2016). When visitors from Oceania and the Middle East Asia visit, they drink tea (Jolliffe, 2007). According to previous study, the majority of Asian visitors choose herbal, green, or infused with natural flavouring teas served without milk, but the majority of European tourists prefer tea with milk.

Tourists' tea tastes are influenced by their age, which has been proven to be a major determinant (Lorenzo et al., 2003). Tea consumption among travellers is assumed to vary with age, from infancy through adolescence to maturity (Arab et al., 2009; Kim et al., 2009). Customers between the ages of 35 and 45, as well as those above 45, were shown to be more likely to drink tea (Rezaee et al., 2016). Tea consumption among early adolescents and children, on the other hand, was found to be minimal. Lower consumer age groups (below 35 years) prefer tea without milk and those infused with flavours, herbs, and other ingredients, as well as green tea, according to Chaturvedula and Prakash (2011); nevertheless, their older counterparts (above 35 years) prefer tea served with milk. Tea consumption among people aged 35 and older was also shown to be greater when compared to young consumers (Rezaee et al., 2016).

Tourists' tea preferences and consumption patterns were shown to be influenced by their gender. Rozin (2006) found that beverage choices and food intakes differed by gender among American consumers. Yang (2007) added to this by discovering that men tea drinkers are more involved in the process than females. Furthermore, it was revealed that women are more cautious about their health and calorie intakes, therefore they drink tea with flavour infusions rather than sugar and milk (Cao et al., 2010).

Consumers' tea preferences and purchase patterns are influenced by their degree of education and money (Zheng et al., 1996). The amount of education of a visitor is intrinsically tied to his or her nutritional understanding, which influences their tea-choosing behavior (O'Donnell, 1994). Tea drinking behaviors were discovered to be universal throughout all tribes (whether less educated or highly educated). Consumers with a high level of education, on the other hand, chose tea without milk, while those with a lower level of education preferred tea with milk (O'Donnell, 1994). This was shown to be true for both high and low-income groups. Furthermore, travellers with a high degree of education were found to be concerned not just with tea consumption, but also with appreciating it as a blend of local ethnic customs and culture (Zheng et al., 1996). As the travellers move from one site to the next, their understanding of local norms, traditions, and taboos expands, influencing their inclusive food and beverage selection and consumption habits (Cao et al., 2010).

Religion has also been proven to have a significant impact on tea preferences and consumption patterns among individuals (Grigg, 2002). Benn (2015) revealed that religious attitudes, beliefs, and traditions influenced tea consumption habits significantly. In China, Taiwan, and other Southeast Asian nations, the Buddhist ideal of abstinence from alcohol contributed in the growth of tea as an important beverage. Tea processing, cultivation, and marketing were impacted by Taoist and Buddhist organisations. Monks developed a variety of well-known, rare, and expensive tea varieties around their monasteries, resulting in significant growth of tea culture in Asia (Benn, 2015). People with major religious affiliations were also shown to play an essential effect in the expansion of tea drinking (Chieh



et al., 2018; Grigg, 2002). In Islam and Hinduism, tea parties have become a popular alternative to drinking alcohol at religious holidays and events. Consumers' tea preferences were found to be influenced by a person's marital status. People who are married are more inclined to drink tea, according to research (Shen et al., 2019).

## 5. CONCLUSION

The tea varieties favoured by overseas tourists in India are assessed and evaluated in this study. The key elements that influenced the choice of these tea varieties, as well as their value as a tourist attraction, were explored. The use of tea as a tactical weapon for re-creating India's destination image as a tea tourist destination is hypothesised in this study. It's a novel idea to research visitors' tea preferences in India, which stakeholders may use to entice, promote, and improve their return trips.

## 6. RECOMMENDATIONS AND FUTURE SCOPE

Integrating tea with ecology, farming, gastronomy, and cultural tourism in tea plantation regions may give tourists with a comprehensive tea experience and a variety of advantages, as well as having a significant influence on tea plantation society, including tea enterprises, for a sustainable existence. In the growth of tea and tourism integration, creating a reciprocal relationship synergy at all institutional levels may compensate for a lack of resources and competences. Expanding tea and tourism integration, forming collaborations, encouraging greater local participation, and improving local advantages as ways of life will be crucial in the future.

