



ATATURK
UNIVERSITY
PUBLICATIONS

Current Perspectives in Social Sciences

*Formerly: Journal of Social Sciences Institute
Official journal of Atatürk University Social Sciences Institute*

Volume 27 • Issue I • March 2023



EISSN 2822-3160
socialsciences-ataunipress.org

Current Perspectives in Social Sciences

Owner

Sait UYLAŞ

Department of Arabic Language and Literature, Atatürk University,
Faculty of Letters, Erzurum, Turkey

Associate Editor

Serkan NAKTİYOK

Department of Management and Work Psychology, Atatürk University,
Faculty of Economics and Administrative Sciences, Erzurum,
Turkey

Secretary

Mehmet ULUĞ

Atatürk University, Social Sciences Institute, Erzurum, Turkey

Editorial Board

Sait UYLAŞ

Department of Arabic Language and Literature, Atatürk University,
Faculty of Letters, Erzurum, Turkey

Naci İSPİR

Department of Radio, Cinema and Television, Atatürk University,
Faculty of Communication, Erzurum, Turkey

Osman ELMALI

Department of History of Philosophy, Atatürk University, Faculty of
Theology, Erzurum, Turkey

Editor in Chief

İlknur EMEKLİ

Department of Arabic Language and Literature, Atatürk University,
Faculty of Letters, Erzurum, Turkey

Gökalp Nuri SELÇUK

Department of Tourism Management, Atatürk University, Faculty of
Tourism, Erzurum, Turkey

Foreign Language Editors

Ahmet BEŞE

Department of American Culture and Literature, Atatürk University,
Faculty of Letters, Erzurum, Turkey

Ahmet SARI

Department of German Language and Literature, Atatürk University,
Faculty of Letters, Erzurum, Turkey

Nimet YILDIRIM

Department of Persian Language and Literature, Atatürk University,
Faculty of Letters, Erzurum, Turkey

Nurullah YILMAZ

Department of Arabic Language and Literature, Atatürk University,
Faculty of Letters, Erzurum, Turkey

Kamil CİVELEK

Department of American Culture and Literature, Atatürk University,
Faculty of Letters, Erzurum, Turkey



Founder

İbrahim KARA

General Manager

Ali ŞAHİN

Publishing Director

İrem Soysal
Gökhan Çimen

Editor

Bahar Albayrak

Publications Coordinators

Arzu Arı
Deniz Kaya
İrmak Berberoğlu
Alara Ergin
Hira Gizem Fidan
Vuslat Taş
İrem Özmen

Web Coordinator

Sinem Fehime Koz
Doğan Oruç

Finance Coordinator

Elif Yıldız Çelik

Contact

Publisher: Atatürk University
Address: Atatürk University, Yakutiye,
Erzurum, Turkey

Publishing Service: AVES
Address: Büyükdere Cad., 105/9
34394 Şişli, İstanbul, Turkey
Phone: +90 212 217 17 00
E-mail: info@avesyayincilik.com
Webpage: www.avesyayincilik.com

Current Perspectives in Social Sciences

AIMS AND SCOPE

Current Perspectives in Social Sciences is a scientific, open access, online-only periodical published in accordance with independent, unbiased, and double-blinded peer-review principles. The journal is official publication of the Atatürk University, Graduate School of Social Sciences and published quarterly in March, June, September, and December. The publication languages of the journal are Turkish and English.

Current Perspectives in Social Sciences aims to contribute to the literature by publishing manuscripts at the highest scientific level in social sciences. The journal publishes original articles, reviews, case reports, and letters to the editors that are prepared in accordance with ethical guidelines.

The scope of the journal includes but not limited to education, communication, geography, history, linguistics, psychology, anthropology, philosophy, philology, musicology, fine arts, sociology, archeology, economy, international relations, social work, political science, international studies, business management, applied econometrics, applied statistics, law, public administration.

The target audience of the journal is experts, researchers and professionals working and interested in social sciences.

Current Perspectives in Social Sciences is currently indexed in EBSCO, China National Knowledge Infrastructure (CNKI) and TUBITAK ULAKBIM TR Index.

The editorial and publication processes of the journal are shaped in accordance with the guidelines of the International Committee of Medical Journal Editors (ICMJE), World Association of Medical Editors (WAME), Council of Science Editors (CSE), Committee on Publication Ethics (COPE), European Association of Science Editors (EASE), and National Information Standards Organization (NISO). The journal is in conformity with the Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing (doaj.org/bestpractice).

Disclaimer

Statements or opinions expressed in the manuscripts published in the journal reflect the views of the author(s) and not the opinions of the editors, editorial board, and/or publisher; the editors, editorial board, and publisher disclaim any responsibility or liability for such materials.

Open Access Statement

Current Perspectives in Social Sciences is an open access publication, and the journal's publication model is based on Budapest Access Initiative (BOAI) declaration. All published content is available online, free of charge at <https://socialsciences-ataunipress.org/>. Current Perspectives in Social Sciences is content is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial (CC BY-NC) 4.0 International License which permits third parties to share and adapt the content for non-commercial purposes by giving the appropriate credit to the original work.

You can find the current version of the Instructions to Authors at <https://socialsciences-ataunipress.org/>

Editors: İlknur Emekli

Address: Atatürk University, Graduate School of Social Sciences, Erzurum, Turkey

E-mail: ilknur.emekli@atauni.edu.tr

Publisher: Atatürk University

Address: Atatürk University, Yakutiye, Erzurum, Turkey

Publishing Service: AVES

Address: Büyükdere Cad., 105/9 34394 Şişli, İstanbul, Turkey

Phone: +90 212 217 17 00

E-mail: info@avesyayincilik.com

Webpage: www.avesyayincilik.com

Current Perspectives in Social Sciences

CONTENTS

Reviews / Derleme

- 1 Gönüllülük Alanında Kullanılan Temel Teoriler ve Gönüllü Faaliyetlerde Teori-Pratik İlişkisi
Fundamental Theories Used in the Field of Volunteering and Theory-Practice Relationship in Volunteer Activities
Harun ASLAN
- 11 Luhmann's Predecessors and His Theory of Society
Luhmann'ın Öncülleri ve Toplum Teorisi
Ali DEMİR

Research Articles / Araştırma Makaleleri

- 17 Türkiye'nin Marka Kişiliği Algısı ve Destinasyon İmağı Üzerindeki Etkilerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Çalışma
A Study on Measuring Turkey's Brand Personality Perception and Its Impacts on Destination Image
İsa YAYLA, Gökalp N. SELÇUK
- 24 Otel İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Bölümüne Yönelik İnternet Üzerinden Verilen İş İlanlarının İçerik Analizi
Content Analysis of Job Advertisements Given on Internet for Customer Relations Department in Hotel Businesses
Barış ERDEM, İpek BIRKON, Necmiye Nida ÖZGEN
- 34 Enflasyon Hedeflemesini Benimseyen Ülkelerde Fisher Etkisi: Bir Fourier Eşbütünleşme Analizi
The Fisher Effect in Inflation Targeting Countries: A Fourier Cointegration Analysis
Mehmet DİNÇ
- 43 The Relationship Between Environmental Consciousness in the Context of New Environmental Paradigms and Ecotourism Knowledge
Yeni Çevresel Paradigmalar Bağlamında Çevre Bilinci ve Ekoturizm Bilgisi Arasındaki İlişki
Ayşen ERCAN İSTİN, Mülkiye MIZRAK
- 53 Teachers' and Parents' Views on the Psychosocial Effects of Children's Technology Addiction
XXXX
Engin ÇELEBİ
- 60 Türkiye'de 1960-1980 Arası Kültür/Sanat Alanındaki Yapısal Özellikler
Structural Characteristics of Culture/Art in Turkey Between 1960 and 1980
Ensar YILMAZ
- 67 Bir Sorun Olarak Çeviri Etkinliğinin Anatomisi
Anatomy of Translation Activity as a Problem
Melik BÜLBÜL
- 74 Calculating Digital Transformation Index with Geographically Weighted Regression
Coğrafi Ağırlıklı Regresyon ile Dijital Dönüşüm Endeksinin Hesaplanması
Ahmet Kamil KABAKUŞ, Merve YORULMAZ
- 84 The Effect of Trade Costs on the Foreign Trade Size: A Comparative Study of High-Income Countries and Upper-Middle-Income Countries
Nasim ROUYGARİ

Gönüllülük Alanında Kullanılan Temel Teoriler ve Gönüllü Faaliyetlerde Teori-Pratik İlişkisi

Fundamental Theories Used in the Field of Volunteering and Theory–Practice Relationship in Volunteer Activities

Harun ASLAN 

¹Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu, Türkiye



ÖZ

Gönüllülük, evrensel düzeyde dünyanın her yerinde varlığını sürdüren bir olgudur. Geçmişten günümüze insanoğlunun en temel davranış şekillerinden biridir. Gönüllülük, insanların doğrudan bir ücret beklentisi olmadan hem bireylerin hem toplumun gelişimine yönelik çeşitli faaliyetler gerçekleştirmesidir. Dolayısıyla gönüllülüğün yaratmış olduğu faydalar hem bireysel açıdan hem toplumsal açıdan değerlendirilebilmektedir. Bireylerin gönüllü olmalarının ardında birçok motivasyon olup bu motivasyonların incelenmesi gönüllülüğün gelişimine katkı sağlamaktadır. Gönüllülüğün hem nedenlerinin hem de sonuçlarının anlaşılması adına; bu alandaki tüm aktiviteleri aynı teori ile açıklamaya çalışmak ya da tüm aktivitelerin sonuçlarını aynı düzlemde ele almak muhtemelen doğru bir sonuç ortaya koymayacaktır. Bu bağlamda, gönüllülük alanında kullanılan belirli temel teorileri anlamak, gönüllülük alanyazınına ilişkin kavramsal ve teorik çeşitliliğin kavranmasına yardımcı olacaktır. Sonuç olarak bu çalışmanın amacı, gönüllülük faaliyetleri üzerinden gönüllülük alanında kullanılan teorilerin ilişkisini açıklamak, gönüllülük alanında uygulama ile teori arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak olarak ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Gönüllülük, Gönüllülük Motivasyonu, Güçlendirme Teorisi, Sosyal Değişim Teorisi, Rol Teorisi, Sembolik Etkileşimcilik Teorisi

ABSTRACT

Volunteering is a universal phenomenon that exists all over the World. It is one of the most basic behavior patterns of human beings all the time. Volunteering includes various activities that people carry out for the development of both individuals and society without the expectation of a direct wage. Therefore, the benefits of volunteering can be evaluated both individually and socially. There are many motivations behind individuals' voluntary activities, and examining these motivations also contributes to the development of volunteering. Volunteering is fed a lot of theories such as empowerment theory, theory of social change, role theory, and symbolic interactionism theory. So, it is probably not true to explain and understand that both the reasons and the results of volunteering adhere to one theory. In this context, understanding certain fundamental theories used in the field of volunteering help to understand the conceptual and theoretical structure of volunteering. As a result, the aim of this study can be expressed as to explain the relationship between the theories used in the field of volunteering and to reveal the relationship between practice and theory in the field of volunteering.

Keywords: Empowerment theory, motivations for volunteering, role theory, symbolic interactionism theory, theory of social change, volunteering

Geliş Tarihi/Received: 17.02.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 05.10.2022

Sorumlu Yazar/Corresponding author:
Harun ASLAN
E-mail: haslan@kastamonu.edu.tr

Cite this article as: Aslan, H. (2022). Fundamental theories used in the field of volunteering and theory–practice relationship in volunteer activities. *Current Perspectives in Social Sciences*, 27(1), 1-10.



Giriş

Gönüllü faaliyetler, geçmişten günümüze çeşitli coğrafyalarda yaşamın içinde varlığını sürekli koruyan eylemler bütünü olarak; hem bireylerin hem toplumun gelişimine etki etmektedir. Gönüllülük, bireylerin yaşamlarına biyopsikososyal boyutta pozitif etki ederken, toplumsal anlamda ise sosyal uyumun sağlanması ve sosyal ihtiyaçların karşılanması adına katkı sağlamaktadır (Rochester ve ark., 2016, s. 1). Ayrıca gönüllüler ortaya koydukları beceri, enerji, tutku, ahlaki yükümlülük ve yerel bilgi ile dezavantajlı insanlara yardım ve hizmet ortaya koymaktadır. Gönüllülerin amaçları, geleneksel hizmet sunum sistemleri tarafından büyük ölçüde göz ardı edilen veya yeterince ele alınmayan toplumsal sorunları çözmek, daha zengin bir toplumsal dokuyu oluşturmak ve sürdürmektir. Bu bağlamda gönüllü faaliyetlerin sosyal hizmetlerin sunumundaki tamamlayıcı gücü yadsınamaz bir şekilde kabul görmektedir (Brown & Prince, 2016; Cheung, 2006; Dekker & Halman, 2003; Haldane, 2014).

Gönüllü bireylerin gönüllülük faaliyetlerine katılmasının arka planında karmaşık bir yapı yer almaktadır. Bu yapı mikro faktörlerden makro faktörlere uzanan bir bütünlük değişkenlere işaret etmektedir (Dageid ve ark., 2016, s.572-579; Swartz & Colvin, 2015, s. 141-147). Ayrıca alanyazında bireylerin gönüllü olma motivasyonları kişilerin altüstistik ve egoistik amaçları çerçevesinde de sıkça sınıflandırılmış ve ölçülmüştür (Frisch & Gerrard, 1981; Larsson ve ark., 2016; Latting, 1990). Dolayısıyla kişilerin gönüllü olmasının arkasında geniş bir inceleme alanı üzerinden çalışmalar yürütülmektedir. Bireylerin gönüllü olma motivasyonları aynı zamanda gönüllülük alanında kullanılan belirli teorilerle açıklanmaya çalışılmıştır. Buna yönelik ayrıntılı analiz çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ortaya konulmuştur.

Gönüllülük üzerine gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, bu konu ile çok sayıda teorik ve kavramsal model üretmiştir (Clary ve ark., 1998; Haski-Leventhal ve ark., 2008; Hustinx, 2009; Omoto & Snyder, 2002). Ancak ortaya konan çalışmalar uygulama düzeyleri bakımından çeşitlilik gösterse dahi teorik düzeyde daha sınırlı kalabilmiştir. Öte yandan gönüllülüğe dair teorik bakış açıları da kendi içerisinde çeşitlilik göstermiş ve bu alanda genel bir fikir birliği eksikliği vurgulanmıştır (Sutton & Staw, 1995, s. 372). Dolayısıyla disiplinler arasındaki kavramsal tercihlerdeki farklılıkların yanı sıra teori oluşturma sürecinin içerdiği karmaşıklıklar ve zorluklar kendi içinde çelişkileri yansıtmaktadır. Son tahlilde gönüllülük alanında kullanılan belirli temel teorilerin çeşitli disiplinler altında incelenirse dahi uygulama ile olan ilişkisi gönüllülüğün güçlü bir tarafına da işaret etmektedir.

Gönüllülüğün ve etkilerinin, gönüllülük motivasyonlarının alanyazında bir araştırma konusu olarak sıkça yer alması, beraberinde gönüllülük alanında kullanılan teorilerin neler olduğu ve bu faaliyetlerin teorik çerçevede nasıl ifade edilebileceği sorusunu ortaya koymuştur. İşte bu noktada alanyazında ifade edilen ve dağınık olarak çeşitli çalışmalarda vurgulanan gönüllülük ile ilişkili teorik yapıların genel olarak neler olduğu sorusu bu çalışmanın ilham noktasıdır. Bu kapsamda gönüllülük faaliyetleri üzerinden gönüllülük alanında kullanılan teorilerin gönüllülükle ilişkisini açıklamak, gönüllülük alanında uygulama ile teori arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak araştırmanın temel amacı olarak ifade edilebilir. Bu ana amaçla birlikte ayrıca çalışmada kavramsal olarak başlıca; gönüllülük, gönüllü faaliyetler ve gönüllülük motivasyonu kavramları üzerinde de durulmuştur.

Gönüllülük ve Gönüllülük Motivasyonu

Gönüllülük, doğrudan herhangi bir mali karşılık beklenmeksizin bir ihtiyacın karşılanması veya belirli sosyal hizmetlerin sunulması için kişilerin zaman ve yeteneklerini gönüllü olarak vermesidir (Houle ve ark., 2005, s. 337-338). Dünyada gönüllü sayısına yönelik ortaya konulan çalışmalar kapsamında Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV) verileri, en son 2016 yılında ki gönüllü işgücü sayısını küresel ölçekte 109 milyon olarak açıklamıştır (Lough ve ark., 2018, s. 11).

Gönüllü sayılarının küresel düzeyde artması sonucu gönüllü kuruluşlar ve gönüllüler artık kamusal hizmetlerin sunumunda daha önemli bir konuma gelmiş bulunmaktadır. (Blackmore, 2005, s. 5). Aynı zamanda ülkeler artık toplumsal düzeyde siyasi süreçlere ve topluluk yaşamına katılımı yeniden canlandırmak için gönüllülük sektörüne artı güven duymaya başlamıştır (Jochum ve ark., 2005, s. 38).

Gönüllülüğün hızlı bir şekilde artan önemi, beraberinde gönüllülüğün yaratmış olduğu etkileri ve faydaları da merak konusu haline getirmiştir. Bu anlamda gönüllülük bireylere, organizasyonlara, hükümetlere ve de topluma fayda sağlayan çok boyutlu yapı olarak analiz edilmiştir (Güzel, 2020; Haski-Leventhal ve ark., 2011; Morrow-Howell, 2010; Uslaner, 2001). Gönüllülük bireysel düzeyde bireylerin biyopsikososyal sağlıklarını pozitif yönde etkileyebilirken toplumsal düzeyde ise kamu maliyetlerine ve hizmetlerine, sosyal sermaye ve sosyal uyuma pozitif etki edebilmektedir (Putnam, 1995, s. 63-65; Shmorkin ve ark., 2003, s. 603). Dolayısıyla gönüllülük hem bireysel hem toplumsal iyi oluşa katkı vermektedir.

Küresel düzeyde gönüllülüğün artan önemi ile birlikte bireylerin gönüllü olmalarının ardında yatan motivasyonların da neler olduğu da birçok disiplin tarafından ilgi çekici bir araştırma konusu olarak dikkat çekmiştir (Clary ve ark., 1998; Haski-Leventhal ve ark., 2008; Hustinx, 2009; Omoto & Snyder, 2002; Snyder ve ark., 2000; Wilson, 2000). Bu bağlamda yapılan çalışmalar gönüllülük motivasyonunun içsel ve dışsal faktörler üzerinden sınıflandığı ve aynı zamanda bireyden topluma uzanan mikro, mezo ve makro faktörler üzerinden de bir sınıflamanın olduğunu göstermektedir (Dageid ve ark., 2016; Hiatt ve ark., 2000; Hodgkinson, 2003; Okun & Michel, 2006; Penner, 2002; Swartz & Colvin, 2014).

Bireylerin içsel motivasyonları, kendilerinin temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılanmasına yönelik gerçekleştirilen aktivitelere işaret ederken; dışsal motivasyonlar ise tam tersine, tercih edilen bir sonuca veya para gibi harici bir ödülle ulaşmak amacıyla yapılan eylemleri anlatmaktadır (Larsson ve ark., 2016, s. 18). Öte yandan mikro, mezo ve makro düzeydeki gönüllülük motivasyonları üzerinden bir sınıflama analizinde ise, ilk olarak mikro motivasyonlar üzerinden kişinin bireysel özellikleri ve araçsal amaçlarının gönüllü olmasındaki etkisi psikoloji bilim dalı ile ilişkili olarak incelenmiş; mezo düzeyde topluluk ve toplum ile olan ilişkisi üzerinden motivasyon kaynakları analiz edilmiş ve son olarak makro düzeyde ise toplumların sahip oldukları ekonomik, politik ve sosyokültürel özelliklerin bireyler üzerine etkisi

üzerinden bir gönüllülük motivasyon incelenmesi yapılmıştır (Dageid ve ark., 2016; Hodgkinson, 2003; Okun & Michel, 2006; Penner, 2002; Swartz & Colvin, 2015).