SOCRATES  
JOURNAL OF INTERDISCIPLINARY  
SOCIAL STUDIES

ISSN 2757-5519

SINCE 2015



## REFERENCES

- Anurag, Mandal et al. (2016), Prospects And Problems Of Small Tea Growers In Terai & Duars Of West Bengal, India, *International Journal of Current Advanced Research*, Vol 5, Issue 2, pp 587-590, February 2016.
- Arab, L., Liu, W., & Elashoff, D. (2009). Green and black tea consumption and risk of stroke: A meta-analysis. *Stroke*, 40(1), 1786–1792.
- Asian School of Tea. (2020, August 19). Using one tiny leaf to make one big difference. <https://asianschooloftea.org/>
- Atkinson, S., & Scott, K. (2015). Stable and destabilised states of subjective well-being: Dance and movement as catalysts of transition. *Social & Cultural Geography*, 16(1), 75–94
- Bell, S. L., Phoenix, C., Lovell, R., & Wheeler, B. W. (2015). Seeking everyday wellbeing: The coast as a therapeutic landscape. *Social Science & Medicine*, 142, 56–67.
- Benn, J. (2015). *Tea in China: A religious and cultural History*. University of Hawai'i Press. Retrieved May 30, 2022, from [www.jstor.org/stable/j.ctt13x1kn2](http://www.jstor.org/stable/j.ctt13x1kn2)
- Breakey, N. M., & Breakey, H. E. (2015). Tourism and Aldo Leopold's 'cultural harvest': Creating virtuous tourists as agents of sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 23 (1), 85–103.
- Byun, J. O., & Han, J. S. (2004). A study on perception and actual status of utilization for green tea. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 19(2), 184–192.
- Byun, J. O., & Han, J. S. (2004). A study on perception and actual status of utilization for green tea. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 19(2), 184–192.
- Calloni, M. (2013). Street food on the move: A socio-philosophical approach. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93(14), 3406–3413.
- Cao, H., Qiao, L., Zhang, H., & Chen, J. (2010). Exposure and risk assessment for aluminium and heavy metals in Puerh tea. *Science of the Total Environment*, 408(1), 2777–2784.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989–1011.
- Chaturvedula, V. S. P., & Prakash, I. (2011). The aroma, taste, color and bioactive constituents of tea. *Journal of Medicinal Plant Research*, 5(11), 2110–2124.
- Cheng, S. W., Xu, F., Zhang, J., & Zhang, Y. T. (2010). Tourists' attitudes toward tea tourism: A case study in Xinyang. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(2), 211–220.
- Chieh, H., Richard, H., & Robinson, N. S., & Scott, N. (2018). Traditional food consumption behaviour: the case of Taiwan. *Tourism Recreation Research*, 43(4), 456–469.
- Datta, Chandan. (2018). *Future Prospective of Tea-Tourism along with Existing Forest-Tourism in Duars, West Bengal, India*.
- Ettema, D., & Smajic, I. (2015). Walking, places and wellbeing. *The Geographical Journal*, 181(2), 102–109.
- Everett, S. (2019). Theoretical turns through tourism taste-scapes: The evolution of food tourism research. *Research in Hospitality Management*, 9(1), 3–12.
- Grigg, D. (2002). The worlds of tea and coffee: Patterns of consumption. *Geo Journal*, 57(1), 283–294.
- Gupta, V., & Duggal, S. (2020). How do the tourists' behavioural intentions influenced by their perceived food authenticity: A case of Delhi? *Journal of Culinary Science and Technology*. <https://doi.org/10.1080/15428052.2020.1764430>
- Gupta, V., & Sajnani, M. (2019). Risk and benefit perceptions related to wine consumption and how it influences consumers' attitude and behavioural intentions in India. *British Food Journal*, 122(8), 2569–2585.
- Gupta, V., Khanna, K., & Gupta, R. K. (2018). A study on the street food dimensions and its effects on consumer attitude and behavioural intentions. *Tourism Review*, 73(3), 374–388.
- Gupta, V., Khanna, K., & Gupta, R. K. (2018). A study on the street food dimensions and its effects on consumer attitude and behavioural intentions. *Tourism Review*, 73(3), 374–388.