Gönüllülüğün ve etkilerinin hem bireysel hem toplumsal düzlemde yaratmış olduğu faydalar ve artı değerler düşünüldüğünde, gönüllülük pratiğinin ayrıntılı incelenmesi bilimsel perspektifte de önem kazanmıştır. Bununla birlikte bu pratiğin üzerine yapılan araştırmalar beraberinde teorik olarak gönüllülüğün incelenmesini ilgi çekici kılmıştır. Dolayısıyla özünde birçok disiplinde kullanılan belirli teorilerin, gönüllülük alanındaki kullanımı ve bu teorilerin gönüllülük eyleminin nedenlerini ve sonuçlarını açıklamada ortaya koymuş olduğu katkı gönüllülük alanında önem arz etmektedir. Sonuç olarak gönüllülüğün teorik ve uygulamaya dönük yapısı nezdinde sahip olduğu çeşitli teorik tartışmaları anlayabilmek, gönüllülüğün özünü anlayabilmeyi ifade etmektedir.

Gönüllülük Alanında Kullanılan Teoriler ve Gönüllü Faaliyetlerde Teorinin İzleri

Birçok kültür ve coğrafyada gerçekleştirilen gönüllülük çalışmaları, çok sayıda teorik ve kavramsal model üretmiştir. Gönüllülüğe yönelik ortaya koyulmuş olan geniş perspektif, gönüllülük teorilerinin tam olarak ne olması gerektiği konusunda genel bir fikir birliği ortaya koyamamaktadır. Disiplinler arasındaki kavramsal tercihlerdeki farklılıklar ve teorinin kendisinin inşası sürecinde yer alan karmaşıklıklar gönüllülüğe yönelik geniş ve farklı bir alanyazının ortaya çıkmasındaki faktörler olarak nitelendirilmektedir (Sutton & Staw, 1995, s. 371).

Gönüllülük teorilerinin gelişme sürecine yönelik üç ana zorluk ya da başka bir ifadeyle üç karmaşık katman alanyazında ifade edilmektedir (Wilson, 2000, s. 217). Birincisi ve en önemlisi, gönüllülük açıkça tanımlanmayan ve çok çeşitli faaliyetlere, organizasyonlara ve sektörlerle yayılan karmaşık bir olgudur. Buna ek olarak, gönüllülük çoklu tanımlara sahip sosyal bir yapı oluşturmaya devam etmektedir. Dolayısıyla gönüllülük olarak algılanan şey aynı zamanda kamu algısını da içerisinde barındırmaktadır (Cnaan ve ark., 1996, s. 364; Handy ve ark., 2000, s. 46).

İkincisi, gönüllülük çalışmaları ekonomi, sosyoloji, yönetim bilimi ve sosyal hizmete kadar geniş bir disiplin yelpazesinde anlamlı bir çalışma nesnesi olarak ortaya koyulmaktadır. Bu sebeple, hangi teorik perspektifin (ve ilişkili jargonun) gönüllülük çalışmalarına daha uygun olduğu konusunda sınırlı bir fikir birliği mevcuttur. Dahası, farklı disiplinler gönüllülüğe farklı anlamlar ve işlevler atfetmektedir (Hustinx ve ark., 2010, s. 412). Örneğin ekonomik bir paradigmadaki gönüllülük esas olarak, gönüllülerin beşeri sermayelerine yatırım olarak faaliyet gösterdiği ve hesaplanabilir ekonomik değeri olan "ücretsiz iş" olarak anlaşılmaktadır (Freeman, 1997, s. 141). Sosyal hizmet uzmanları, sosyologlar ve siyaset bilimciler ise ekonomistlerin aksine, gönüllülüğü dayanışma, sosyal uyum ve demokrasi gibi temel toplumsal ilkelerin bir ifadesi olarak görmektedir (Putnam, 2000, s. 5; Wuthnow, 1998, s. 24).

Üçüncü ve son olarak, gönüllülüğe ilişkin mevcut teoriler ağırlıklı olarak gönüllülük yasalarını ortaya çıkarmaya, yani fenomenin var olmasını veya olmamasını açıklamaya odaklanmaktadır. Gönüllü katılımın kilit yordayıcıları ampirik analiz ile tanımlanmakta ve daha sonra "kültürel sermaye," "sosyal kaynaklar" veya "baskın statü" gibi daha genel terimler aracılığıyla teorik yapı taşları olarak kullanılmaktadır (Hustinx ve ark., 2010, s. 411). Her ne kadar bu kavramlar gönüllülüğün altında yatan dinamikleri anlamakta vazgeçilmez olsa da, yapılan ampirik gözlemlere çok yakındır. Dahası, gönüllülük, herhangi bir karmaşıklıktan yoksun tek boyutlu bir kategori olarak ele alınmaktadır. Geçerliliklerine rağmen, egemen teoriler bu nedenle sadece bir görüş temsil etmektedir (DiMaggio, 1995, s. 391; Van Maanen ve ark., 2007). Bu bağlamda, DiMaggio "iyi teori" nin çok boyutlu olması gerektiğine, en iyi teorilerin melez olduğuna ve teoriye farklı yaklaşımların birleşmesinden ortaya çıktığını iddia etmiştir (DiMaggio, 1995, s. 392).

Son tahlilde gönüllülük terimi çok farklı aktiviteleri, perspektifleri ve bilimsel yaklaşımları içerisinde barındıran geniş bir çalışma alanını ifade etmektedir. Bu alandaki tüm aktiviteleri aynı teori ile açıklamaya çalışmak ya da tüm aktivitelerin sonuçlarını aynı düzlemde ele almak muhtemelen doğru bir sonuç ortaya koymayacaktır (Wilson 2000, s. 233). Gönüllülük alanında kullanılan belirli temel teorileri anlamak, gönüllülük alanyazınına ilişkin kavramsal ve teorik çeşitliliğin kavranmasına yardımcı olacaktır. Gönüllülük alanında kullanılan teoriler ilişkili olduğu disiplinlerle çeşitlenip geniş bir bağlama işaret etse dahi bu çalışma kapsamında gönüllülük alanında en sık kullanılan dört temel teori ele alınmıştır.

Güçlendirme Teorisi

Güçlendirme genellikle güç kazanma, gücü kontrol etme veya geliştirme yeteneği anlamına gelmektedir. Aynı zamanda, sorunlar karşısında başa çıkmayı zorlaştıran ve engelleyen güçlerle yapıcı bir şekilde başa çıkma yeteneğini, kapasitesini ve kişinin kendi kaderi üzerinde makul bir kontrolü elde edebilmesini anlatmaktadır (Pinderhuges, 1983, s. 331).

Güçlendirmeye yönelik bir başka ifade ise, bireylerin hayatlarının çeşitli yönlerinin artan kontrolünü elde ettiği ve topluluklara insan onuruna yakışır şekilde katıldığı süreçler toplamı olarak tanımlanmaktadır (Lord & Hutchison, 1993, s. 4). Dolayısıyla güçlendirme, insanların kişisel ve sosyal değişime maruz kaldıkları, hayatlarını etkileyen örgütler, kurumlar ve içinde yaşadıkları topluluklar üzerinde etkili olmalarını sağlayacak etkileşimli bir süreç olarak düşünülebilir (Whitmore, 1988, s. 13). Öte yandan, kendini değerli ve yetkin hissetme, gücü ve kontrolü algılama gibi bir zihinsel duruma ulaşmada negatif değerlemelerin azaltılması, ortadan kaldırılması, mücadele edilmesi ve tersine çevrilmesi sürecine de güçlendirme içerisinde değinilmektedir (Payne, 2014, s. 116).

Güçlendirme teorisi, güçlendirmenin hem çok düzeyli (bireysel, örgütsel, topluluk) hem de çok boyutlu (bireyler arası, sosyal, davranışsal, politik) olduğunu gösterir. Güçlendirme teriminin karmaşıklığı ve genelliği, ilgilenen araştırmacıların, güçlendirme olgusunu anlamakla ilgili yerleşik teorileri, yöntemleri ve kavramları dikkate alması ve inceleme ya da müdahale altındaki güçlendirme düzeylerini ve boyutlarını belirtmeleri gerektiğini önermektedir (Cankurtaran ve ark., 2020, s. 29; Prestby ve ark., 1990, s. 118).

Güçlendirmenin ilişkili olduğu kesin sonuç, güce ilişkindir (Hatzidimitriadou, 2002, s. 272). Güç bir kurum değil, bir yapı da değildir, ne de sahip olduğumuz kesin bir kuvvet de değildir; yalnızca karmaşık bir stratejik duruma atfedilen isimdir (Foucault, 1990, s. 93). Bu nedenle

eylem, gücün uygulanması olarak düşünülebilir (Foucault, 1990, s. 93). Sonuç olarak, değişimi teşvik etmede ve mevcut gücü en üst düzeye çıkarmada, hem sosyal hem de sembolik sermayeyi artırarak gücü kullanmak gerekir (Lyons ve ark., 2011, s. 269-271).

Güç; bilgi, beceri, kontrol ve öz-yeterliliği içerir (Cohen, 2009, s. 523; Hatidimitriadou, 2002, s. 282; Parsons ve ark., 1998, s. 4). Ayrıca bazı göstergeler güçlenme yaşayan kişi tarafından tanımlandığı üzere açıkça öznedir. Bu göstergeler benlik kavramı, benlik saygısı, umut, güven ve iyimserliği içerir (Cheung ve ark., 2012, s. 153). Bu kavramlar içerisinde güçlendirme ve gönüllülük ilişkisi bağlamında sürekli vurgulanan öz-yeterlik, gönüllülüğün güçlendirilmesi ve yetenekleri ile yakından ilişkili bir faktördür (Hatidimitriadou, 2002, s. 279). Öz-yeterlik, gönüllülük becerilerine ve gönüllülüğün güçlendirilmesine elverişli genel bir yakınlık olarak nitelendirilebilir (Cheung ve ark., 2012, s. 150).

Öz-yeterlilik ile ilişkili bir diğer kavram olan gönüllülük yeterliliğidir. Öz-yeterlik kişinin günlük problemlerle başa çıkma kabiliyeti hakkında genel bir inancı ifade ederken, gönüllü yeterlilik gönüllü iş yapma yeterliliğini ifade eder. (Schwarzer, 1992, s. 218). Teori ve kanıtlar, öz-yeterliliğin gönüllülüğün güçlendirilmesi üzerindeki olumlu etkilerini desteklemektedir (Cheung ve ark., 2012, s. 156).

Güçlendirmenin gönüllü yeterliliğine katkısı genellikle beşeri sermaye teorisi ile öngörülebilir (Meneken & Wimfield, 2000, s. 850). Genel olarak, beşeri sermaye teorisi, becerileri geliştirmek için zaman, çaba ve kaynak yatırımının mantığını vurgular. Özellikle güçlendirme, gönüllü hizmeti düzenleyenlerin gönüllülük yeterliliğini artırmak için gönüllüye yaptığı bir yatırımı temsil eder. Bu süreç, eğitim, öğretim, beceri geliştirme gibi beşeri sermayeye yapılan yatırımın katkısına benzer. (Gallie ve ark., 1998, s. 9-13; Rocha, 2000, s. 54).

Ayrıca gönüllü yeterliliği bağlamında önemli bir diğer kavram ise kendi kaderini tayin teorisi hakkındadır. Kendi kaderini tayin teorisi güçlendirme çerçevesi içerisinde daha spesifik bir açıklama sağlar. Bu teori, güçlendirme yoluyla özerkliğin ve bağlantılılığın gelişimini vurgular (Ryan & Deci, 2000, s. 76). Bu açıklama, baskıyı hafifletmek ve insan potansiyellerini serbest bırakmak için güçlenmenin önemini koruyan geleneklerle uyumludur (Lee, 2001, s. 22). Bu teoriler, güçlenmenin genel olarak iş yeterliliğine katkısını açıklar (Biron & Samberger, 2010, s. 184; Caspar & O'Rourke, 2008, s. 263).

Bir süreç olarak güçlendirme, başta karar verme ve güç eşitleme olmak üzere çeşitli görevlerin kolaylaştırılmasını içerir (Cox & Parsons, 1992, s. 422; Henson, 2001, s. 832). Bu durumda güçlendirme genellikle güç kazanılmasına yol açan bir süreçtir. Özetle güçlendirme süreci, zorunlu olarak güçlenmekte olan kişinin kasıtlı eylemlerini gerektirir. Bu tür eylemler bireyleri, kişisel ve kolektif gücün geliştirilme sürecine dahil eder. Aynı zamanda güçlendirme, insanların, örgütlerin ve toplulukların işlerine hakim olmalarını sağlayan bir mekanizma olarak görülmektedir (Rappaport, 1987, s. 122). Özellikle güçlendirme ile ilişkili olarak, bireysel düzeyde güveni arttıran güçlendirici kuruluşlar ve çevreyi ya da toplumu etkileyen güçlendirilmiş kuruluşlar gönüllülük alanında büyük önem ifade etmektedir (Swift & Levin, 1987, s. 84). Gönüllü topluluk kuruluşlarının güçlendirici olabileceğine dair bazı destekleyici kanıtlar bulunmaktadır. Çünkü bunlara katılım daha yüksek güven, vatandaşlık görevi duygusu ve daha düşük çaresizlik duyguları ile ilişkili olabilmektedir (Ahlbrandt, 2013, s.14; Florin & Wandersman, 1984, s. 705; Zimmerman & Rappaport, 1988, s. 746-748).

Gönüllülük çalışmaları içerisinde güçlendirme, gönüllüler için iyi, gelişimsel ve faydalı bir anlam ifade etmektedir. Gönüllülük ancak örgüt, çevre ve çalışma süreci içerisinde güçlendirici unsurlar keşfedilip benimsendiğinde büyük bir önem ifade eder. Bu nedenle, gönüllülüğün güçlendirilmesi, ölçme ve incelemeye ihtiyaç duyan bir değişkendir (Cheung ve ark., 2012, s. 149).

Gönüllülükte güçlendirmenin önemli bir amacı ise, vatandaşlık için arzu edilen kişisel güç ve yeteneğin keşfedilmesi anlamına gelir. Bu amaç, eğitim ve diğer kişisel gelişim biçimlerini içeren yükselme için güçlendirmeyi kapsamaktadır (Cheung ve ark., 2012, s. 153).

Güçlendirme teorisi, sosyal hizmet uzmanlarının veya diğer yardımcı profesyonellerin, ayrımcılık deneyiminden kaynaklanan güçsüzlüğü azaltmayı amaçlayan, damgalanmış bir gruba ait olan müracaatçı ile bir dizi faaliyette bulunmaları gerektiğini önermektedir (Solomon, 1987, s. 80). Damgalanmış gruplara, yaşamlarını etkilemek için belirli beceriler, bilgi ve yeterli gücü kazanma, geliştirme ve artırmada kişilerarası etki ve değerli sosyal rollerin icra edilmesinde yardımcı olunabilmektedir (Solomon, 1987, s. 80; Torre, 1985, s. 428). Güçlendirme teorisi bağlamında, gönüllülüğe ilişkin güçlü bir bireysel güçlendirmenin etkisinden bahsedilebilir. Gönüllülük çalışmaları içerisinde gönüllülerin olumsuz öz-değerlemelerine karşı koymalarına, güçsüzlük duygularını azaltmalarına, değer ve öz-yeterlik duygularını arttırmalarına olanak sağlayan bir güçlendirme süreci önemle ifade edilmektedir (Kam, 2002, s. 119).

Gönüllü katılım, dezavantajlı bireylere sosyal temaslar ve yeni sosyal ilişki sonuçları için daha fazla fırsat sunabilir ve böylece kendilerince tanımlanmamış ve tanınmamış olabilecek farklı yetenek alanlarını deneyimlemelerine olanak tanır. Tüm bu yeni deneyimler, kendi negatif değerlemelerini ve güçsüzlük duygusunu azaltmak için yararlı bir süreç olarak gösterilebilir (Kam, 2002, s. 126).

Gönüllülük örgütlerine katılımı olumlu psikolojik güçlenmenin önemli boyutu alanyazında ifade edilmektedir. Bu çalışmalar katılımın bireylerin becerilerini, kaynaklarını, bilgisini, yeterliliğini, etkililiğini geliştirdiğini dolayısıyla bireysel güçlendirme yoluyla yakından ilişkili olduğunu göstermektedir (Prestby ve ark., 1990, s. 119; Zimmerman & Rappaport, 1988, s. 726). Sonuç olarak, bireysel güçlendirme açısından sivil toplum örgütlerine katılımın teşvik edilmesi bireyler üzerinde güçlendirici bir unsur olarak büyük önem ifade etmektedir.

Sosyal Değişim Teorisi

Sosyal değişim teorisi, kişilerarası davranışların veya ilişkilerin özünde ödüllerin ve maliyetlerin olduğunu öne sürer (Homans, 1961, s. 13). Bireyler algılanan olası sonuçlara dayanarak, ödülleri en üst düzeye çıkarmaya ve maliyetleri en aza indirmeyi hedefler. Bu hedefler çerçevesinde bireylerin biriyle veya tüzel bir kişiyle sosyal ilişkiler geliştirmesi doğal bir sonuç olarak görülür (Thibaut, 2017, s. 20).

Genel olarak bireylerin gönüllülük eylemi sonucu bekledikleri ödül, değişim sürecine ilişkin beklentilerinden daha az ise, bireyler gönüllü çalışmaya dahil olmayabilirler. Buna karşılık, bireylerin ödüllere ilişkin beklentileri maliyetleri düzeyinde karşılandığında veya aştığında, kişi veya kuruluşla bağlantı kurma ve daha yakın bir ilişki geliştirme olasılıkları daha yüksek olabilir (Thibaut, 2017, s. 24).

Sosyal değişim teorisi bireyin gönüllülük niyeti üzerinden düşünüldüğünde, gönüllülüğün algılanan katkılarının ve bireyin gönüllü deneyim sonucunda almayı beklediği ödüllerin ayrıntılı bir işlevsel analizi gerçekleştirilebilir (Bang ve ark., 2009, s. 70). Bireyler, motivasyonel ihtiyaçlarının ve arzularının gönüllülük deneyimleri sayesinde tatmin olduğunu algılasa, gelecekteki gönüllü niyetleri ve gönüllü çalışmalara katılma durumu bir takas ürünü olarak ortaya koyulabilir (Bang ve ark., 2019, s. 728).

Sosyal değişim teorisi ışığında, bireylerin kazanacakları getiriler önceden somut veya açıkça öngörülemezse de, gelecekte kazanılması beklenen getiriler, gönüllülükte bireyleri motive eden eylemler olarak ifade edilmektedir (Blau, 2017, s. 42). Sosyal değişim teorisi kapsamında, bireylerin başkalarıyla ödül beklentisiyle bilerek ve isteyerek yaptıkları sosyal eylemler karşılık bulunmadığı zaman, iletişime son verilebilmektedir. Sosyal değişim teorisi kuramcıları, yaptıkları çalışmalarda iki önemli varsayımı vurgulamaktadırlar. Birincisi, sosyal değişim karşılıklılık esasıyla özdeşleştirilmiş olup, ilişkiden yarar sağlama olanağı karşı tarafa da benzer bir avantaj yaratma ile mümkündür. İkincisi ise, ilişki esnasında yaşanan deneyimler ileriye dönük değiş tokuşların da yönünü çizmektedir (Eshleman & Bulcroft, 2006, s. 63). Bu varsayımlar ışığında, sosyal değişim teorisi karşılıklılık ve adaletin sürdürülmesiyle ilgili öncüllere dayanır (Molm, 2006, s. 26; Wilson, 2000, s. 222-223). Bu önermeyi kullanarak, sosyal değişim teorisi kişinin eylemlerinin karşılıklılık ve adaleti sağlayacak şekilde başkalarının eylemlerine bir yanıt olmasını bekler (Cheung ve ark., 2016, s. 72). Bu nedenle, toplum içerisinde gönüllü olmak veya yardım etmek adil ve ödüllendirici olacaktır. Sonuç olarak, başkalarına yardım etmek gönüllülükle özdeşleşerek gönüllülüğe bağlı olmayı yaratabilir. (Cheung ve ark., 2016, s. 72).

Gönüllüler insan sermayelerini arttırarak katılımlarından maddi olarak beklenti içerisinde olmayabilirler, fakat aynı zamanda katılımlarından belirli sosyal kaynaklar ve psikososyal faydalar elde edeceklerdir. Gönüllülük biçimine bağlı olarak, bu faydalar arasında daha fazla istihdam edilebilirlik, sosyal bütünleşme ve destek, zihinsel ve fiziksel sağlık, yaşam memnuniyeti, öz-yeterlik ve güven gösterilebilir (Haski-Leventhal, 2009, s. 279; Musick & Wilson, 2003, s. 260-262; Thoits & Hewitt, 2001, s. 116; Wilson & Musick, 1999, s. 150-162).