- Gupta, V., Khanna, K., & Gupta, R. K. (2019). Preferential analysis of street food amongst the foreign tourists: A case of Delhi region. *International Journal of Tourism Cities*, 6(3), 511–528.
- Gupta, Vikas & Sajnani, Manohar & Dixit, Saurabh & Khanna, Kavita. (2020). Foreign tourist's tea preferences and relevance to destination attraction in India Foreign tourist's tea preferences and relevance to destination attraction in India. *Tourism Recreation Research*. 10.1080/02508281.2020.1841376.
- Gursahani M. (2007). <http://blog.travelmartindia.com/category/current-topics/teatourism/> accessed 20 January 2009.
- Hannam, K., Sheller, M., & Urry, J. (2006). Mobilities, immobilities and moorings. *Mobilities*, 1(1), 1–22
- Hasan, S. R., Problems and Prospect of Bangladesh Tourism Industry. Research Book Bureau of Business Research, University of Dhaka, Bangladesh, 2006
- Hjalager, A.-M., & Flagestad, A. (2012). Innovations in well-being tourism in the Nordic countries. *Current Issues in Tourism*, 15(8), 725–740.
- Horen Goowalla and Dhurbojyoti Neog (2011) Problem and Prospect of Tea Tourism in Assam - A Swot Analysis; International Conference on Advancements in Information Technology With workshop of ICBMG 2011 IPCSIT vol.20 (2011) © (2011) IACSIT Press, Singapore.
- Hossain, M. A. Strategic Promotion Approaches to Developing Tourism in Bangladesh: An Empirical Study of Some Selected Tour Operators. Research Book-Bureau of Business Research, University of Dhaka, Bangladesh, 2007.
- Islam, S., Tourism potential in Bangladesh, *The Daily Star*, Dhaka, Bangladesh, 2009.
- Jolliffe L. (2003). The lure of tea: history, traditions and attractions. In Hall C, Sharples L, Mitchell R et al (Eds.), *Food tourism around the world: development, management and markets*. Butterworth-Heinemann: Oxford.
- Jolliffe L. (2007). *Tea and Tourism: Tourists, Traditions and Transformations*. Channel View Publications: Clevedon.
- Jolliffe, L. & Aslam, M. S. M. (2009). Tea heritage tourism: evidence from Sri Lanka. *Journal of Heritage Tourism*, 4(4). doi: 10.1080/17438730903186607
- Jolliffe, L. (2007). *Tea and tourism: Tourists, traditions and transformations*. Channel View.
- Jolliffe, L., & Aslam, M. S. M. (2009). Tea heritage tourism: Evidence from Sri Lanka. *Journal of Heritage Tourism*, 4(4), 331–344.
- Katuse P. and Mwenda N., (2011) *Tourism Diversification in Kenya: Tea Tourism*. <http://erepo.usiu.ac.ke/11732/700>
- Khokhar, S., & Magnusdottir, S. G. M. (2002). Total phenol, catechin, and caffeine contents of teas commonly consumed in the United Kingdom. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 50(3), 565–570.
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423–431.
- Kingsbury, P., Andrews, G. J., & Kearns, R. (Eds.). (2014). *Soundscapes of wellbeing in popular music*. Ashgate.
- Kivela, J., & Crofts, J. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354–377.
- Koththagoda K. and Thushara S.C. (2016). Customer Based Brand Equity for Empowering Sri Lanka as a Tourism Destination: With Special Reference to Tea Tourism. *Kelaniya Journal of Management*. 5. 10.4038/kjm.v5i1.7507.
- Kyung, H., Mark, A., & Meehee, C. (2017). Green tea quality attributes: A cross-cultural study of consumer perceptions using importance–performance analysis (IPA). *Journal of Foodservice Business Research*. <https://doi.org/10.1080/15378020.2017.1368809>
- Lee, S. M., Chung, S. J., Lee, O. H., Lee, H. S., Kim, Y. K., & Kim, K. O. (2008). Development of sample preparation, presentation procedure and sensory descriptive analysis of green tea. *Journal of Sensory Studies*, 23(4), 450–467.