Rol Teorisi

Rol teorisi, bireylerin beklentiler ve gereksinimler içeren belirli rollere ilişkin, beklentileri benimsemesine ve gereksinimleri yerine getirmesini anlatan bir süreci tanımlamaktadır (Penner ve ark., 2005, s. 378; Weinstein ve Ryan, 2010, s. 223). Yani rol almak, beklentileri ve gereksinimleri anlamak ve bunlara uymak anlamına gelir. Teori, sosyal davranış, gönüllülük ve hayırseverlik gibi çalışma alanlarında sıkça vurgulanmaktadır (Dovidio ve ark., 2017, s. 33; Grube & Piliavin, 2000, s. 1108).

Rol teorisi, gönüllülüğün rolü, gönüllülüğün kapsamında toplumdaki diğer insanlara yardım etme ihtiyacı, gönüllülüğün değeri ve nedeni hakkındaki bazı beklentiler üzerine belirli açıklamalar ortaya koyar. Bu beklentiler sosyal güven, karşılıklılık, dayanışma ve işbirliğinin değerlerini açıkça desteklemektedir (Milligan & Fyfe, 2005, s. 418).

Birey yaşamı içerisinde birçok rol üstlenmektedir. Bu rollerden bir tanesi ise gönüllü rolü olabilir. Gönüllü olmaya ilk ivme genellikle ebeveyn beklentileri veya diğer sosyal normlar gibi dış kaynaklardan gelebilmektedir. Bununla birlikte, gönüllülüğe sürekli katılım gönüllü rolünün içselleşmesine ve kendiliğinden bir bileşeni olarak bir 'kimlik' veya 'rol kimliği' olarak benimsenir (Piliavin ve ark., 2002, s. 472). Birey bu süreçte değişen benlik kavramı ile uyumlu davranmaya çalışır ve içerisinde bulunduğu gönüllü eylemleri doğrudan yönlendiren ise kimlik olarak ifade edilmektedir. Bu kavramsallaştırmaya uygun olarak önceki araştırmacılar, bir kişinin rol kimliğinin gücünün, zaman, para ve hatta kan bağının gönüllülük davranışı ile ilişkili olduğunu göstermiştir (Finkelstein ve ark., 2005, s. 405; Grube & Piliavin, 2000, s. 1109; Lee ve ark., 1999, s. 277).

Özünde, insanlar gönüllü olarak çalışmalara devam ettikçe, gönüllü olarak ilişkili oldukları kuruluşa bağlılıkları artar. Bu bağlılık, kuruluş adına eylemlerin görülme sıklığını artırır. Artan bağlılığın ve devam eden gönüllü faaliyetlerin sonucu, gönüllünün benlik anlayışında değişiklikler ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bireyin gönüllü rolü kendi kişisel kimliğinin bir parçası haline gelir (Stryker, 1980, s. 13). Gönüllünün davranışını doğrudan yönlendiren de bu rol kimliğidir, çünkü kişi davranışını gönüllü rol kimliğiyle uyumlu hale getirmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla bu teori çerçevesinde, gelecekteki gönüllü faaliyetlerin en iyi yordayıcılarından birinin geçmişte gönüllü faaliyetler olduğunu vurgulamaktadır (Penner & Finkelstein, 1998, s. 526).

Bireyler yaşamları içerisinde belirli rol kayıpları, norm belirsizlikleri ve önemli bir referans grubundan uygun geri bildirim eksikliği gibi sonuçlarla mücadele etmek zorunda kalabilirler (Kam, 2002, s. 115). Dolayısıyla bu teori, bireylerin yaşamları içerisindeki belirli rol öğelerinin bozulması durumunu hafifletmeyi ve statü-rol becerilerinin, anlamlı gönüllü rollerine katılmaları yoluyla yeniden yapılandırılmasını önermektedir (Payne, 2014, s. 356). Gönüllü faaliyet, bireyler arasında sosyal rolleri yeniden yapılandırmanın ve rol becerilerini geri dönüştürmenin bir aracı olarak görülmektedir (Kam, 2002, s. 116). Bu teori, gönüllü bireylerin sosyal rollerini oynaması sonucu öğrendikleri ve geliştirdikleri geniş bir beceri ve bilgi havuzuna sahip olacaklarını varsaymaktadır (Kam, 2002, s. 116).

Sembolik Etkileşimcilik Teorisi

Sembolik etkileşimcilik teorisi, gerçeklerin sembollere dayandığını ve bu sembollerle yönlendirildiğini iddia eder. Bu teorinin temeli anlamlardır. Sembolik etkileşim, sosyal çevrede bireylerin diğer bireylerle karşılıklı etkileşiminden ortaya çıkan anlamları inceler ve "insanlar arasındaki etkileşimden hangi semboller ve anlamlar ortaya çıkar?" sorusuna odaklanır (Aksan ve ark., 2009, s. 903).

Sembolik etkileşimcilik teorisi bağlamında George Herbert Mead, demokrasinin ilerlemesini, bireylerin içinde buldukları topluluklar içerisinde sosyal engelleri aşabilmesi, ortak bir sosyal çıkar bulabilmeleri ve kamusal malların ortak paylaşımının gelişmesi ile ilişkili olduğunu açıklamaktadır (Mead, 1956, s. 262; 1964, s. 393). Ayrıca, insani demokratik değerlerin ve toplumsal bağların, çağdaş toplumsal sorunlara yönelik yüz yüze çabaları ve halkın yerel düzeyde işbirliği yapması sonucu geliştiği ileri sürülmüştür (Shalin, 1988, s. 914). Bu düşüncenin sosyal hizmet içerisindeki ilerici sosyal eylem geleneğini ve grup çalışmasına yönelik sosyal hedefler yaklaşımını anımsatması bir tesadüf değildir (Sirls ve ark., 1980, s. 195). Mead, yaşadığı dönem göz önüne alındığında Jane Addams ile büyük bir işbirliği içinde

olmuştur. Dolayısıyla Mead, Şikago sosyal yerleşim hareketi, şehir kulübü hareketleri ve sosyal reform çabalarına önemli entelektüel rehberlik sağlamıştır (Shalin, 1988, s. 915).

Sembolik etkileşimcilik teorisi bağlamında bir kişi belirli koşullar altında ve belirli süreçte gönüllü veya özgeci eyleme bağlılık geliştirebilir. Bu durumun gerçekleşmesi hususunda ilk koşul, bireylerin gerçekleştirmiş olduğu sosyal eylemin toplum tarafından desteklenmesi olarak belirtilmiştir (Forte, 1997, s. 153). Örneğin, kan bağışını destekleyen bir topluluk, kan bağışçıları yalnızca övmeyip aynı zamanda ödüllendirebilir. Bunun yanı sıra topluluk desteği, bir kişinin arkadaşlarından veya aile üyelerinden kaynaklı gönüllü faaliyet beklentileri şeklinde olabilir (Stryker & Serpe, 1982, s. 201).

İkinci koşul olarak, gönüllülerin yardım ettikleri kişilerle kurdukları etkileşimli yönelimlerin olması, gönüllü bireylerin özgeciliğe bağlılığını daha da artmasına neden olmaktadır (Davis, 1980, s. 2; Schwalbe & Staples, 1992, s. 146). Bunun en temel nedenleri, gönüllülük sürecinde yardım edilen kişilerle kurulan iletişim sonucu dezavantajlı bireyin rolünü anlama eğiliminin gelişmesi, hizmet alıcısı ile olan iletişimde doğru bir şekilde okuma veya anlama yeteneğinin gelişmesi ve son olarak empatik endişe veya başkalarına şefkat ile sempati duygularına dair bir gelişimin sonucu olarak düşünülmüştür (Forte, 1997, s. 154).

Üçüncü koşul olarak, yaşam boyu gönüllülük hizmetlerine olan bağlılığın çeşitli psikososyal dönüşümler yaratacağı koşuldur. Bu dönüşümlerden ilki, sosyal eylemler için kişisel değerlerin gelişimini vurgulamaktadır (Forte, 1997, s. 154). Bireyin topluma yönelik bir şeyler yapabilmesi bu kapsamda en temel örnek olarak gösterilebilir (Schwartz, 1970, s. 285). İkinci olarak gösterilebilecek dönüşüm ise, bireyin kendini gönüllü olarak ifade etme eğiliminde artıştır (Becker, 1960, s. 34). Üçüncü dönüşüm olarak, kişinin genel benlik imajı ile gönüllü rolündeki benlik imajı arasında artan bir yazışmadır (Callero, 1992, s. 486). Dördüncü dönüşüm, gönüllülüğün gönüllüde yaratacağı benlik duygusu ile nihai bütünleşmesidir. Böylece gönüllülükle ilişkili öz-imgeler ve davranışlar merkezi bir öneme sahip olacaktır (Turner, 1978, s. 2-4). Son dönüşüm ise, gönüllü olarak hareket etme niyetinin derinleşmesi olarak tanımlanmıştır (Ajzen & Fishbein, 1969, s. 401).

Anlatılan koşullar çerçevesinde gönüllülük süreci hem sosyal hem de kişisel değişimi içeren geniş bir etkileşimli süreç odaklanmaktadır. Mead'in sosyal bir yükümlülük duygusunun gelişmesi hakkında söylediği gibi: "Her ikisi de orada olmalı; topluluğun sesi ve kendimiz" (Mead, 1964, s. 395). Toplumsal gelişime atıfta bulunan Mead, içinde bulunduğumuz sosyal düzende yaptığımız değişikliklerin mutlaka kendimizde de değişiklikler yapacağını ifade etmektedir (Mead, 1956, s. 274).

Dış ödüller ve baskı, hizmet eylemini teşvik eder ve destekler. Ancak gönüllü hizmete bağlılık sembolik bir kelime anlamından öte gönüllü olarak öz bir benlik duygusu ve gönüllü olmaya devam etme niyetiyle türetilen içgüdüler gerektirir.

Mead'in teorik bakış açısı, insanların fikirlerini, duygularını ve davranış eğilimlerini başkalarıyla ve sembolik etkileşim yoluyla nasıl değiştirdiğini vurgular. İlk olarak, etkili bir özgeci sosyalleşme programı, dar bir benlik anlayışından başkalarının çıkarları ve ihtiyaçları ile özdeşleştirilebilen "daha büyük bir benliğe" dönüşüm sürecini uyarır (Mead, 1934, s. 386). İkinci olarak, etkili bir özgeci sosyalleşme programı, katılımcıları çaylak veya bir kerelik gönüllü olmaktan devamlı gönüllülük yapan birine özetle gönüllü olarak bir kimlik geliştirmeye davet eder (Forte, 1997, s. 155). Üçüncüsü olarak ise, etkili bir özgeci sosyalleşme programı, gönüllülerin hizmet kimliğini ve kimlikle ilgili hizmet etkinliğini destekleyen bir topluluk ve grup kültürü oluşturur (Forte, 1997, s. 154). Sonuç olarak, belirtilen üç madde doğru bir şekilde yapılandırılırsa, gönüllülük eylemi bireyler için kişisel kimliklerinin ve sosyal yaşam dokularının temel bir parçası haline gelir.

Sonuç

Çalışma kapsamında ifade edilen ilgili teoriler, gönüllülük alanında en fazla öne çıkan temel teoriler olarak ele alınmıştır. Bu bağlamdan hareketle ilk olarak, bireylerin gönüllü katılımı ile birlikte elde ettiği olumlu kazanımlar, güçlendirme teorisi perspektifinde değerlendirilmiştir. Alanyazında birçok sonuç göstermektedir ki, bireylerin gönüllü faaliyetleri ile birlikte kendini keşfetme, kendini gerçekleştirme, özgüven, sorumluluk alma, başarıma duygusu ve mutlu olma gibi psikolojik iyi oluşa yönelik kazanımları bireysel güçlendirme/güçlenme yoluyla yakından ilişkili olduğudur (Astin & Sax, 1998, s. 252; Martinez & McMullin, 2004, s. 113-114; Thoits & Hewitt, 2001, s. 115-116). Ayrıca benlik kavramı, benlik saygısı, umut, özgüven ve iyimserlik kavramları da güçlendirme teorisi ile yakından ilişkilidir (Cheung ve ark., 2012, s. 149). Dolayısıyla bu kavramlara yönelik alanyazında vurgulanan çalışma sonuçları, güçlendirme ve gönüllülük ilişkisi bağlamında teorik katkı ortaya koymaktadır.

Gönüllülük ve güçlendirme teorisi arasındaki ilişkiye dair bir diğer ifade edilmesi gerek nokta ise gönüllülük motivasyonu üzerinedir. Gönüllülük motivasyonu olarak çalışmalarda sıkça ifade edilen takdir edilme boyutu, gönüllülerin kendini değerli ve yetkin hissetmeleri anlamında güçlendirme teorisine önemli bir katkı sağlamaktadır. Çünkü bireylerin kendini değerli ve yetkin hissetme, gücü ve kontrolü algılama gibi bir zihinsel duruma ulaşmada negatif değerlemelerin azaltılması, ortadan kaldırılması, mücadele edilmesi ve tersine çevrilmesi sürecine güçlendirme içerisinde değinilmektedir (Payne, 2014, s. 43). Ayrıca gönüllülük ile birlikte sosyal temaslar ve sosyal ilişkilerin gelişmesine ilişkin araştırma sonuçları (Kawachi & Berkman, 2001, s. 124; Lewton & Nievar, 2012, s. 690) bireylerin kendi negatif değerlemelerini ve güçsüzlük duygusunu azaltmak için yararlı bir süreç olarak nitelendirilebilir. Bu kapsam ise, gönüllülük ve güçlendirme teorisi ilişkisi çerçevesinde alanyazına katkı sağlamaktadır.

Gönüllülüğün bireyin üzerinde yarattığı etkiler ve bunun güçlendirme teorisi ile yakından olan ilişkisinin uygulamalar kapsamında da değerlendirilmesi ayrıca üzerinde düşünülmesi gereken bir noktayı anlatmaktadır. Çünkü toplumsal refah ve iyilik halinin yaratılmasına yönelik gönüllülüğün ortaya koyacağı gücün, Türkiye'deki gönüllülük çalışmaları kapsamında karşılık bulamadığı görülmektedir. Bunun en temel kanıtları ulusal düzeyde gönüllülük politikalarının olmayışı ve yasal bir düzlemde gönüllülerin yok sayılmasıdır. Bu bağlamda gönüllülük faaliyetleri ve güçlendirme teorisi ilişkisinin, hem çok düzeyli (bireysel, örgütsel, topluluk) hem de çok boyutlu (bireyler arası, sosyal, davranışsal, politik) bir yapı üzerinden ele alınması oldukça önemlidir. Çalışma gönüllülük kavramının güçlendirme teorisi perspektifinden anlaşılması ve tanımlanması açısından alanyazına katkı sunmaktadır.

Gönüllü faaliyetler aynı zamanda sosyal değişim teorisi ile de yakından ilişkilidir. Sosyal değişim teorisi, kişilerarası davranışların veya ilişkilerin özünde ödüllerin ve maliyetlerin olduğunu öne sürer (Homans, 1961, s. 13). Bireyler algılanan olası sonuçlara dayanarak, ödüllerini en üst düzeye çıkarmaya ve maliyetleri en aza indirmeyi hedeflemektedir. Bu hedefler çerçevesinde bireylerin biriyle veya tüzel bir kişiyle sosyal ilişkiler geliştirmesi doğal bir sonuç olarak görülür (Thibaut, 2017, s. 23). Alanyazında ortaya koyulan çalışmalar özellikle gönüllülerin, “kazan kazan” ilişkisi üzerinden belirli beklentiler ve kazançlarla gönüllü faaliyetlerine katılabileceğini ortaya koymuştur. Bunlar gönüllülük alanı içerisinde daha çok egoistik motivasyonlar üzerinden ele alınmıştır (Seitanidi & Ryan, 2007, s. 248). Ayrıca uygulamaya yönelik ise, alanyazında gönüllülüğün “kazan-kazan” ilişkisi üzerinden gelişebileceği ifade edilmiştir (Bartsch, 2012, s. 260; Herzig, 2006, s. 53). Bu bağlamda kişilerin gönüllü olmalarına yönelik, elde edecekleri fayda ve artı değerlerin anlaşılması ve anlamlandırılması açısından alanyazına katkı sağlamaktadır.

Bir diğer teori olan rol teorisine yönelik yapılan araştırmalar gönüllülük pratiğine yönelik bu teorinin ilişkisini ortaya koymaktadır (Fletcher & Major, 2004, s. 110). Özellikle gönüllülerin belirli sivil toplum kuruluşlarının gönüllüsü olduğunu gururla, beklentiyle ifade etmesi ve bu rolü sosyal etkileşimleri içerisinde kullanması ya da gönüllülük sürecinde faaliyet gösterdiği sivil toplum kuruluşunun yeleğini giymenin getireceği sosyal rollerin inancıyla gönüllü faaliyetlerini sürdürmesi, gönüllülük ile teori arasında önemli bir bağ kurmaktadır ve alanyazına katkı sağlamaktadır (Fletcher & Major, 2004, s. 112-113). Uygulamaya yönelik ise, gönüllü rolünün değeri üzerinden gerçekleştirilecek çalışmalar bu alana yönelik artı bir değer yaratabilir.

Gönüllülüğe yönelik ortaya koyulan çalışmalar içerisinde son teori olarak değinilen sembolik etkileşimcilik teorisi perspektifinde de alanyazına katkılar ortaya koymaktadır. Buna yönelik alanyazındaki çalışmaların genel sonuçları içerisinde ortaya koyulan, gönüllülükte toplumsal korku ve güvensizlik durumu sembolik etkileşimcilik teorisi anlamında önemli görülebilir (Akboğa, 2017; Kalaycıoğlu, 2002). Çünkü sembolik etkileşimcilik teorisi bağlamında bir kişi belirli koşullar altında ve belirli süreçte gönüllü veya özgeci eyleme bağlılık geliştirebilir. Bu durumun gerçekleşmesi hususunda ilk koşul, bireylerin gerçekleştirmiş olduğu sosyal eylemin toplum tarafından desteklenmesi olarak belirtilmiştir (Forte, 1997, s. 154-155). Gönüllülüğün desteklenmediği bir toplumda, gönüllülüğün gelişmesi çok zordur. Son tahlilde gönüllülüğe yönelik devletlerin kendi içerisinde uygulamaya dönük toplumsal bir anlam yaratma hedefi oldukça önemlidir.

Sonuç olarak araştırma kapsamında incelenen teoriler gönüllülüğe yönelik ortaya koyulan pratiklerin tek bir teori ile açıklanamayacağını ve gönüllülüğün arka planında geniş bir teorik çerçevenin yer aldığını göstermektedir. Ayrıca gönüllülüğün yalnızca bir uygulamadan ibaret olmadığı teorik anlamda da geniş bir çerçeveye sahip olduğu kanıtlanmıştır. Dolayısıyla çalışmaya yönelik yapılan alanyazının sistemli taranması gönüllülük faaliyetlerinin teori ve pratik ilişkisinin ortaya konulmasına imkan tanımıştır. Çalışma içerisinde vurgulanan dört temel teorinin seçilmesinin nedeni ise gönüllülük içerisinde en sık vurgulanan teoriler olmasıdır. Mutlaka gönüllülük alanında kullanılan başka teoriler bulunmakla birlikte çalışmanın sınırlılığı adına en sık kullanılan dört temel teori çalışmaya dâhil edilmiştir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Declaration of Interests: The author have no conflicts of interest to declare.

Funding: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynakça

- Ahlbrandt, R. (2013). *Neighborhoods, people, and community*. Springer.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1969). The prediction of behavioral intentions in a choice situation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 5(4), 400–416. [CrossRef]
- Akboğa, S. (2017). The current state of volunteering in Turkey. In N. Butcher, & C. J. Einolf (Eds.), *Perspectives on volunteering: Voices from the South* (ss. 245–261). Springer. [CrossRef]
- Aksan, N., Kısac, B., Aydın, M., & Demirbukuken, S. (2009). Symbolic interaction theory. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 1(1), 902–904. [CrossRef]
- Astin, A. W., & Sax, L. J. (1998). How undergraduates are affected by service participation. *Service Participation*, 39(3), 251–263.
- Bang, H., Bravo, G. A., Mello Figuerôa, K., & Mezzadri, F. M. (2019). The impact of volunteer experience at sport mega-events on intention to continue volunteering: Multigroup path analysis. *Journal of Community Psychology*, 47(4), 727–742. [CrossRef]
- Bang, H., Won, D., & Kim, Y. (2009). Motivations, commitment, and intentions to continue volunteering for sporting events. *Event Management*, 13(2), 69–81. [CrossRef]
- Bartsch, G. (2012). Emotional learning: Managerial development by corporate volunteering. *Journal of Management Development*, 31(3), 253–262. [CrossRef]
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American Journal of Sociology*, 66(1), 32–40. [CrossRef]
- Biron, M., & Bamberger, P. (2010). The impact of structural empowerment on individual well-being and performance: Taking agent preferences, self-efficacy and operational constraints into account. *Human Relations*, 63(2), 163–191. [CrossRef]
- Blackmore, A. (2005). The reform of public services: The role of the voluntary sector. NCVO.
- Blau, P. (2017). *Exchange and power in Social life*. Routledge.
- Brown, H., & Prince, R. (2016). *Volunteer economies: The politics and ethics of voluntary labour in Africa*. Boydell and Brewer.

- Callero, P. L. (1992). The meaning of self-in-role: A modified measure of role-identity. *Social Forces*, 71(2), 485–501. [\[CrossRef\]](#)
- Cankurtaran, Ö., Akoğlu, G., & Sakarya, H. (2020). Güçlenmeyi güç, güçsüzlük, Baskı ve güç ilişkileri Temelinde anlamak. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(4), 1913–1939.
- Caspar, S., & O'Rourke, N. (2008). The influence of care provider access to structural empowerment on individualized care in long-term-care facilities. *Journals of Gerontology. Series B, Psychological Sciences and Social Sciences*, 63(4), S255–S265. [\[CrossRef\]](#)
- Cheung, C. K. (2006). Experiential learning strategies for promoting adolescents' voluntarism in Hong Kong. *Child and Youth Care Forum*, 35(1), 57–78. [\[CrossRef\]](#)
- Cheung, C. K., Lo, Lo, T. W., & Liu, E. S. (2016) Sustaining social trust and volunteer role identity reciprocally over time in pre-adult, adult, and older volunteers. *Journal of Social Service Research*, 42(1), 70–83. [\[CrossRef\]](#)
- Cheung, C. K., Lo, Lo, T. W., & Liu, S. (2012) Measuring Volunteering Empowerment and Competence in Shanghai. *Administration in Social Work*, 36(2), 149–174. [\[CrossRef\]](#)
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), 1516–1530. [\[CrossRef\]](#)
- Cnaan, R. A., Handy, F., & Wadsworth, M. (1996). Defining who is a volunteer: Conceptual and empirical considerations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 25(3), 364–383. [\[CrossRef\]](#)
- Cohen, A. (2009). Welfare clients' volunteering as a means of empowerment. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38(3), 522–534. [\[CrossRef\]](#)
- Cox, E. O., & Parsons, R. J. (1992). Senior-to-senior mediation service project. *Gerontologist*, 32(3), 420–422. [\[CrossRef\]](#)
- Dageid, W., Akintola, O., & Saeberg, T. (2016). Sustaining motivation among community health workers in aids care in KwaZulu-Natal, South Africa: Challenges and prospects. *Journal of Community Psychology*, 44(5), 569–585. [\[CrossRef\]](#)
- Davis, M. H. (1980). A multidimensional approach to individual differences in empathy. *SAS Catalog of Selected Documents in Psychology*, 10(85), 1–19.
- Dekker, P., & Halman, L. (2003). *The values of volunteering: Cross-cultural perspectives*. Springer.
- DiMaggio, P. J. (1995). Comments on "What theory is not". *Administrative Science Quarterly*, 40(3), 391–397. [\[CrossRef\]](#)
- Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., Schroeder, D. A., & Penner, L. A. (2017). *The social psychology of prosocial behavior*. Psychology Press.
- Eshleman, J. R., & Bulcroft, R. A. (2006). *The family* (11th ed). Allyn and Bacon.
- Finkelstein, M. A., Penner, L. A., & Brannick, M. T. (2005). Motive, role identity, and prosocial personality as predictors of volunteer activity. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 33(4), 403–418. [\[CrossRef\]](#)
- Fletcher, T. D., & Major, D. A. (2004). Medical students' motivations to volunteer: An examination of the nature of gender differences. *Sex Roles*, 51(1/2), 109–114. [\[CrossRef\]](#)
- Florin, P. R., & Wandersman, A. (1984). Cognitive social learning and participation in community development. *American Journal of Community Psychology*, 12(6), 689–708. [\[CrossRef\]](#)
- Forte, J. A. (1997). Calling students to serve the homeless: A project to promote altruism and community service. *Journal of Social Work Education*, 33(1), 151–166. [\[CrossRef\]](#)
- Foucault, M. (1990). *The history of sexuality: An introduction*. Vintage Book Company.
- Freeman, R. B. (1997). Working for nothing: The supply of volunteer labor. *Journal of Labor Economics*, 15(1, Part 2), S140–S166. [\[CrossRef\]](#)
- Frisch, M. B., & Gerrard, M. (1981). Natural helping systems: A survey of Red Cross volunteers. *American Journal of Community Psychology*, 9(5), 567–579. [\[CrossRef\]](#)
- Gallie, D., White, M., Cheng, Y., & Tomlinson, M. (1998). *Restructuring the employment relationship*. Clarendon Press.
- Grube, J. A., & Piliavin, J. A. (2000). Role identity, organizational experiences, and volunteer performance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(9), 1108–1119. [\[CrossRef\]](#)
- Güzel, B. (2020). Türkiye'deki Sığınmacılara ve Mültecilere yönelik sosyal hizmet sunumunda üçüncü Sektör analizi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(1), 540–563.
- Haldane, A. G. (2014). In giving, how much do we receive? The social value of volunteering [Symposium]. London: A Pro Bono Economics lecture to the Society of Business Economists.
- Handy, F., Cnaan, R. A., Brudney, J. L., Ascoli, U., Meijs, L. C. M. P., & Ranade, S. (2000). Public perception of who is a volunteer": An examination of the net-cost approach from a cross-cultural perspective. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 11(1), 45–65. [\[CrossRef\]](#)
- Haski-Leventhal, D. (2009). Altruism and volunteerism: The perceptions of altruism in four disciplines and their impact on the study of volunteerism. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 39(3), 271–299. [\[CrossRef\]](#)
- Haski-Leventhal, D., Cnaan, R. A., Handy, F., Brudney, J. L., Holmes, K., Hustinx, L., Kang, C., Kassam, M., Meijs, L. C. P. M., Ranade, B., Yamauchi, N., Yeung, A. B., & Zrinscak, S., Kassam, M., Meijs, L. C. P. M., Ranade, B., Yamauchi, N., Yeung, A. B., & Zrinscak, S. (2008). Students' vocational choices and voluntary action: A 12-nation study. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 19(1), 1–21. [\[CrossRef\]](#)
- Haski-Leventhal, D., Hustinx, L., & Handy, F. (2011). What money cannot buy: The distinctive and multidimensional impact of volunteers. *Journal of Community Practice*, 19(2), 138–158. [\[CrossRef\]](#)
- Hatzidimitriadou, E. (2002). Political ideology, helping mechanisms and empowerment of mental health self-help/mutual aid groups. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 12(4), 271–285. [\[CrossRef\]](#)
- Henson, R. K. (2001). The effects of participation in teacher research on teacher efficacy. *Teaching and Teacher Education*, 17(7), 819–836. [\[CrossRef\]](#)
- Herzig, C. (2006). Corporate volunteering in Germany: Survey and empirical evidence. *International Journal of Business Environment*, 1(1), 51–69. [\[CrossRef\]](#)
- Hiatt, S. W., Michalek, P., Younge, P., Miyoshi, T., & Fryer, E. (2000). Characteristics of volunteers and families in a neonatal home visitation project: The Kempe Community Caring Program. *Child Abuse and Neglect*, 24(1), 85–97. [\[CrossRef\]](#)
- Hodgkinson, V. A. (2003). Volunteering in global perspective. In *The values of volunteering* (pp. 35–53). Springer. [\[CrossRef\]](#)
- Homans, G. C. (1961). *Social behaviour: Its elementary forms*. Harcourt, Brace & World.
- Houle, B. J., Sagarin, B. J., & Kaplan, M. F. (2005). A functional approach to volunteerism: Do volunteer motives predict task preference? *Basic and Applied Social Psychology*, 27(4), 337–344. [\[CrossRef\]](#)
- Hustinx, L., Cnaan, R. A., & Handy, F. (2010). Navigating theories of volunteering: A hybrid map for a complex phenomenon. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 40(4), 410–434. [\[CrossRef\]](#)
- Hustinx, L., & Handy, F. (2009). Where do I belong? Volunteer attachment in a complex organization. *Administration in Social Work*, 33(2), 202–220. [\[CrossRef\]](#)

- Jochum, V., Pratten, B., & Wilding, K. (2005). *Civil renewal and active citizenship: A guide to the debate*. NCVO.
- Kalaycioğlu, E. (2002). State and civil society in Turkey: Democracy, development, and protest. In A. B. Sajoo (Ed.), *Civil society in the Muslim world: Contemporary perspectives* (pp. 247–272). I.B. Tauris.
- Kam, P. K. (2002). Senior volunteerism and empowerment. *Asia Pacific Journal of Social Work and Development*, 12(1), 112–133. [\[CrossRef\]](#)
- Kawachi, I., & Berkman, L. F. (2001). Social ties and mental health. *Journal of Urban Health : Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 78(3), 458–467. [\[CrossRef\]](#)
- Larsson, M., Pettersson, C., Eriksson, C., & Skoog, T. (2016). Initial motives and organizational context enabling female mentors' engagement in formal mentoring—A qualitative study from the mentors' perspective. *Children and Youth Services Review*, 71, 17–26. [\[CrossRef\]](#)
- Latting, J. K. (1990). Motivational differences between Black and White volunteers. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 19(2), 121–136. [\[CrossRef\]](#)
- Lee, J. A. B. (2001). *The empowerment approach to social work practice: Building the beloved community* (2nd ed). Columbia University Press.
- Lee, L., Piliavin, J. A., & Call, V. R. A. (1999). Giving time, money, and blood: Similarities and differences. *Social Psychology Quarterly*, 62(3), 276–290. [\[CrossRef\]](#)
- Lewton, A. R., & Nievar, M. A. (2012). Strengthening families through volunteerism: Integrating family volunteerism and family life education. *Marriage and Family Review*, 48(7), 689–710. [\[CrossRef\]](#)
- Lord, J., & Hutchison, P. (1993). The process of empowerment: Implications for theory and practice. *Canadian Journal of Community Mental Health*, 12(1), 5–22. [\[CrossRef\]](#)
- Lough, B. J., Carroll, M., Bannister, T., Borrromeo, K., & Mukwashi, A. K. (2018). *State of the worlds volunteerism report. The thread that binds: Volunteering and community resilience*. United Nations Volunteers (UNV).
- Lyons, P., Beck, E., & Lyons, M. J. (2011). Capitalizing capitol capital: Child welfare policy advocacy. *Families in Society*, 92(3), 269–275. [\[CrossRef\]](#)
- Martinez, T. A., & McMullin, S. L. (2004). Factors affecting decisions to volunteer in nongovernmental organizations. *Environment and Behavior*, 36(1), 112–126. [\[CrossRef\]](#)
- Mead, G. H. (1934). Fragments on ethics. In C. W. Morris (Ed.), *Mind, self and society: From the standpoint of a social behaviorist* (pp. 379–389) University of Chicago Press.
- Mead, G. H. (1956). Society. In A. Strauss (Ed.), *The social psychology of George Herbert Mead* (pp. 261–294). University of Chicago Press.
- Mead, G. H. (1964). Philanthropy from the point of view of ethics. In A. J. Reck (Ed.), *Selected writings G. H. Mead* (pp. 392–407). University of Chicago Press.
- Meneken, F. C., & Winfield, I. (2000). Job search and sex segregation: Does sex of social contact matter? *Sex Roles*, 42(9), 847–864.
- Milligan, C., & Fyfe, N. R. (2005). Preserving space for volunteers: Exploring the links between voluntary welfare organisations, volunteering and citizenship. *Urban Studies*, 42(3), 417–433. [\[CrossRef\]](#)
- Molm, L. D. (2006). The social exchange framework. In J. B. Peter (Ed.), *Contemporary social psychological theories* (pp. 25–45). Stanford University Press.
- Morrow-Howell, N. (2010). Volunteering in later life: Research frontiers. *Journals of Gerontology. Series B, Psychological Sciences and Social Sciences*, 65(4), 461–469. [\[CrossRef\]](#)
- Musick, M. A., & Wilson, J. (2003). Volunteering and depression: The role of psychological and social resources in different age groups. *Social Science and Medicine*, 56(2), 259–269. [\[CrossRef\]](#)
- Okun, M. A., & Michel, J. (2006). Sense of community and being a volunteer among the young-old. *Journal of Applied Gerontology*, 25(2), 173–188. [\[CrossRef\]](#)
- Omoto, A. M., & Snyder, M. (2002). Considerations of community: The context and process of volunteerism. *American Behavioral Scientist*, 45(5), 846–867. [\[CrossRef\]](#)
- Parsons, R. J., Gutierrez, L. M., & Cox, E. O. (1998). A model for empowerment practice. L. In M. Gutierrez, R. J. Parsons, & E. O. Cox (Eds.), *Empowerment in social work practice: A sourcebook* (pp. 3–28). Cole.
- Payne, M. (2014). *Modern social work theory*. Oxford University Press.
- Penner, L. A. (2002). Dispositional and organizational influences on sustained volunteerism: An interactionist perspective. *Journal of Social Issues*, 58(3), 447–467. [\[CrossRef\]](#)
- Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., & Schroeder, D. A. (2005). Prosocial behavior: Multilevel perspectives. *Annual Review of Psychology*, 56, 365–392. [\[CrossRef\]](#)
- Penner, L. A., & Finkelstein, M. A. (1998). Dispositional and structural determinants of volunteerism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(2), 525–537. [\[CrossRef\]](#)
- Piliavin, J. A., Grube, J. A., & Callero, P. L. (2002). Role as resource for action in public service. *Journal of Social issues*, 58(3), 469–485. [\[CrossRef\]](#)
- Pinderhughes, E. B. (1983). Empowerment for our clients and for ourselves. *Social Casework*, 64(6), 331–338. [\[CrossRef\]](#)
- Prestby, J. E., Wandersman, A., Florin, P., Rich, R., & Chavis, D. (1990). Benefits, costs, incentive management and participation in voluntary organizations: A means to understanding and promoting empowerment. *American Journal of Community Psychology*, 18(1), 117–149. [\[CrossRef\]](#)
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65–78. [\[CrossRef\]](#)
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and Revival of American Community*. Touchstone. [\[CrossRef\]](#)
- Rappaport, J. (1987). Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology. *American Journal of Community Psychology*, 15(2), 121–148. [\[CrossRef\]](#)
- Rocha, C. J. (2000). Evaluating experiential teaching methods in a policy practice course: The case for service learning to increase political participation. *Journal of Social Work Education*, 36(1), 53–63. [\[CrossRef\]](#)
- Rochester, C., Paine, A. E., Howlett, S., Zimmeck, M., & Paine, A. E. (2016). *Volunteering and society in the 21st century*. Springer.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. [\[CrossRef\]](#)
- Schwalbe, M. L., & Staples, C. L. (1992). Forced blood testing: Role taking, identity, and discrimination. In J. Huber & B. E. Schneider (Eds.), *The social context of AIDS* (pp. 145–162). Sage.
- Schwartz, S. H. (1970). Elicitation of moral obligation and self-sacrificing behavior: An experimental study of volunteering to be a bone marrow donor. *Journal of Personality and Social Psychology*, 15(4), 283–293. [\[CrossRef\]](#)
- Schwarzer, R. (1992). Self-efficacy in the adoption and maintenance of health behaviors: Theoretical approaches and a new model. In R. Schwarzer (Ed.), *Self-efficacy: Thought control of action* (pp. 217–243). Hemisphere.
- Seitanidi, M. M., & Ryan, A. (2007). A critical review of forms of corporate community involvement: From philanthropy to partnerships. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12(3), 247–266. [\[CrossRef\]](#)

- Shalin, D. N. (1988). GH Mead, socialism, and the progressive agenda. *American Journal of Sociology*, 93(4), 913–951. [\[CrossRef\]](#)
- Shmotkin, D., Blumstein, T., & Modan, B. (2003). Beyond keeling active: Concomitants of being a volunteer in old age. *Psychology and Aging*, 18(3), 602–607. [\[CrossRef\]](#)
- Sirls, M., Rubinstein, J., Myerson, E., & Klein, A. (1980). Group work revisited: A statement of position. In A. S. Alissi (Ed.), *Perspectives on social work group practice: A book of readings* (pp. 194–205). Free Press.
- Snyder, M., Snyder, M., Clary, E. G., & Stukas, A. A. (2000). The functional approach to volunteerism. In G. R. Maio & J. M. Olson (Eds.), *Why we evaluate: Functions of attitudes* (pp. 365–393). Lawrence Erlbaum Associates.
- Solomon, B. B. (1987). Empowerment: Social work in oppressed communities. *Journal of Social Work Practice*, 2(4), 79–91. [\[CrossRef\]](#)
- Stryker, S. (1980). *Symbolic interactionism: A social structural version*. Benjamin-Cummings Publishing Company.
- Stryker, S., & Serpe, R. (1982). Commitment, identity salience and role behavior: Theory and research example. In W. Ickesve & E. S. Knowles (Eds.), *Personality, roles, and social behavior* (pp. 199–218). Springer-Verlag.
- Sutton, R. I., & Staw, B. M. (1995). What theory is not. *Administrative Science Quarterly*, 40(3), 371–384. [\[CrossRef\]](#)
- Swartz, A., & Colvin, C. J. (2015). 'It's in our veins': Caring natures and material motivations of community health workers in contexts of economic marginalisation. *Critical Public Health*, 25(2), 139–152. [\[CrossRef\]](#)
- Swift, C., & Levin, G. (1987). Empowerment: An emerging mental health technology. *Journal of Primary Prevention*, 8(1–2), 71–94. [\[CrossRef\]](#)
- Thibaut, J. W. (2017). *The social psychology of groups*. Routledge.
- Thoits, P. A., & Hewitt, L. N. (2001). Volunteer work and well-being. *Journal of Health and Social Behavior*, 42(2), 115–131. [\[CrossRef\]](#)
- Torre, D. (1985). Empowerment Structured conceptualization and instrument development. *Journal of Aging Studies*, 17, 427–446.
- Turner, R. H. (1978). The role and the person. *American Journal of Sociology*, 84(1), 1–23. [\[CrossRef\]](#)
- Uslaner, E. M. (2003). Volunteering and social capital: How trust and religion shape civic participation in the United States. In P. Dekker & E. M. Uslaner (Eds.), *Social capital and participation in everyday life* (pp. 104–117). Routledge.
- Van Maanen, J., Sørensen, J. B., & Mitchell, T. R. (2007). The interplay between theory and method. *Academy of Management Review*, 32(4), 1145–1154. [\[CrossRef\]](#)
- Weinstein, N., & Ryan, R. M. (2010). When helping helps: Autonomous motivation for prosocial behavior and its influence on well-being for the helper and recipient. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(2), 222–244. [\[CrossRef\]](#)
- Whitmore, E. (1988). Empowerment and the process of inquiry. In A Paper Presented at the Annual Meeting of the Canadian Association of Schools of Social Work [Symposium]. Windsor, Ontario.
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 215–240. [\[CrossRef\]](#)
- Wilson, J., & Musick, M. (1999). The effects of volunteering on the volunteer. *Law and Contemporary Problems*, 62(4), 141–168. [\[CrossRef\]](#)
- Wuthnow, R. (1998). *Loose connections. Joining together in America's fragmented communities*. Harvard University Press.
- Zimmerman, M. A., & Rappaport, J. (1988). Citizen participation, perceived control, and psychological empowerment. *American Journal of Community Psychology*, 16(5), 725–750. [\[CrossRef\]](#)

Luhmann's Predecessors and His Theory of Society

Luhmann'ın Öncülleri ve Toplum Teorisi

Ali DEMİR 

Avrasya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, İstanbul, Türkiye

ABSTRACT

Niklas Luhmann is one of the most important social scientists of the last century. He wrote a great many and high-quality works that stimulated social research. Despite this, Luhmann has not received the recognition he deserves in Turkey. The following article is an attempt to present Niklas Luhmann's systems theory. For this, his predecessors are first introduced; these are Thomas Hobbes, Max Weber, Emile Durkheim, and Talcott Parsons. Then, Luhmann's model of society in the triangle of system, environment, and communication media is discussed. It is shown that Luhmann conceptually departed from the idea of culture, values, norms, and the individual. Instead of them, he let the system guide him as an independent entity. Instead of them, he proposes the function of symbolically generalized communication media for the stability of society. By society, Luhmann does not mean the concrete society but the semantics of this society, that is, the society as an object of the social sciences.