- Lee, S. M., Chung, S. J., Lee, O. H., Lee, H. S., Kim, Y. K., & Kim, K.O. (2008). Development of sample preparation, presentation procedure and sensory descriptive analysis of green tea. *Journal of Sensory Studies*, 23(4), 450–467.
- Lew, A. A. (2018). Why travel?—Travel, tourism, and global consciousness. *Tourism Geographies*, 20(4), 742–749.
- Little, J. (2015). Nature, wellbeing and the transformational self. *The Geographical Journal*, 181(2), 121–128.
- Lorenzo, M., Claudia, S., & Cannella, C. (2003). Eating habits and appetite control in the elderly: The anorexia of aging. *International Psychogeriatrics*, 15(1), 73–87.
- Lorimer, H. (2008). Cultural geography: Non-representational conditions and concerns. *Progress in Human Geography*, 32(4), 551–559
- Mahua and Parthajoy, Prospect Of Sustainable Tea Tourism In West Bengal, *International Journal of Current Research* Vol. 7, Issue, 08, pp.19274-19277, August, 2015.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. Y. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928–936.
- McCabe, S., & Johnson, S. (2013). The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 42–65.
- Mi Zhou, Yuchin and Bonnie (2012). Tea Tourism: Examining University Faculty Members' Expectations, *Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally 2012 ttra International Conference*.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2012). *The tourism system* (7th ed.). Kendall/Hunt Publishing.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Destination brands: Managing place reputation*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Morrison, A. M. (2012). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.
- Norman, A., & Pokorny, J. J. (2017). Meditation retreats: Spiritual tourism well-being interventions. *Tourism Management Perspectives*, 24, 201–207.
- O'Donnell, C. (1994). Food products for different age groups: Formulating for the ages. *Prepared Food*, 3(2), 39–44.
- Prasanta and Horen (2014) Women Entrepreneurship in Tea Industry: Challenges and Prospects, *International Journal of Innovation and Research in Educational Sciences*, Volume 1, Issue 4, ISSN (Online): 2349–5219
- Promotion, 5, 13. <https://doi.org/10.4103/2277-9531.184568>.
- Rezaee, E., Mirlohi, M., Hassanzadeh, A., & Fallah, A. (2016). Factors affecting tea consumption pattern in an urban society in Isfahan, Iran. *Journal of Education and Health*
- Rozin, P. (2006). The integration of biological, social, cultural and psychological influences on food choice. In R. Shepherd & M. Raats (Eds.), *The psychology of food choice* (pp. 19–39). CABI.
- Shah, S., Gani, A., Ahmad, M., Shah, A., Gani, A., & Massodi, F. A. (2015). In vitro antioxidant and antiproliferative activity of microwave-extracted green tea and black tea (*Camellia sinensis*): A comparative study. *Nutra Foods*, 14(4), 207–215.
- Sharples, L. (2008). Book reviews on 'Tea and tourism: Tourists, traditions and transformations'. *Tourism Management*, 29(4), 821–82.
- Shen, K., Zhang, B., & Feng, Q. (2019). Association between tea consumption and depressive symptom among Chinese older adults. *BMC Geriatrics*, 19(1), 246–261.
- Smith, M. K., & Diekmann, A. (2017). Tourism and wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 66, 1–13.
- Smith, T. S. (2019). Therapeutic taskscapes and craft geography: Cultivating well-being and atmospheres of recovery in the workshop. *Social & Cultural Geography*, 1–19.
- Su, M. M., Wall, G., & Wang, Y. (2019). Integrating tea and tourism: A sustainable livelihoods approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(10), 1518–1591.
- Su, M. M., Wall, G., & Wang, Y. (2019). Integrating tea and tourism: A sustainable livelihoods approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(10), 1591–1608.



- Tasnuba and Shamsuddoha (2011) Tea Productions, Consumptions and Exports: Bangladesh Perspective, *International Journal of Educational Research and Technology* Volume 2, Issue 1, June 2011.
- Tea Board of India (2022). [www.teaboard.gov.in](http://www.teaboard.gov.in). Retrieved on 30th May 2022.
- Tea Board of India. (October, 2019). Tea varieties in India. Retrieved May 30, 2022 from: <http://www.teaboard.gov.in/TEABOARDCSM/MTA=>
- The Indian wire. (2018). List of top 10 start ups in India that made it big selling chai. Retrieved April 30, 2020 from <https://www.theindianwire.com/startups/top-tea-sellingstartups-india-74220/>.
- The Telegraph (2015, 28 January). A festive brew of culture, downloaded on 20<sup>th</sup> March 2015 at 9.00 am, [http://www.telegraphindia.com/1150128/jsp/northeast/story\\_10306.jsp#](http://www.telegraphindia.com/1150128/jsp/northeast/story_10306.jsp#).
- Timur, S., & Getz, D. (2007). A network perspective on mana-ging stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(4), 445–461.
- UNWTO. (2005). Cultural tourism and poverty alleviation-the Asia-Pacific perspective. Madrid, Spain: WTO, 97-184.
- Urala, N., & Lähteenmäki, L. (2007). Consumers'changing atti-tudes towards functional foods. *Food Quality and Preference*, 18(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2005.06.007>
- Yang, Z. (2007). Tea culture and Sino-American Tea connec-tions. *Chinese American Studies*, 1(2), 8–14.
- Yang, Z. (2007). Tea culture and Sino-American Tea connections. *Chinese American Studies*, 1(2), 8–14.
- Yang, Z. (2007). Tea culture and Sino-American Tea connections. *Chinese American Studies*, 1(2), 8–14.
- Yuksel, A., Yuksel, F., & Bilim, Y. (2010). Destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 31(2), 274–284.
- Zhang, J. (2014). *Puer Tea: Ancient caravans and urban chic*. University of Washington Press
- Zheng, W., Doyle, T. J., Kushi, L. H., Sellers, T. A., Hong, C. P., & Folsom, A. R. (1996). Tea consumption and cancer incidence in a prospective cohort study of postmenopausal women. *American Journal of Epidemiology*, 144(1), 175–182.

ISSN 2757-5519

SINCE 2015