Keywords: Communication, double contingency, social order, systems theory

ÖZ

Niklas Luhmann, geçen yüzyılın en önemli sosyal bilimcilerinden biridir. Araştırmayı teşvik eden çok sayıda yüksek kaliteli eser yazmıştır. Buna rağmen Luhmann Türkiye'de hak ettiği takdiri görmemiştir. Bu makale, Niklas Luhmann'ın sistem teorisini sunma girişimidir. Bunun için öncelikle öncüller tanıtılmaktadır. Bunlar; Thomas Hobbes, Max Weber, Emile Durkheim ve Talcott Parsons'tır. Ardından Luhmann'ın sistem, çevre ve iletişim araçları üçgenindeki toplum modeli tartışılmaktadır. Luhmann'ın kavramsal olarak kültür, değerler, normlar ve birey fikrinden ayrıldığı gösterilmiştir. Onların yerine Luhmann, sistemin kendisini bağımsız bir varlık olarak yönlendirmesine izin vermektedir. Ayrıca Luhmann toplumun istikrarı için sembolik olarak genelleştirilmiş iletişim medyasının işlevini önerir. Luhmann toplum derken somut toplumu değil, bu toplumun anlambilimini, yani sosyal bilimlerin bir nesnesi olarak toplumu kastetmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sistem Teorisi, İletişim, Sosyal Düzen, Çifte Durumsallık

Foundations of Luhmann's Systems Theory

In this case, too, Thomas Hobbes is the lynchpin for a start on systems theory. Hobbes placed the tension between the differentiation of the social structure and its legitimacy at the center of the philosophical discourse, in which until then the Aristotelian world view of a perfection and blessedness both considered natural had dominated. Hobbes asked how social order is possible despite selfishly acting actors (Hobbes, 1881, chap. xiii; cf. Parsons, 1949, pp. 89–95). In his own answer, he contrasted the state of nature with the state of contract. He stated that in the state of nature everyone must assume the worst, for which they arm themselves to forestall others, making the war of all against all inevitable (Hobbes, 1651, p. 78). How can the actors create an order, a legal situation, despite these conditions of trust improbability, in which they voluntarily and mutually grant each other rights and obligations and also submit to them unconditionally? Who should watch over it and how? Hobbes found the answer in the contract of submission of all to the Leviathan, who is not part of the contract and can therefore watch and rule over everything (Hobbes, 1881, cap. xvi).

A second basis for systems theory was provided by Emile Durkheim, whose understanding of social order coincided with Hobbes' position in that, according to Durkheim, the stability of social order can be explained by common norms that are stored in the collective memory of the community itself and are capable of motivating even egoistically oriented individuals to submit to society. What Hobbes

Geliş Tarihi/Received/: 16.08.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 04.02.2022

Corresponding Author/Sorumlu Yazar:

Ali Demir

E-mail: alidemirden@gmail.com

Cite this article as: Demir, A. (2023). Luhmann's predecessors and his theory of society. *Current Perspectives in Social Sciences*, 27(1), 11-16.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

called Leviathan was that what Durkheim saw in norms early in his career (Durkheim, 1976, 1981a). Durkheim in this phase treated society as a phenomenon independent of individual affections, preferences, and intentions (1991). He therefore defined society as a reality *sui generis* (Durkheim, 1981b, p. 36) and a sociological fact as a largely determinative mode of action, capable of dominance and a life of its own (Durkheim, 1976, p. 114). In *Suicide*, Durkheim shows how the norms in tightly woven communities can motivate individuals to the total submission of society so that they are willing to give up their fundamental right to life for the good of society (1983). The other side of this rationality is that society can motivate individuals to defend themselves, for the flag of the fatherland, or, for example, to allow the society homicide in wartime (Durkheim, 1983, p. 246). The facts make it clear to Durkheim that society as such has agency, the ability to act, and the power over individuals (Durkheim, 1967, p. 94).

On the other hand, Durkheim is also one of the first critics of Hobbes. In his last creative period, he turned away from the old position and found that not everything is “contractual by contract” (Durkheim, 1988, p. 267) and that the preservation of social order does not require a leviathan that separates individuals from obligated to obey the desires, goals, and norms of society (Durkheim, 1991, p. 287 f, 302 f). In his late work, *The Elementary Forms of Religious Life*, he assumed a dual nature of man. Accordingly, people live in a profane and a sacred world with the corresponding norms (Durkheim, 1981b, pp. 295–297, 468–469).

In modern societies, the masks of the profane world are replaced by more abstract symbols such as flags, tribe by nation, and religious norms by law (Durkheim, 1981b, p. 283–285, p. 302–305, p. 466–471). Consequently, he studied abstract symbols, first analyzing their function in their infancy, in their primitive forms (Durkheim, 1981b, p. 20). As Hobbes assumed, individuals let themselves be driven more and more by their egoistic motives and, contrary to Hobbes’ demands, are less and less bound to obedience by external obligations and less and less in total obedience. From this, Durkheim developed the hypothesis that not only society, moral orientation, ethics as the science of moral questions, the legal system, but also that which deviates from it, is opposed to it, become more rational, more sophisticated, more complex, and more abstract (Durkheim, 1967, p. 96, 1981b, pp. 20–21, 306, 469–470, 1988, pp. 434–435, 1991, pp. 41–42, 83, 169; cf. Parsons, 1951, pp. 169–170; Parsons & Shils, 1962, pp. 140–142; Habermas, 1981, pp. 119–141, 222, 257).

Q1

As a result, social stability is based less and less on a sacred value system, on religiously conceived Protestant ethics, on the binding power of society, and more and more on the division of labor on the basis of which the actors work together to effectively defend their particular economic interests, show solidarity, or enter into cooperation within the framework of contract law/contractual solidarity (Durkheim, 1988, pp. 256–258, 1991, pp. 237–238, 287). Thanks to the division of labor in society, individuals, firstly, subject their actions within an organization to commonly developed norms, like the statutes of a corporation, rather than themselves and/or a historical figure, like the Leviathan-type king, and secondly, they are allowed to do so pursuing an egoistic calculation of utility without coming into conflict with the norms of society, which in turn are rationalized for this purpose.

The third support is Max Weber, who continued exactly at this point; Weber also examined the rationalization processes and spoke in his sociology of religion of a “hard as steel shell,” of “experts without spirit, hedonists without heart” (Weber, 1986, pp. 202–203). He appears here not only as a sociologist, but in his concepts also as a philosopher. His pessimism on the philosophical level turns into euphoria in Weber’s sociology as soon as he turns from his society of science to his ethical community. In his studies on Protestant ethics, he turns to the cultured human being in the abstract, philosophical sense and states that not every culture motivates individuals to enter into contractual legal relationships but only that culture which addresses the question of theodicy, the problem of justifying unjust social relationships the reference to God, rationalized into a work ethic of the Protestant kind of capitalist accumulation in this world. From Weber’s point of view, the question of the reasons for the stability of the social order is to be found in the ability of a community’s culture to determine whether or not it is able to motivate individuals to obey through appropriate, rationalized norms. Weber treated binding norms as ideal-typical behavior patterns of a culture (X, p. 91–105).¹

Q2

After all, Talcott Parsons is one of Niklas Luhmann’s most important predecessors. According to Parsons, not only Hobbes, but also Durkheim’s and Weber’s positions deal with the most important question in social science, namely how social order is possible despite the divergent interests of the actors (Parsons, 1949, pp. 89–95, 1951, pp. 36–37, 118). From Parsons’ point of view, the comparison of social norms and individual preferences is about the question of how, given the fact that social stability in modern societies can no longer be attributed to naturalness in the sense of a sacred order, right from the start the anticipated tensions, conflicts, and improbabilities can be understood as part of a disorder (i.e., as the other side of the order) without risking the collapse of society as a whole (Parsons, 1968, pp. 429–441). Since, in view of the pluralistic forms of life in modern societies, there are not only sacred, socially induced norms, but also individual norms and concepts of order that partly exist side by side despite their divergence, Parsons shifts the analytical unit of cultural norms from the societal level to the level of the individual, and here the first question arises: what is the connection between cooperation and conflict? When does an individual cooperate and when not? One answer is that there, where is disappointment in expectation, there is also conflict (Parsons, 1951, pp. 1–15; Parsons & Shils, 1962, pp. 3–30, 100–102, 159–161).

Q3

There are not only religious reasons for this, but a number of factual reasons and occasions, which are comparable to each other. An actor in the sense of the sender A (ego) expects a certain action from actor B in the sense of the receiver (age). This interaction pattern, which appears to be stable at first glance, becomes unpredictable in its complexity and riskiness as soon as the assumed linearity is interrupted, for example, by unexpected events, intentional interventions, or normatively higher demands on oneself and/or on the other person (Parsons & Shils, 1962, pp. 3–30; Parsons, 1951, pp. 2–3; Luhmann, 2005, pp. 29–40). As a result of this pressure to increase differences, rationalization, and complexity, not only norms are needed but also organizations (home, school, company, and so on) that make the norms more effective.

¹ References are removed to avoid revealing the identity of the author.

Conflicts in premodern societies could somehow be settled by referring to higher norms. This logic fails in functionally differentiated societies. Where sacred norms binding all individuals do not exist, where expectations are not reciprocal, and where binding hierarchies and/or asymmetries cannot be assumed, the unit of analysis does not have to reflect society's expectations of the individual or vice versa but rather the expectation system itself, in which different actors and norm systems are involved depending on the constellation.

In other words; hitherto the actions of an actor in the object world have been easier to analyze (Parsons, 1951, pp. 14, 15, 105). If, on the other hand, the representatives from country X meet with those from country Y, they will not represent their own country but that of their respective country. The same applies to organizations of any kind. However, although each actor, each system, has its own system of expectations with different parameters regarding future interactions, the communication between ego and alter, between two systems, remains permanent despite a whole range of alternatives. Parsons calls this expectation pattern based on reciprocity under uncertainty double contingency (Parsons, 1951, pp. 22–29, 46–47, Parsons, 1968, pp. 436–437; Parsons et al., 1953, pp. 35–37, 1962, pp. 8, 17–18).

Thus, instead of an explanation based on common norms, Parsons proposed an explanation based on factual logic itself. For Parsons, norms inherently bind more than they actually can. In this respect, Parsons treats norms in the sense of Durkheim and Weber as sources of social innovation and as reasons for communicative de-stability (Parsons, 1949, pp. 43–87, 698–700). However, this explanation needs to be expanded by also considering systemic media (money and power) as reasons for actions. Even within a modern culture, individuals are motivated to obey by internalizing the relevant norms through socialization and education. Parsons counts “reinforcement-extinction, inhibition, substitution, imitation and identification” among the mechanisms of socialization that are conceptually presented in a tensional relationship to each other in their respective executions (1951, pp. 143, 145–148).

Luhmann's Systems Theory

In contrast to Parsons, Luhmann no longer explains the stability of social order with socialization but rather with these communication media themselves (Luhmann, 1997, pp. 316–318). According to Luhmann, the stability of social order does not require the internalization of social norms, but it is also possible with externally motivating avoidance of communication. In this respect, the modernization, rationalization, and differentiation, that is, the increase in complexity, do not represent a motive for a lack of clarity but only good reasons for the creation of paradoxes that stimulate innovations (Luhmann, 1997, p. 134). In doing so, as soon as people ultimately decide in favor of cooperation and/or conflicts on the basis of their values in their actions by announcing their yes and/or no to a question, these media can also perceive the same function of language in that they too bundle the answers (reactions) into a very specific decision, that is, code them in binary: 0/1, yes/no, have/not have, power/no power, right/no right, love/no-love (Luhmann, 1997, pp. 205–209, 473–476).

Parsons explained the stability of communication under the concept of double contingency with the socially generated expectation system. Based on Durkheim and Weber, Parsons explained the order of expectations with the internalization of cultural patterns. Through socialization and the assumption of roles in society, individuals stabilize the social order through their respective orientation. Luhmann gave up this connection; instead of the actions of an individual, communication should be viewed as the elementary unit of a sociological analysis (Luhmann, 2005, p. 20). Because without communication, there would not even be human life (Luhmann, 2005, p. 29). Instead of the individual, Luhmann had to ascribe the uniqueness to the social systems and thus also to them the reflective, rational thinking and acting (Luhmann, 1997, p. 868).

Q4

In this context, Luhmann refers to Immanuel Kant's work *Critique of Pure Reason* and there more precisely to *On the Schematism of Pure Intellectual Concepts* (Luhmann, 1997, pp. 176–180). At this point, he accuses Kant of shifting the subject-object problem from a temporal to a factual dimension (Luhmann, 1997, p. 869). Since Kant intended to solve this subject-object problem with the means of subjectivity, he placed the problem in a relation to the subject environment/outside world (Luhmann, 1997, p. 870). The subject here is simply a “semantic figure,” which means that the difference between self-reference and external reference, between distinction and designation, has to be reduced to its function (Luhmann, 1997, p. 872). Accordingly, (reflexive) thinking is not a characteristic of man, especially since he owes it to his socialization in a society that may be imposed on him. If individuality means uniqueness, then society comes closest to it. Because society alone is a subject with its own subjects and at the same time society alone, that is, without another society, represents its own society, it needs neither subjectivity nor intersubjectivity. Only in society is communication about communication possible. Here alone, the universal generalizes itself. The conclusion is that, like the subject, every action of society creates a distinction between itself and the other, system and environment (Luhmann, 1997, pp. 60–66, 874). Consequently, individuality should not be in the “intersubjectivity” of the person or in the social consensus, socialization, discourse, and so on but rather in the autopoiesis of society (Luhmann, 1997, p. 874; cf. Maturana et al., 1980).

Q5

Communication Media

Since Luhmann dispenses with recourse to values, consensus, and the distinction between object and subject in explaining communication and the social order, he cannot, like Parsons, rely on socialization and the roles learned in society. Instead, he relies on the systemic media/symbolically generalized communication media², such as property/money, love, law, truth, and power, which can still calculate with acceptance probabilities despite “less unlikely communications” (Luhmann, 2005, p. 33). Parsons had already treated power, money, and value obligations under symbolically generalized media of communication. In their logic, these media are binary

2 For the concept of communication media, see Parsons, Talcott, 1969; *Politics and Social Structure*. New York: Free Press. / Talcott Parsons, 1975; *Social Structure and Symbolic Media of Interchange*. In: Peter M. Blau, ed.; *Approaches to the Study of Social Structure*. p. 94-120. New York. / David A. Baldwin, 1971; „Money and Power.“ *The Journal of Politics*, Vol. 33 (3): 578-614. / Jürgen Habermas, 1980; *Handlung und System - Bemerkungen zu Parsons' Medientheorie*. In: Wolfgang Schluchter (Hrsg.; *Verhalten, Handeln und System: Talcott Parsons' Beitrag zur Entwicklung der Sozialwissenschaften*. p. 68-105. Frankfurt am Main.

coded. Based on Parsons' communication theory, Luhmann lists three communication media from the genesis: language, thanks to which communication leaves the room and which generates misunderstandings as part of communication. The second medium is dissemination media such as writing. Finally, he includes the already mentioned symbolically generalized communication media, to which he adds love and truth (Luhmann, 1997, pp. 339–358, 2005, pp. 32–35).

These media operate at the societal level but have the same function as everyday language in everyone's life. They are thus the natural languages of the social system (Parsons, 1951, pp. 6–9). Just as the ego (sender) communicates something to the alter (receiver) thanks to natural everyday language, in the communication it refers to itself, to the reasons for the communication, expects acceptance and/or rejection, both reveals and conceals the reasons for the communication social systems with the symbolically generalized communication media can also take on the same function. Luhmann proposes the following overview for all communications (Luhmann, 1997, p. 336).

Q6

What exactly did Luhmann achieve with this overview? Luhmann wants to explain the problem of double contingency by first defining communication as the elementary unit and second starting to analyze communication from the system point of view. Social interactions, actions, can therefore be better understood, analyzed, and systematized through such a reduction, in that everything is viewed from the perspective of the system itself and everything is coded binary from this point of view. Luhmann proposes a system, a second order, with which facts can be depicted and understood analogously to reality but is more than concrete reality itself. For this, he proposes the concept of society.

First of all, *experience* can be translated with passive observing and *action* with the active decision-making. From this logic, Luhmann establishes with his Table 1 that in field 1 the system governs on an incentive from the environment and he therefore calls this incentive truth or values, since, as Durkheim had worked out, historically, evolutionarily all systems, that is, structuring institutions, on the basis of religious ideas, that is, truth and values in the sense of an order with a reference to these religious, sacred authorities. For Luhmann, truth and values are normative concepts that do not belong to the system itself but to the environment. However, since he wants to look at communication starting from systems and here the system reacts to communication and does not act, does not initiate, he counts these as secondary phenomena, that is, as part of experience. The system acts and the environment reacts, that is, is passive, which is why the term experience. Accordingly, it is the system and the environment that act and decide whether something is true or false. Because the system encodes the truth in binary form (true or false), it can also use this selection to motivate the desired action. The result is experience and not action (Luhmann, 1997, pp. 339–340). The same also applies to values; their function is also to offer the actor an orientation—internally, in that the actor does not allow anyone to question his judgments, and externally, in that he generalizes them. “Values are the medium for an assumption of commonality that restricts what can be said and demanded without determining what should be done” (Luhmann, 1997, p. 343). The system alone can determine something, that means to act.

Q7

Q8

Q9

A similar starting point is given in field 2, with the difference that in this case the initiator is the system, even if the initiative was triggered by an environmental incentive. The beloved is the object of love. The system of love would also exist without the beloved. But the loved one would not be a lover, or the lover would not be a lover, without love as a socially constituted system. What brings the two together, but also separates them, is the system of love itself (Luhmann, 1982). If the one who wants to be loved does not communicate according to the symbolic characteristics of the corresponding system of love, all his attempts at communication would have failed. Only when the actor initiates an action according to the specifications of the system can communication take place despite all possible improbabilities. Only when the ego attaches itself to the actions of the alter, for which the ego must know the expectation system of the alter and want to act accordingly, can it also count on the possible consent of the alter. In order for this system to work, in society symbolic acts of love are stylized, encoded, and produced in the actions of the actors: getting to know each other, the first vacation together, the marriage proposal, the wedding, and the divorce—all these actions are provided for in the social system but also highly formalized communication (Luhmann, 1997, p. 346). This is used to practice, to try out whether the initiated action corresponds to the expected pattern or not.

Q15

On the other hand, field 3 is about an initiative of the system, with which the actors are motivated to a certain experience, that is, to an action. The action motivation is of course not actually made, but only communicated with the corresponding new media. Money and art have the property in common that they can be produced infinitely without being used up. On the contrary, the more money, the richer; the more art, the higher the probability of acquaintance and attention. On the other hand, the difference between property/money and love, truth, values, and art is that the ego itself wants to acquire property/money from alter (Luhmann, 1991). The question is, how should the interest in alter property be decoupled from the ego without breaking off communication? Because if the solution to the problem of double contingency lies in the functioning of the symbolically generalized communication media, as Luhmann proposes, then he must be able to justify what contribution the functions of property, money, make to the stability of the social order, that is, the social system as a whole. Especially since those actors who want to preserve the existing system of property and money are in the minority compared

Table 1.
Constellations of Experience and Action According to Luhmann

Ego Alter	Experience	Action
Experience	Alter Experience Egos Experience Truth, Values [1]	Alter Experience Egos Act Love [2]
Action	Alter Action Egos Experience Property/Money, Art [3]	Alter Action Egos Act Power/Law [4]

Q12

Q14

to those who want it, the question arises, “why should they keep quiet even though they are in the majority?” (Luhmann, 1997, p. 348). So why are not there any revolutions, although only a minority governs, or how can social stability be possible despite the seemingly many upheavals?

Historically, according to Luhmann’s answer, property was created first. Like property, money also serves as a symbolic sign of the unequal distribution of scarce goods (Luhmann, 1997, p. 349). With the transformation of property into money, the function of the field, the garden, the forest, the house, and so on can be abstracted and expanded to all forms of scarcity. The players can use the money to buy fields, houses, authors, jewelry, corporations, universities, islands, countries, and so on and only invest the same object in a different combination with the sale, without being tied to a location or object. Money enables structural and functional coupling and thus motivates the actors to experience, that is, to do; put up new buildings, build new airplanes, found new churches, companies, universities, etc.

Q16

The same function, experience, also makes art possible. Art wants to arouse astonishment, admiration, and attention. At the same time, this assumes that society has established a world of admiration and attention. In this social world, art has the function of creating an overabundance of possible experiences in the sense of “reactivating switched-off possibilities” (Luhmann, 1997, p. 352). Like money, art is a system that specializes in the function of allowing the actors to experience social reality as a fiction, as a possibility, in that actors dramatize social reality, present it according to an ideology, that is, create their own reality.

Finally, field 4 shows the communication between two systems. Here, too, Luhmann depicts the historical process for the first time; historically, law went back to politics, to power. The king and/or the prophet determined what is right and wrong. In fact, the kings, with their mighty arms, also had the law on their side. With Hobbes, the power of the king was replaced by the contract with the people (Luhmann, 1997, p. 35). In the meantime, however, the law has established itself as a system of its own, so that it can dictate to politics how it wants it to be. Similar to money, power and law also generate or motivate the actors to experience through the abstraction/expansion of possible courses of action. Just as the natural language offers yes/no possibilities, and a person decides for or against something, the money does not exclude a state of over-indebtedness and/or bankruptcy, and there is also a moment of powerlessness, no power, in the constitution of power. The same applies to the law; there can be no right without the state of injustice. What is more, these two media can be fused into a unity, for example into a rule of law, in which right and wrong are part of a rule of law established through a joint decision-making process, called democracy (Luhmann, 1997, p. 718). Just as property money, power can strengthen right. The preceding yes or no and good/bad decisions culminate in a single response.

Q17

This is the systems-theoretical description of the transition of power from absolutism to the rule of law. With this abstraction, a new constellation of expectations expectation is generated. Before the differentiation of law from politics, the king could command how things should be done. The addressees of power only had to know what he wants in order to get what they wanted. With the changeover to the social order in the sense of Luhmann, the expectation of expectation also shifts. So, no one can know what the society of power would want (Luhmann, 1997, pp. 357–358).

Conclusion

Three conclusions can be drawn. First, Luhmann continued the sociologically central questions of Hobbes, Durkheim, and Weber du Parsons by firstly placing communication at the center of his research and secondly using media such as money, power, law, love, and so on to a much greater extent for the actions of social systems. Luhmann wants to explain social systems from their own logic. According to this, social systems in functionally differentiated societies assume the function of communication that was expected of concrete people in premodern societies. In terms of ethnomethodology, the social order resembles a taxonomy which, as a closed system of terms, gives the actors certain options for action and not others. Instead of drives and instincts as in animals, humans delegate this function to social institutions and norms such as marriage, blood-relative relationships, education, law, and social system itself (Gehlen, 1950; Luhmann, 1997, p. 362; Schelsky, 1970).

Second, Luhmann, based on Maturana et al. (1980), assume an autopoietic system, according to which each operation takes place only within this system and communication with other systems takes place via their function of loose coupling (Luhmann, 1997a, pp. 92–120). He emphasizes that encroachments from one system to another are doomed to failure. The autopoiesis of the systems allows them to communicate with the environment, with other systems. At the same time, the autopoiesis of the systems prevents the other systems from making the language or the medium of their own system the medium of another system. Attempting to specify your own medium for the other system leads to a break in communication. Anyone who buys the increased attention with money will soon be in debt. Whoever wants to replace the medium of power with the medium of law ends up in aristocracy. Democracy is not a system of law. Love does not always tolerate the truth. Art must not be measured by truthfulness. Revolutions are a construct of the ideal, not a reality.

Third, he endorses the notion that everything goes from the simple to the complex, from the concrete to the symbolic. Consequently, there is a first order in which the communication takes place called empire, facts, and reality. Then, there is second order, in which this empire, reality is reflected. Luhmann’s system theory is a second-order idea. As long as everything communicates within these ideas of order, there are no encroachments from the first order to the second order, or vice versa—everything stays the same.

Q18

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – XX; Design – XX; Supervision – XX; Resources – XX; Materials – XX; Data Collection and/or Processing – XX; Analysis and/or Interpretation – XX; Literature Search – XX; Writing Manuscript – XX; Critical Review – XX; Other – XX.

Declaration of Interests: The authors declare that they have no competing interest.

Funding: XXXXXXXXXXXXXXXXX.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir – XXXX; Tasarım – XXXX; Denetleme – XXXX; Kaynaklar – XXXX; Malzemeler – XXXX; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi – XXXX; Analiz ve/veya Yorum – XXXX; Literatür Taraması – XXXX; Yazıyı Yazan – XXXX; Eleştirel İnceleme – XXXX

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: XXXXXXXXXXX.

References

- Durkheim, E. (1976). *Die Regeln der soziologischen Methode*. Luchterhand.
- Durkheim, E. (1981a). *Frühe Schriften zur Begründung der Sozialwissenschaften*. Herausgegeben, eingeleitet und übersetzt von Lore Heisterberg. Luchterhand.
- Durkheim, E. (1981b). *Die elementaren Formen des religiösen Lebens*. Suhrkamp.
- Durkheim, E. (1983). *Der Selbstmord*. Suhrkamp.
- Durkheim, E. (1988). *Über Soziale Arbeitsteilung. Studie über die Organisation höherer Gesellschaften*. Suhrkamp.
- Durkheim, E. (1991). *Physik der Sitten und des Rechts: Vorlesungen zur Soziologie der Moral*. Suhrkamp.
- Gehlen, A. (1950). *Der Mensch: Seine Natur und seine Stellung in der Welt*. Athenäum-Verlag.
- Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns, Band I: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung*. Suhrkamp.
- Hobbes, T. (1651). *Leviathan, or the matter, forme, and power of a common-wealth ecclesiasticall and civill*. London.
- Luhmann, N. (1982). *Liebe als passion: Zur Codierung von Intimität*. Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1991). *Der Ursprung des Eigentums und seine Legitimation: Ein historischer Bericht*. Duncker & Humblot.
- Luhmann, N. (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft. Band I. und Band II*. Suhrkamp.
- Luhmann, N. (2005). *Soziologische Aufklärung. Soziales System, Gesellschaft, Organisation. 4. Auflage (Erste Auflage, 1981)*. Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maturana, H. R., Stafford, B., & Varela, F. J. (1980). *Autopoiesis and cognition: The realization of the living*. D. Reidel.
- Parsons, T. (1949). *The structure of social action: A study in social theory with special reference to a group of recent European writers*. The Free Press.
- Parsons, T. (1951). *The social system*. Routledge.
- Parsons, T. (1968). Interaktion: Social interaction. In *International Encyclopedia of the Social Sciences* (pp. 429–441). Free Press.
- Parsons, T., Bales, R. F., & Shils, E. A. (1953). *Working papers in the theory of action*. The Free Press.
- Parsons, T., & Shils, E. A. (Eds.). (1962). *Toward a general theory of action*. Harvard University Press.
- Schelsky, H. (1970). *Zur Theorie der Institution*. Bertelsmann Universitätsverlag.
- Weber, M. (1986). *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*. Mohr.

Author Queries

JOB NUMBER: JSSI-2022-108 - (295)

JOURNAL: CPSS

- Q1 AQ: Please clarify whether the edits to the sentence 'As a result, social stability...' convey the intended meaning.
- Q2 AQ: The part 'which addresses the question of theodicy, the problem of justifying unjust social relationships the reference to God, rationalized into a work ethic of the Protestant kind of capitalist accumulation in this world' seems unclear. Please rephrase for clarity.
- Q3 AQ: Please consider rephrasing the sentence 'One answer is that there, where...' for clarity.
- Q4 AQ: The part 'thus also to them the reflective, rational thinking and acting' seems unclear. Please rephrase for clarity.
- Q5 AQ: Please clarify whether the edits to the sentence 'Because society alone...' convey the intended meaning.
- Q6 AQ: Please consider rephrasing the sentence 'Just as the ego (sender) communicates...' for clarity.
- Q7 AQ: Please consider rephrasing the sentence 'However, since he wants...' for clarity.
- Q8 AQ: Please clarify whether the sentence 'The system acts and the environment reacts...' is OK.
- Q9 Reviewer: Please check this. I feel this is OK.
- Q10 AQ: We have changed Figure 1 to Table 1. Please check and confirm is this is OK. TS: Could not able to find the entity. Font name : Symbol Font
- Q11 AQ: We have changed Figure 1 to Table 1. Please check and confirm is this is OK. TS: Could not able to find the entity. Font name : Symbol Font
- Q12 TS: Could not able to find the entity. Font name : Symbol Font
- Q13 TS: Could not able to find the entity. Font name : Symbol Font
- Q14 TS: Could not able to find the entity. Font name : Symbol Font
- Q15 AQ: Please clarify whether the sentence 'This is used to practice, to try out whether the initiated action corresponds to the expected pattern or not' can be changed to 'This is used for practice, that is, to try out whether the initiated action corresponds to the expected pattern or not'.
- Q16 AQ: The part 'that is, to do; put up new buildings, build new airplanes, found new churches, companies, universities, etc.' seems unclear. Please rephrase for clarity.
- Q17 AQ: Please clarify whether the edits to the sentence 'Just as the natural language...' convey the intended meaning.
- Q18 AQ: Please consider rephrasing the sentence 'Then, there is second order, in which this empire, reality is reflected. Luhmann's system theory is a second-order idea' for clarity.

Türkiye'nin Marka Kişiliği Algısı ve Destinasyon İmajı Üzerindeki Etkilerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Çalışma

A Study on Measuring Turkey's Brand Personality Perception and Its Impacts on Destination Image

İsa YAYLA¹ 
Gökâl N. SELÇUK² 

¹Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara, Türkiye

²Departman bilgisi ekleyiniz, Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Erzurum, Türkiye



ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin marka kişiliğinin destinasyon imajı üzerindeki etkisini ölçmeye çalışmaktır. Araştırma kapsamında Türkiye'yi ziyaret eden Sırbistan vatandaşları arasında seçilen kitleye Türkiye'nin marka kişiliğini, destinasyon imajını, katılımcıların demografik durumlarını ve Türkiye'nin marka kişiliğinin destinasyon imajını üzerine etkisini belirlemeye yönelik bir anket formu sunulmuştur.

437 katılımcı ile gerçekleştirilen araştırma, 2015–2016 yılları arasında Sırbistan'da seyahat acentelerinin yardımıyla yürütülmüştür. Daha önce Türkiye'yi ziyaret etmiş Sırbistan vatandaşlarının mail adreslerine gönderilen anket formunun doldurularak geri gönderilmesi istenmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, Türkiye'nin marka kişiliğine ve destinasyon imajına yönelik olarak sorular faktör analizine tabi tutulmuş ve her iki alanda 8 boyuttan oluşan faktörler ortaya çıkmıştır.

Yapılan korelasyon ve regresyon analizleri sonucunda, Türkiye'nin marka kişiliği ve destinasyon imajı arasında yakın ilişki tespit edilmiş ve Sırbistan vatandaşları nezdinde Türkiye'nin marka kişiliğinin destinasyon imajını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, genel olarak Sırp turistlerin Türkiye hakkında görüşlerinin olumlu olduğu söylenebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, imaj, marka, kişilik

ABSTRACT

The aim of this study is to try to measure the effect of Turkey's brand personality on its destination image. Within the scope of the research, a questionnaire form was presented to the selected participants among Serbian citizens who visited Turkey to determine Turkey's brand personality, its destination image, demographic status of the participants, and the effect of Turkey's brand personality on its destination image.

The research, which involves 437 participants, was carried out with the help of travel agencies in Serbia between 2015 and 2016. Citizens of Serbia who have visited Turkey before were asked to fill out the questionnaire sent to their e-mail addresses and send it back.

According to the results obtained from the research, questions regarding Turkey's brand personality and destination image were subjected to factor analysis and factors consisting of eight dimensions emerged in both areas.

As a result of the correlation and regression analyses, a close relationship was determined between Turkey's brand personality and its destination image. It was concluded that Turkey's brand personality affects its destination image in particular for Serbian citizens. In addition, it can be said that Serbian tourists generally have positive opinions about Turkey.

Keywords: Brand, destination, image, personality

Geliş Tarihi/Received: 16.03.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 29.09.2022

Sorumlu Yazar/Corresponding author:
İsa YAYLA
e-mail: isayayla@hotmail.com

Cite this article as: Yayla, İ., & Selçuk, G. N. (2022). A study on measuring Turkey's brand personality perception and its impacts on destination image. *Current Perspectives in Social Sciences*, 27(1), 17-23.



Giriş

Turizm sektörü, dünyada ekonomik açıdan en hızlı gelişen sektörlerden biri konumundadır. Bu gelişmeye bağlı olarak ülkeler, turizm sektöründen daha fazla yararlanmakta ve ekonomik gelişmelerine katkı sağlamak için çaba harcamaktadır. Dolayısıyla ülkelerin ve destinasyonların birbirleri ile sürekli rekabet halinde olmaları gerekmektedir. Ülkelerin ve destinasyonların etkili ve doğru bir şekilde tanıtılması sayesinde turistlerin tatmin edilmesi rekabet açısından önemli bir stratejidir. Böylelikle destinasyonların marka haline gelerek bir kimlik kazanması, ziyaretçiler tarafından algılanan imaj açısından da önemlidir (Ceylan, 2011, s.92).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemli bir yere sahip olan turizm, oluşturduğu ekonomik ve sosyal etkileriyle ülkelerin bütçelerinde önemli bir yere sahiptir. Ülkelerin, turizm alanında farklı pazarlama hedefleri belirlemeleri ve ulaşmaya çalıştıkları seviyeye kavuşabilmek için tüm olanakları ile rekabet içinde yer almaları, sektörün büyük oranda gelişmesine bağlanabilmektedir. Rekabetin artması sadece destinasyonları değil, turistik ürün ve hizmet sunan işletmeleri de büyük ölçüde etkilemektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki işletmeler ve destinasyonlar turistik marka yaratmanın önemini kavramaya ve kendilerini bu duruma uyarlamaya çalışmaya başlamıştır. Dolayısıyla, marka haline gelmenin avantajları arasında yer alan zorlu rekabet şartlarında ayakta durabilme, karlılığın ve verimliliğin yüksekliğinden yararlanma, güçlü yanlarını kullanma, uluslararası pazarlara açılabilme, daha kalifiye personel çalıştırabilme ve uzun ömürlü olmanın önemi daha iyi anlaşılır hale gelmiştir (Henderson ve ark., 2003).

Ülkeler kendilerini bir bütün olarak tanıtmayı yanı sıra ülkeyi spesifik destinasyonlara ayırarak da tanıtım çalışmalarını yürütebilmektedir. Ancak, bir ülkeyi küçük destinasyon parçalarına ayırarak tanıtmayı bazı olumsuz sayılabilecek tarafları da bulunmaktadır. Herhangi bir destinasyonda, olumsuz deneyimler yaşayan turistler, çevrelerine deneyimlerini aktarırken, ilgili destinasyonun adından ziyade, ülkenin adını kullanarak yorumlar ve paylaşımlar yapabilmektedirler.

Bazı durumlarda küçük bir destinasyondan hareketle, ülkenin bir bütün olarak adının olumsuz olarak kullanılması ve çeşitli ortamlarda paylaşılması durumu ortaya çıkmaktadır. Birçok ülkenin turistler açısından adeta bir cennet olarak addedilebilecek merkezleri bulunurken, turistler için pek uygun olmayan noktaları da bulunabilmektedir. Önemli olan konu, her ikisini de bir potada harmanlayarak, turistler için daha cazip hale getirmeye yönelik çalışmaların yapılmasıdır. Buradan hareketle, turizmden beklenen faydanın sağlanabilmesi için turistlerin aklında olumlu ve gerçeklerle örtüşen güvenilir bir ülke imajı oluşturmanın zorunluluğu ortaya çıkmaktadır (Üner ve ark., 2006).

Marka ve Marka Kişiliği Kavramı

Marka ve markalaşmaya ilişkin çalışmaların yüzlerce yıllık geçmişi olduğu düşünülmektedir. Çok eski zamanlarda, çeşitli eşyalar üzerinde markayı andırarak işaretler bulunmuştur. Ortaçağda insanlar, kendilerine ait hayvanları tanıyabilmek için çeşitli semboller ve işaretler kullanmışlardır (Bozkurt, 2004:23).

Marka, bir ürünün tanımlanmasına ve rakiplerin ürünlerinden ayırt edilmesine yarayan isim, terim, işaret, sembol, tasarım, şekil veya bunların hepsinin birleşimi olarak tanımlanabilmektedir (Odabaşı & Oyman, 2007, s.47). Marka, ürünün tüketicisine, ürünün özellikleri hakkında bilgiler verirken, diğer rakiplerle aynı olmaktan da kurtarmaktadır (Bozkurt, 2004, s. 27). Tüketiciler bir ürünü alırken, "farklılaşma" amacını taşımaktadırlar (Ar, 2007:5). Bir başka açıdan marka, bir ürünle ilgili tüketicilerin algılarının ve duygularının toplamı olarak da düşünülebilmektedir (Özdemir, 2008).

Marka kişiliği, tüketicilerin markayı anlamasına farklılaştırıcı bir boyut ekleyebilmektedir. Böyle bir boyut kolay bir şekilde taklit edilememekte ve marka için önemli bir farklılık noktası oluşturmaktadır. Marka kişiliği sayesinde, marka bir kişiymişçesine marka imajı oluşturulur. Markaya yüklenen kişilik özellikleri ile marka bir nevi hayat bulmaktadır (Till & Heckler, 2009). Gartner'a (1993) göre ise marka kişiliği "Genel bir imaj ve karakterdir ki, belki de markanın genel satış durumundan ya da ürünün bazı teknik özelliklerinden daha önemlidir."

Marka kişiliği, insanların sahip olduğu kişilik özellikleri gibi, markaların da kişilik özelliklerine sahip olduğunu ifade etmektedir. Marka, yaş, cinsiyet, sosyoekonomik durum gibi özellikleri ile değerlendirilebilirken, duygusallık, ilgi, sıcaklık, mütevazı, dürüst gibi kişi özellikleri ile de değerlendirilebilmektedir (Güngör & Torlak, 2011).

Destinasyon ve Destinasyon İmajı Kavramı

Destinasyonlar, turistlere tümleşik öğelerden oluşan karma bir deneyim sağlayan turizm ürünüdür (Buhalis, 2000, s. 101). Destinasyonlar, bir bütün olarak bir ülkeyi işaret edebileceği gibi, bölge veya şehirlerden oluşan daha küçük noktaları da belirtebilmektedir. Bazı durumlarda destinasyonlar, turistlerin yol durumlarına, kültürel dayanaklarına, seyahat gereçlerine, eğitim düzeylerine ve önceki deneyimlerine dayalı olarak tanımlanabilen algıya dayalı kavram olarak da karşımıza çıkmaktadır. Farklı bir tanımda ise, varış yeri, gidilmesi planlanan nokta olarak verilmektedir (Üner ve ark., 2006).

Bir turizm destinasyonundan söz edebilmek için aynı kültür, iklim ve doğa koşullarına sahip, doğal ve kültürel zenginlikleri olan, müşterilere sunulabilecek o bölgeye özgü aktiviteler geliştirmiş, konaklama, beslenme, ulaşım ve iletişim olanaklarına sahip, kamusal hizmetlerin sunulduğu turist çekim merkezlerinden oluşan, belli bir marka ve imajı bulunan coğrafik alan olmalıdır (Bahar & Kozak, 2005).

Destinasyon imajı ise kişilerin destinasyon ile ilgili düşünceleri, tutumları ve deneyimlerinden meydana gelmekte ve bunların toplamından oluşmakta (Kotler ve ark., 1993; Jenkins, 1999; İlban ve ark., 2008) ve bu imajın etkili olması güvenilirliğine, uygulanabilirliğine, gecikiciliğine ve farklı kılma özelliğe sahip olmasına dayanmaktadır (Yükselen & Güler, 2009).

İmajın, bir yer veya ürün hakkında kişi ya da grupların bilgi, izlenim, önyargı ve görüşleri olarak tanımlanması mümkündür (Tolungüç, 1999). Turistik destinasyonlar, bir kıta, ülke veya ülkelerin birleşimi, bölge, il, ilçe ve bir turistik tesis dahi olabilmektedir. Destinasyon

imajı, belli bir turist pazarının destinasyon hakkındaki algılamış olduğu imgeler bütünüdür. Destinasyon imajı, bölgelerin sahip oldukları turizm türlerinin çeşitliliğine göre şekil alabilmektedir. Destinasyon imaj yönetiminde bir destinasyonu ziyaret edenlerin tutum ve ilgilerini bilmek önemli bir rol oynamaktadır (Laws ve ark., 2002). Bazı yazarlar tarafından destinasyon imajı, "seyahat edenlerin karar verme sürecinde en güvenilir kaynak" olarak ifade edilebilmektedir (Mayo, 1973; Beerli & Martin, 2004).

Yöntem

Bu çalışmanın amacı, Sırbistan Cumhuriyeti devletinden Türkiye'ye ziyaret gerçekleştiren turistlerin destinasyon imajı algısı ile Türkiye'nin marka kişiliği arasındaki ilişkileri incelemektir. Araştırmada rastlantısal örnekleme yöntemi ile ulaşılan 437 kişiye anket uygulanmıştır. Söz konusu anket tasarlanırken Aaker (1997), Hosany ve ark. (2006) ve Şahin (2008) tarafından yapılmış çalışmalardan yararlanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Yapılan faktör, korelasyon ve regresyon analizlerine göre ortaya çıkan boyutlar, katılımcıların demografik özelliklere göre t-testi ve Anova testi yapılarak bulgular yorumlanmıştır.

Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular Tablo 1'de verilmiştir. Araştırmaya katılanların çoğunluğu (%27,9) 48–57 yaş aralığındadır. Katılımcıların çoğunluğunun kadınlardan oluştuğu (%51,7) görülse de, cinsiyet grupları arasında nispeten dengeli bir dağılım olduğu söylenebilir. Araştırmaya katılanların medeni durumları incelendiğinde, büyük çoğunluğunun bekar olduğu (%63,2) görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun üniversite (%53,3) ve lisansüstü mezunu olması, anketi cevaplayanların eğitim düzeyinin yüksek olduğu sonucunu doğrulamaktadır. Yine çoğunluğun hane halkı gelir ortalamasının 10.001–20.000 USD (%51,3) aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcılar arasında çoğunluğun Türkiye'yi 1–3 defa ziyaret ettikleri (%50,34), Türkiye'de kalış sürelerinin 1–7 gün arası olduğu (%62,93) ve eğlence amaçlı (%47,6) ziyaret ettikleri saptanmıştır.

Tablo 1.
Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişkenler		Katılımcı Sayısı (n)	Yüzde (%)	
Yaş Grupları	18–27 (Genç)	64	14,6	
	28–37 (Orta Yaş altı)	52	11,9	
	38–47 (Orta Yaş)	75	17,2	
	48–57 (Orta Yaş Üstü)	122	27,9	
	58–67 (Olgun)	92	21,1	
	68+ (Yaşlı)	32	7,3	
Cinsiyet	Erkek	211	48,3	
	Kadın	226	51,7	
Medeni Durum	Bekar	276	63,2	
	Evli	161	36,8	
Eğitim Durumu	Lise ve altı	191	43,7	
	Üniversite	233	53,3	
	Lisansüstü	13	3	
Gelir Düzeyi (USD)	≤10.000	65	14,9	
	10.001–20.000	224	51,3	
	20.001–30.000	118	27	
	30.001– 40.000	26	5,9	
	≥ 40.001	4	0,9	
Ziyaret Gün Sayısı	1–7 gün	275	62,93	
	8–14 gün	151	34,55	
	15 günden fazla	11	2,52	
Ziyaret Sayısı	1–3 defa	220	50,34	
	4–6 defa	199	45,54	
	7'den fazla	18	4,12	
Ziyaret Amacı	Dinlenme	91	20,8	
	Eğlence	208	47,6	
	Yeni şeyler deneme	87	19,9	
	İş	42	9,6	
	Diğer	9	2,1	
Bilgi Kaynağı	Seyahat Acentesi	128	29,29	
	İnternet	75	17,16	
	Gazete, Dergi, Seyahat Kitapları	58	13,27	
	Sinema Filmleri ve TV Programları	43	9,84	
	Seyahat ve Turizm Fuarları	36	8,24	
	Arkadaş ve Akrabalar	34	7,78	
	Okuldan Edinilen Bilgiler	33	7,55	
	Türk Halkı	30	6,86	
	Türk Vatandaşı ile Etkileşimde Bulunma Durumu	Evet	323	73,9
	Hayır	114	26,1	

Yine katılımcıların büyük çoğunluğu en önemli bilgi kaynağı olarak seyahat acentelerini seçtiklerini (%29,29) ve daha önce bir Türk vatandaşı ile etkileşime geçtiklerini (%73,9) belirtmişlerdir.

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeğin bir bölümü Türkiye'nin destinasyon imajını, diğer bölümü Türkiye'nin marka kişiliğini ölçmeye yöneliktir. Bu kapsamda, her iki bölüme faktör analizi uygulanmış ve faktör yükleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Türkiye'nin marka kişiliğine yönelik faktörler, Ahenklilik ve Çekicilik, Çağdaşlık ve Güvenilirlik, Farklılık ve Bağlılık, Otoriterlik ve Zenginlik, Neşeli ve Eğlenceli, Gerçekçi ve Cana yakın, Özgünlük ve Modernlik, Dürüst ve Heyecan Verici olarak isimlendirilmiştir. Türkiye'nin destinasyon imajına yönelik faktörler ise, Ulaşım, Altyapı ve Güvenlik, Olanaklar, Doğal Çevre, Gastronomi, Çekicilik, Hijyen ve Misafirperverlik, Eğlence olarak adlandırılmıştır.

Türkiye'nin marka kişiliğinin destinasyon imajına etkisini belirleyebilmek amacı ile değişkenler arası ilişkilere yönelik Pearson korelasyon analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 2'de sunulmuştur. Buna göre, Türkiye'nin marka kişiliğine ilişkin temel değişkenlerin (alt boyutların) kendi arasındaki ilişkilerinin bazıları anlamlı bulunmuştur.

Çağdaşlık ve Güvenilirlik boyutu ile Ahenklilik ve Çekicilik, Neşeli ve Eğlenceli boyutları arasında zayıf kuvvette ($0,20 < r < ,39$), Farklılık ve Bağlılık boyutu arasında ise çok zayıf kuvvette ($r < ,20$) pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Çağdaşlık ve Güvenilirlik boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Ahenklilik ve Çekicilik, Neşeli ve Eğlenceli, Farklılık ve Bağlılık boyutlarına olan eğilimlerinin de arttığını göstermektedir.

Ahenklilik ve Çekicilik boyutu ile Gerçekçi ve Cana Yakın boyutu arasında zayıf kuvvette ($0,20 < r < ,39$) pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Ahenklilik ve Çekicilik boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Gerçekçi ve Cana Yakın boyutuna olan eğilimlerinin arttığını işaret etmektedir.

Farklılık ve Bağlılık boyutu ile Otoriterlik ve Zenginlik ile Dürüst ve Heyecan Verici boyutları arasında çok zayıf kuvvette ($r < ,20$) pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Farklılık ve Bağlılık boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Otoriterlik ve Zenginlik ile Dürüst ve Heyecan Verici boyutlarına olan eğilimlerinin arttığını göstermektedir.

Otoriterlik ve Zenginlik boyutu ile Özgünlük ve Modernlik boyutları arasında çok zayıf kuvvette ($r < ,20$) pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Otoriterlik ve Zenginlik boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Özgünlük ve Modernlik boyutuna olan eğilimlerinin arttığını belirtmektedir.

Neşeli ve Eğlenceli boyutu ile Gerçekçi ve Cana Yakın boyutları arasında zayıf kuvvette ($0,20 < r < ,39$) pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Neşeli ve Eğlenceli boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Gerçekçi ve Cana Yakın boyutuna olan eğilimlerinin arttığını göstermektedir.

Benzer şekilde, Türkiye'nin destinasyon imajına ilişkin temel değişkenlerin (alt boyutların) kendi arasındaki ilişkilerinin birçoğu anlamlı bulunmuştur. Ulaşım boyutu ile Altyapı ve Güvenlik ile Olanaklar boyutları arasında çok zayıf kuvvette ($r < ,20$) negatif yönlü ve Gastronomi boyutu arasında zayıf kuvvette ($0,20 < r < ,39$) negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Ulaşım boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Altyapı ve Güvenlik, Olanaklar ile Gastronomi boyutuna yönelik eğilimlerinin azaldığını göstermektedir.

Altyapı ve Güvenlik boyutu ile Olanaklar boyutu arasında çok zayıf kuvvette ($r < ,20$) negatif yönlü; Doğal Çevre boyutu arasında çok zayıf kuvvette ($r < ,20$) pozitif yönlü, Gastronomi boyutu arasında zayıf kuvvette ($0,20 < r < ,39$) pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Altyapı ve Güvenlik boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Olanaklar boyutuna yönelik eğilimlerinin azaldığını ancak Doğal Çevre ile Gastronomi boyutuna yönelik eğilimlerinin arttığını işaret etmektedir.

Olanaklar boyutu ile Doğal Çevre, Gastronomi boyutları arasında zayıf kuvvette ($0,20 < r < ,39$) negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Olanaklar boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Doğal Çevre, Gastronomi boyutlarına yönelik eğilimlerinin azaldığını göstermektedir.

Gastronomi boyutu ile Çekicilik boyutları arasında çok zayıf kuvvette ($r < ,20$) negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Gastronomi boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Çekicilik boyutuna yönelik eğilimlerinin azaldığını göstermektedir.

Çekicilik boyutu ile Hijyen ve Misafirperverlik boyutları arasında çok zayıf kuvvette ($r < ,20$) pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgu, araştırmaya katılanların Çekicilik boyutuna yönelik eğilimleri arttıkça, Hijyen ve Misafirperverlik boyutuna yönelik eğilimlerinin arttığını göstermektedir.

Sonuç

Bu çalışmada Türkiye'nin marka kişiliğinin destinasyon imajına etkisi araştırılmıştır. Yapılan literatür taraması, destinasyonların marka kişiliğinin turistlerin karar alma süreçlerinde ve destinasyonların ulusal ve uluslararası gelişiminde çok önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde marka kişiliği, sadece bölgeye yeni turist çekmeyle ilgili değil, aynı zamanda bölgeyi tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme boyutlarıyla çarpan etkisi yaratmaktadır. Yoon ve Uysal'ın (2005, ss. 45-46) değiştiği üzere turist tatmini, destinasyon pazarlamasının başarısı için çok önemlidir. Çünkü destinasyondan duyulan tatmin düzeyi, destinasyon seçimi, mal ve hizmetlerin tüketimi ve destinasyonu tekrar tercih etme üzerinde etkili olmaktadır.

Değişen koşullar, mal ve hizmetlerin olduğu kadar farklı ülkelerin, bölgelerin, kentlerin ve destinasyonların da tanıtımının ve geliştirilmesinin sosyal ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır. Dünya kentlerinin çeşitli etkinlikler ve organizasyonlar ile birbiri ile rekabet içinde olduğu görülmektedir. Hatta sadece kentler değil, ülkeler dahi turizm pastasından daha fazla pay alabilmek

Tablo 2.
Türkiye'nin Marka Kişiliği ile Destinasyon İmajı Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Matrisi

	Ahenklik ve Çekicilik	Çağdaşlık ve Güvenilirlik	Farklılık ve Bağlılık	Otoriterlik ve Zenginlik	Nesnel ve Eğlenceli	Gerçekçi ve Cana Yakın	Özgünlük ve Modernlik	Dürüst ve Heyecan Verici	Ulaşım	Altyapı ve Güvenlik	Olanaklar	Doğal Çevre	Gastronomi	Çekicilik	Hijyen ve Misafirperverlik	Eğlence
Ahenklik ve Çekicilik	r															
	p															
Çağdaşlık ve Güvenilirlik	r	,263*	1													
	p	,000														
Farklılık ve Bağlılık	r	,112*	,149**	1												
	p	,019	,000													
Otoriterlik ve Zenginlik	r	,053	,017	,183**	1											
	p	,269	,730	,000												
Nesnel ve Eğlenceli	r	-,011	,237**	,033	,030	1										
	p	,822	,000	,486	,534											
Gerçekçi ve Cana Yakın	r	,219**	-,007	,029	,026	,225**	1									
	p	,000	,889	,550	,507	,000										
Özgünlük ve Modernlik	r	,057	,011	,061	,192**	-,033	,034	1								
	p	,237	,821	,202	,000	,487	,481									
Dürüst ve Heyecan Verici	r	,067	,048	,107*	,028	,014	,004	,058	1							
	p	0,161	0,316	0,000	0,553	0,766	0,927	0,229								
Ulaşım	r	0,049	0,046	0,021	0,008	-,028	,182**	0,012	0,004	1						
	p	0,307	0,333	0,658	0,861	0,534	0,000	0,805	0,928							
Altyapı ve Güvenlik	r	-,046	-,049	-,016	0,016	-,005	-,003	,293**	-,072	-,195**	1					
	p	0,341	0,307	0,732	0,746	0,920	0,949	0,000	0,133	0,000						
Olanaklar	r	0,053	-,013	0,038	,314**	0,054	0,014	-,018	0,013	,194**	-,194**	1				
	p	0,268	0,784	0,431	0,000	0,261	0,775	0,701	0,792	0,000	0,000					
Doğal Çevre	r	-,029**	,087	-,072	-,074	-,038	-,032	-,092	,027	-,147**	-,172**	-,270**	1			
	p	,000	,069	,132	,122	,424	,509	,056	,578	,002	,000	,000				
Gastronomi	r	-,012	,023	-,005	-,023	,142**	-,058	-,040	-,040	-,241**	-,221**	-,247**	,132**	1		
	p	,810	,631	,917	,632	,000	,223	,241	,399	,000	,000	,000				
Çekicilik	r	-,034	-,234**	,004	,079	-,030	-,028	,029	-,005	,039	,110*	,087	-,034	-,098*	1	
	p	,483	,000	,927	,100	,528	,562	,552	,912	,415	,000	,069	,477	,000		
Hijyen ve Misafirperverlik	r	-,041	,053	,026	-,006	,043	-,001	-,028	-,124**	,040	-,002	-,032	-,048	,027	,176**	1
	p	,396	,269	,594	,908	,369	,983	0,553	,000	,408	,975	,509	,319	,572	0,000	
Eğlence	r	-,021	-,233**	-,113*	-,083	-,048	-,037	-,031	,008	-,014	,075	-,073	,134**	,066	,003	1
	p	,669	,000	,083	,314	,445	,445	,520	,865	0,764	,116	,128	,166	,957	,379	

**Korelasyon, 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

*Korelasyon, 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

adına, bir bütün olarak ülkenin turistik imajının kurulması, korunması ve sürdürülmesine yönelik çalışmalar yapmaktadırlar. Nitekim bir turist, herhangi bir ülkenin sadece bir bölgesini ziyaret etmiş olsa dahi, çevresine deneyimlerini aktarırken, ilgili ülkeyi bir bütün olarak değerlendirerek anlatım yapmaktadır.

Destinasyon pazarlaması tanımı yapılırken genel olarak zihinlerde oluşan unsur marka olabilmektedir. Ancak destinasyon markası oluşturmak, diğer mal ve hizmetlerin markasını oluşturmaktan çok farklı süreçleri içermektedir. Diğer mal ve hizmetlerin markasını oluşturma esnasında güç, genellikle ilgili markanın yöneticisindedir. Ancak, destinasyon markasının oluşturulması sürecinde hareket alanı oldukça geniş ve karmaşıktır. İnsanların ruhsal durumları, davranışları, zevkleri ve destinasyonun ulaşım imkanları, güvenliğe ve sağlığa yönelik sunulan hizmetler gibi çok geniş bir alana etki edilmesi zorunluluğu doğmaktadır.

Destinasyon markalama sürecinin başarıya ulaşabilmesi, destinasyon yönetimine yönelik ortakların tümünün başarısına bağlıdır. Ancak tüm paydaşların ortak amaçlar doğrultusunda birlikte ve koordineli çalışması ile başarı mümkündür. Benzer şekilde, bir markayı ortaya çıkarmak, o markanın imajının oluşturulması ve korunması sürecinden çok daha kolaydır. Dolayısıyla önemli olan markayı oluşturmak değil, onu korumak ve güçlendirmektedir. Bu nedenle araştırmada, Türkiye'nin marka kişiliğinin turistik amaçlarla seyahat eden insanların gözünde ne kadar değerli olduğu ve söz konusu marka kişiliğinin destinasyon imajına ne derece etkisinin olduğu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Türkiye'nin destinasyon marka kişiliği ile imajı algısı arasında bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla, araştırmadan elde edilen verilere korelasyon analizi yapılmıştır. Destinasyon marka kişiliği ile imajı algısı arasındaki ilişkinin yönü ve şiddetinin belirlenmesi amacıyla da regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analizler doğrultusunda, Türkiye'nin marka kişiliğinin destinasyon imajı üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Araştırma kapsamında turistler, Türkiye'nin bir tatil ülkesi olarak genel imajının olumlu olduğunu belirtmişlerdir. Buradan hareketle, Sırbistan vatandaşı turistlerin gözünde, Türkiye'nin destinasyon imajının genellikle olumlu yönde olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla ilgili olumlu imajın yapılacak tutundurma çalışmaları ile sürdürülmesi sağlanmalıdır.

Turizmden kar sağlayan ve turizme yön vermesi gereken tüm tarafların ortak ve tutarlı çalışmaları ile Türkiye'nin bir bütün olarak ele alınarak, tek bir destinasyon olarak tanıtımının yapılması gerekmektedir. İlgili tanıtım çalışmalarının gerek turizmle bağlantılı olsun gerekse olmasın, tüm kesimlerin katılacağı marka ve imaj çalışmaları ile desteklenmesi gerekmektedir. Rekabetin çok yoğun olduğu ve her geçen gün gelişen turizm sektöründe kendine has turistik ürünleri ortaya koymada ve geliştirmede çaba sarf etmeyen ve farklı pazarlama anlayışlarını benimsemeyen turistik destinasyonların, uzun dönemde başarılarını sürekli kılamayacakları düşünülmektedir.

Bu araştırma, sadece Sırbistan vatandaşı turistlerin katılımı ile gerçekleştirilmiş ve bu doğrultuda genellemeler yapılmıştır. Araştırmanın başka ülke veya ülkelerden katılacak turistlerle gerçekleştirilmesi halinde, farklı sonuçlar çıkması muhtemeldir. Dolayısıyla, gelecek araştırmacılara kapsamın farklılaştırılması ve hatta genişletilmesi tavsiye edilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir – İY, GNS; Tasarım – İY, GNS; Denetleme – GNS; Kaynaklar – İY, GNS; Malzemeler – İY, GNS; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi – İY;GNS; Analiz ve/veya Yorum – İY;GNS; Literatür Taraması – İY;GNS; Yazıyı Yazan – İY; Eleştirel İnceleme – GNS

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – İ.Y., G.N.S; Design – İY; GNS; Supervision – GNS; Resources – İY; GNS; Materials – İY; GNS; Data Collection and/or Processing – İY; GNS; Analysis and/or Interpretation – İY; GNS; Literature Search – İY; GNS; Writing Manuscript – İY; Critical Review – GNS; Other – İY; GNS

Declaration of Interests: The authors have no conflicts of interest to declare.

Funding: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynakça

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356. [CrossRef]
- Ar, A., & A. (2007). *Marka ve marka Stratejileri* (2. Baskı). Nobel yayın Dağıtım.
- Bahar, O., & Kozak, M. (2005). *Küreselleşme sürecinde uluslararası turizm ve rekabet Edebilirlik*. Detay Yayıncılık.
- Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657–681. [CrossRef]
- Bozkurt, İ. (2004). *İletişim Odaklı pazarlama* (3. Baskı). Mediacat Yayınları.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [CrossRef]
- Ceylan, S. (2011). Destinasyon marka İmajı ve Pamukkale Yöresinde bir Uygulama. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 7, 89–102.
- Gartner, W. C. (1994). Image formation process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(2–3), 191–216. [CrossRef]

- Güngör, D., & Torlak, Ö. (2011). Marka Kişiliği Algısı ile Etnosentrik Eğilimler Arasındaki İlişki: Levis ve Mavi Jeans Üzerine Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 11(3), 361–377.
- Henderson, P. W., Cote, J. A., Leong, S. M., & Schmitt, B. (2003). Building strong brands in Asia: Selecting the visual components of image to maximize brand strength. *International Journal of Research in Marketing*, 20(4), 297–313. [CrossRef]
- Hosany, S., Ekinci, Y., & Uysal, M. (2006). Destination image and destination personality: An application of branding theories to tourism places. *Journal of Business Research*, 59(5), 638–642. [CrossRef]
- İlban, M. O., Köroğlu, A., & Bozok, D. (2008). Termal turizm amaçlı seyahat eden Turistlerde destinasyon İmajı. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 105–129.
- Jenkins, O. H. (1999). Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research*, 1(1), 1–15. [CrossRef]
- Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. J. (1993). *Marketing places: Attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*. The Free Press.
- Laws, E., Scott, N., & Parfitt, N. (2002). Synergies in destination image management: A case study and conceptualization. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 39–55. [CrossRef]
- Mayo, E. J. (1973). Regional images and regional travel behavior. Research for changing travel patterns; Interpretation and Utilization. Proceedings of the Travel Research Association Fourth Annual Conference (pp. 211–218). Salt Lake City: University of Utah.
- Odabaşı, Y., & Oyman, M. (2007). *Pazarlama İletişimi yönetimi* (7. Baskı). Mediacat Yayınları.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon pazarlaması*. Detay Yayıncılık.
- Şahin, Ş. (2008). *Brand personality and destination image of Istanbul: A Comparison across nationalities*. University of Nevada, ABD.
- Till, B. D., & Heckler, D. (2009). *The truth about creating brands people love*. Pearson Education.
- Tolungüç, A. (1999). *Turizmde Tanıtma ve reklam*. Media Cat Yayınları.
- Üner, M. M., Güçer, E., & Taşçı, A. (2006). Türkiye Turizmde Yükselen Destinasyon Olarak İstanbul Şehrinin İmajı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 189–201.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. [CrossRef]
- Yükselen, C., & Güler, G. E. (2009). *Antakya marka kent*. Detay Yayıncılık.

Otel İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Bölümüne Yönelik İnternet Üzerinden Verilen İş İlanlarının İçerik Analizi

Content Analysis of Job Advertisements Given on Internet for Customer Relations Department in Hotel Businesses

Barış ERDEM¹
İpek BIRKON²
Necmiye Nida ÖZGEN²

¹Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Balıkesir, Türkiye

²Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir, Türkiye

ÖZ

Günümüzde otel işletmelerinin rekabetçi kalabilmesinde müşteri memnuniyeti ve sadakatinin sağlanması kritik konulardan biri olarak kabul görmektedir. Otel işletmelerinde müşterilerle temasın yoğun olduğu müşteri ilişkileri departmanında çalışan işgörenler, bu süreçte kilit bir öneme sahiptir. Dolayısıyla bu departmanda çalışacak nitelikli işgücünü işletmeye çekebilme, otel işletmeleri açısından önemli bir çabayı gerektirmektedir. Buradan hareketle çalışmada, otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik internet üzerinden verilen iş ilanları içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Veriler 12 Mayıs – 27 Haziran 2021 tarihleri arasında Google arama motorunda ilk iki sayfada çıkan Türkiye'deki sekiz insan kaynakları sitesinden toplanan 153 iş ilanından oluşmuştur. Araştırmanın öne çıkan bulguları; iş ilanlarının büyük çoğunluğunun Antalya'daki kıyı otellerini kapsadığını, ilanlarda cinsiyet ve yaş aralığı değişkenleri açısından herhangi bir ayırım gözlemlenmediğini ve ağırlıklı olarak lisans düzeyinde eğitilmiş, İngilizce ve Rusça bilen işgücü arandığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, iş ilanlarının; işgörenlerde aranan bazı özellikler, işgörelere sağlanan olanaklar ve işletme iletişim bilgilerini içermesi bakımından oldukça zayıf kaldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri, Müşteri İlişkileri Yönetimi, İş İlanları, İçerik Analizi

ABSTRACT

Nowadays, ensuring guest satisfaction and loyalty is accepted as one of the critical issues for hotel firms to remain competitive. Employees working in guest relations departments, where the contact with guests is intense, have a key importance in this process. Thus, attracting the qualified workforce to work in this department requires a significant effort for hotel businesses. In this study, job advertisements given on internet for guest relations department in hotel businesses were examined by content analysis technique. The data consisted of 153 job advertisements collected from 8 human resources websites that appeared on the first 2 pages of Google between 12 May and 27 June 2021 in Turkey. The prominent findings of the research revealed that the majority of job advertisements covered coastal hotels in Antalya, there was no discrimination in terms of gender and age range variables, and a workforce predominantly educated at undergraduate level, speaking English and Russian was sought. Besides, it has been determined that the job advertisements were quite weak in terms of some features sought in employees, opportunities provided to employees and business contact information.

Keywords: Content analysis, customer relations management, hotel businesses, job advertisements

Geliş Tarihi/Received: 06.04.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 03.10.2022

Sorumlu Yazar/Corresponding author:
Barış ERDEM
e-mail: berdem2110@gmail.com

Cite this article as: Erdem, B., Birkon, İ., & Özgen, N. N. (2023). Content analysis of job advertisements given on internet for customer relations department in hotel businesses. *Current Perspectives in Social Sciences*, 27(1), 24-33.



Giriş

Nitelikli işgörenler örgütlerin en değerli kaynaklarından biri olarak kabul edilir. Günümüzde nitelikli işgörenleri işletmeye çekebilmek ve bunları elde tutabilmek ise örgütleri rekabetçi kılan çabalardan biri haline gelmiştir. Buradan hareketle işletmelerin, işe alma sürecini kolaylaştırmak ve iş başvurusunda bulunan adayları kendilerine çekebilmek için web tabanlı iş siteleri, portallar ve kiosklar dâhil olmak üzere elektronik insan kaynakları sistemlerini giderek daha fazla kullanma eğiliminde oldukları belirtilmektedir (Stone ve ark., 2003'ten aktaran Stone, Lukaszewski & Isenhour, 2005, s. 22). Nitekim Cappelli de (2001) Amerika Birleşik Devletleri'ndeki büyük işletmelerin %90'ının internet üzerinden işe alım gerçekleştirdiğini öne sürmektedir.

Günümüzdeki dijital dönüşüm sürecinden işletmelerdeki insan kaynakları faaliyetleri de kaçınılmaz olarak etkilenmektedir. Örgütlerde insan kaynakları bölümü, bir yandan yeni teknolojilerin sunduğu olanaklardan yararlanma fırsatı bulurken, diğer yandan ise bu sayede bir maliyet avantajı elde etmektedir. Öyle ki, insan kaynakları bilgi sistemleri alanında kaydedilen bu ilerleme, bugünlerde onu bir maliyet azaltma kaldırıcı haline getirmiştir. Bu bağlamda, günümüzde birçok işletmenin bazı insan kaynakları fonksiyonlarında (aday işgörelere ait özgeçmişlerin ön seçimi gibi) dijital hizmetlerden yararlandığı ifade edilmektedir (Coron & Gilbert, 2020). Benzer şekilde Ahmad da (2015) internetin, işverenlere, iş ilanları konusunda geniş bir kitleye ve yetenekli işgörelere ulaşması için olanaklar sunduğunu ve internet üzerinden işe alma sürecinin diğer yöntemlerden daha hızlı ve daha düşük maliyetli olduğunu ifade etmektedir. Bu gibi üstün yönlerinden dolayı, işletmeler tarafından elektronik işe alım yönteminin kullanımının son yıllarda giderek artmaya başladığı öne sürülmektedir. Bu bağlamda, bazı işletmelerin internet üzerinden işgören bulma sürecini kendi kurumsal web sayfaları üzerinden yürüttükleri, diğer bazı işletmelerin ise bu süreçte profesyonel web sitelerini kullanma eğiliminde oldukları belirtilmektedir (Çetin & Şahingöz, 2019).

İlgili yazındaki benzer araştırmalara bakıldığında, otel işletmelerinde ön büro (Balta & Çulha, 2010) ve odalar departmanına (Yılmaz, 2020) yönelik olarak internet üzerinden verilen iş ilanlarının incelendiği tespit edilmiştir. Bunların dışında genel olarak turizm işletmelerine Demir, 2011; Erdem & Gezen, 2014; Ertaş, 2018; Güçlütürk Baran & Noyan, 2020) konaklama işletmelerine (Özdemir, Polat & Met, 2015; Giritlioğlu, Karakan & Öksüz, 2015; Doğan & Tuncer, 2018; Oğuzbalaban, 2019; Tamoşiūnaitė, 2019), açışlara (Çetin & Şahingöz, 2019), rekreasyon alanlarına (Çevik ve ark., 2020) ve etkinlik yönetimi pozisyonlarına ilişkin olarak internet tabanlı iş ilanlarının (Arcodia & Barker, 2002) araştırma konusu olduğu görülmüştür. Kuşkusuz başarıya giden yolda otel işletmelerinin her departmanı için nitelikli işgücüne sahip olmak önemli bir konuyu oluşturmaktadır. Ancak otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümü, temelde işletme ile müşteri arasındaki ilişkiyi temsil ederek müşteri görüşlerini ilgili departmanlara aktaran ve konuyla ilgili gerekli aksiyonları alan bir köprü konumunda olmasından dolayı kritik bir role sahiptir. Dolayısıyla bu kritik görevi üstlenebilecek nitelikli işgücünü bulmak insan kaynakları yöneticileri açısından zorlu bir çaba gerektirebilmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada, otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik internet üzerinden verilen iş ilanları üzerine odaklanılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulguların ilgili yazına katkı sağlaması beklenmektedir.

Alanyazın Taraması

Otel işletmelerinde çoğunlukla müşteri ilişkileri olarak adlandırılan kavram, alanyazında genellikle müşteri ilişkileri yönetimi (MİY) başlığı altında ele alınmaktadır. Günümüzde MİY; iş stratejisi, bilgi teknolojisi ve pazarlama yönetimi alanlarında en popüler konulardan birisi haline gelmiştir (Hall, 2001'den aktaran Piccoli ve ark., 2003). Basitçe ifade etmek gerekirse "MİY, işletmenin faaliyetlerinin müşteri etrafında yeniden yapılandırılmasını gerektiren bir yönetim felsefesidir" (Piccoli ve ark., 2003). Örgütlerde bu bölümün temel fonksiyonel alanı müşterilerle kurulan sözlü ve yazılı iletişime dayalıdır. MİY'nin temel amacı; müşterilerin ihtiyaçlarını zamanında karşılamak, onlarla güçlü ve uzun vadeli ilişkiler kurmak ve böylece iş kârını artırmaya çalışmaktır. Rekabetin yoğun olduğu bir ortamda, müşteri sadakatini güçlendiren herhangi bir ticari faaliyet, rekabetçi kalmak bakımından önemli bir avantaj sağlamaktadır (Wu & Li, 2011). Bunun yanı sıra MİY, geleneksel pazarlama girişimlerinden farklı yönleri sahiptir. Çünkü geleneksel pazarlama ağırlıklı olarak kısa vadeli bir yaklaşımı benimserken; MİY, müşterilerin her birini yakından tanıyarak onlarla kurulan ilişkinin sürekliliğini sağlamaya ve böylece onlardan elde edilen geliri maksimize etmeye odaklanmaktadır (Wilson ve ark., 2002'den aktaran Piccoli ve ark., 2003). Ünal (2009) ise, doğrudan karlılığı artırmasından ziyade MİY'de müşterilerin ihtiyaçlarının, beklentilerinin ve memnuniyetlerinin karşılanmasının öncelikli olduğunu vurgulamaktadır. Öte yandan, etkin bir şekilde uygulanan MİY örgütlerde pazarlama harcamalarının azalmasına da katkıda bulunabilmektedir. Çünkü yeni müşteri edinmenin, mevcut müşterileri elde tutmaktan daha pahalı bir çabayı gerektirdiği tahmin edilmektedir. Xu ve Walton (2005'ten aktaran Rahimi ve Kozak, 2017) çalışmalarında MİY'in ana faydalarını; müşteri memnuniyetini arttırmak, mevcut müşterileri elde tutmak, stratejik bilgi sağlamak ve yaşam boyu müşteri değerini iyileştirmek şeklinde ifade etmişlerdir. Nitekim müşteri sadakati yaratmanın ve bunu sürdürmenin, örgütlerin müşterilerle uzun vadeli ve karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler geliştirmesine yardımcı olacağı belirtilmektedir (Pan ve ark., 2012'den aktaran Kandampully ve ark., 2015). Aksatan ve Aktaş (2012) ise, literatürde MİY'in kapsamı konusunda farklı bakış açıları olmasına rağmen konuyla ilgili kavramsallaştırmalardaki ortak yönleri; "müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi, örgütlerin bu ihtiyaçlar çerçevesinde müşterileriyle etkin ilişkiler kurmaya çalışması ve bu amaca ulaşabilmek için MİY'in örgüt tarafından stratejik bir faaliyet olarak benimsenmesi," şeklinde ifade etmişlerdir.

Konuya otel işletmeleri perspektifinden bakıldığında ise, konaklama endüstrisinin günümüzde daha rekabetçi bir pazar yapısıyla karşı karşıya olduğundan ve rekabetin temellerinin değiştiğinden bahsedilmektedir. Bu bağlamda, otel işletmelerinin sadece konum faktörünü kullanarak yeni müşteri edinmelerinin ve mevcut müşterilerini elde tutmalarının zorlaşmaya başladığı öne sürülmektedir. Ayrıca fiyat faktörü de artık tek başına çekici olamamaktadır. Çünkü müşteriler internet üzerinden fiyatları kolayca bulup karşılaştırabilmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak, tüketicilerin giderek daha az marka sadakati gösterdikleri ve MİY'in, otel işletmelerinin kendilerini rakiplerinden farklılaştırmalarında önemli bir çekim unsuru haline geldiği belirtilmektedir (Piccoli ve ark., 2003).

Otel işletmelerinde kişiye özel hizmet sağlama anlayışı uzun yıllardan beri sektörde var olan bir konudur. Ritz Carlton ve Savoy gibi işletmeler, müşterilerine iyi bir hizmet sağlamak için çaba gösterip, müşteri isteklerini kaydederek kapsamlı geleneksel satış kanalları

modelini devam ettirmektedir. Ancak müşterilerle sadece yüz yüze temas kurarak bu sistemlerin devamını sağlamak kimi zaman maliyetli görülmektedir. Bununla beraber, bu sistemler sadece sınırlı sayıdaki müşterilerin kişisel özelliklerini takip etmekte kullanılabilir (Soyaslan, 2006).

Bunun aksine konaklama işletmelerinde teknoloji tabanlı müşteri ilişkileri programlarının kullanımının son yıllarda giderek yaygınlaştığı belirtilmektedir. Örneğin; Radisson International MİY programında, tanıma ve kişiselleştirme hizmeti, teşvikler ve uyarlanmış diyalog olmak üzere üç bileşeni kullanırken; Wydham International otel kablosuz iletişim veya ücretsiz telefon hatları aracılığıyla, müşterilerine çevrimiçi profil bilgilerini doldurma imkânı sağlamaktadır. Rosewood Hotels and Resort ise yastık türü, mini bardaki içecek türü ve özel diyet gereksinimleri gibi tercihleri için müşterilerine otele gelmeden istek formları göndermektedir (Babaç, 2014). Görüldüğü gibi, günümüzün hizmet anlayışında otellerde müşterilerle kurulan diyaloglar konuklar henüz otele gelmeden önce başlamakta, oteldeki konaklamaları esnasında devam etmekte ve otelden ayrıldıktan sonra da sürmektedir. Şüphesiz tüm bu örnekler otellerde MİY uygulamalarının sonraki yıllarda da gelişerek devam edeceğine dair bazı ipuçları sunmaktadır. Dolayısıyla otel işletmelerinin bundan sonraki yıllarda da MİY bölümünde çalışacak nitelikli işgücünü bulma ve bunları elde tutma yönünde yoğun bir çaba gösterecekleri öngörülebilir.

İlgili alanyazın incelendiğinde, müşteri ilişkileri bağlamında değerlendirilebilecek uygulamaların turizm sektörü ile ilişkisi ve sektördeki yansımalarını çeşitli perspektiflerden ele alan akademik çalışmalara rastlanmaktadır. Ancak en azından bu çalışmanın yürütülmesi esnasında alanyazında otel işletmelerinde doğrudan müşteri ilişkileri bölümü özelinde internet üzerinden verilen iş ilanlarına odaklanan bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu yüzden, işletmelerde müşteri ilişkileri bölümü özelinde ulaşılabilen diğer bazı araştırmaların bulgularına atıf yapılmıştır. Bu çalışmalardan birinde, günümüz rekabetçi ortamında başarılı olabilmek için müşteri hizmetlerine daha çok önem vermenin gerekliliğine denilmekte; bu süreçte görev alan özellikle önbüro personelinin niteliklerinin artırılmasına dikkat çekilmekte; bu alanda yetkili, uzmanlaşmış, eğitilmiş ve iletişime açık bir ekip kurmanın önemine vurgu yapılmaktadır (Öztürk & Pekduyurucu, 2009). Guerola-Navarro ve ark. (2021) ise çalışmalarında, işletmelerde müşteri sadakatini güçlendirmede önemli araçlardan biri olarak MİY uygulamalarını göstermektedirler.

Bunların dışında turizm işletmelerinde internet üzerinden verilen iş ilanları ile ilgili çalışmalar incelendiğinde ise bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Örneğin, konaklama işletmelerinin verdikleri iş ilanlarında öncelikli olarak veya daha çok alt kademe çalışanları istihdam etmeyi amaçladıkları belirlenmiştir (Oğuzbalaban, 2019; Özdemir ve ark., 2015). Bununla birlikte istihdam edilecek personelin tecrübe düzeyine, eğitimine ve niteliğine yeterli oranda önem verilmediğini ortaya koyan araştırma sonuçları mevcuttur (Ertaş, 2018; Özdemir ve ark., 2015). Bunun aksine başka bir çalışma sonucunda ise, konaklama işletmelerinde yöneticilerin, tecrübeyi eğitimden daha öncelikli tutmalarından dolayı deneyimli personeli daha fazla tercih ettikleri ifade edilmiştir (Oğuzbalaban, 2019). Antalya'da faaliyet gösteren otel işletmelerinin internet üzerinden verdikleri iş ilanlarının incelendiği bir başka çalışmada ise, işgörenlerde en çok aranan niteliklerin tecrübe ve eğitim seviyesi olduğu belirlenmiştir (Giritlioğlu ve ark., 2015). Bazı çalışmalarda ise, konaklama işletmelerine yönelik olarak internet üzerinden verilen iş ilanlarının birçoğunda aday işgörenlerde yabancı dil şartının aranmamış olması eleştirilmiştir (Özdemir ve ark., 2015; Oğuzbalaban, 2019). Diğer bazı çalışmalarda ise, turizm işletmelerinde spesifik olarak bir pozisyon için verilen iş ilanları içeriğinin profesyonel bir mesleği tanımlayacak nitelikte olmadığı ve bu ilanların özellikleri iş tanımını açıkladığından yetersiz kaldığı saptanmıştır (Çetin & Şahingöz, 2019; Yılmaz, 2020). Literatürde turizm işletmeleri özelinde internet üzerinden verilen iş ilanlarının ele alındığı ve bu çalışmanın yürütülmesi esnasında araştırmacıların ulaşabildiği çalışmalar Tablo 1'de özetlenmektedir.

Tablo 1'de de görüldüğü gibi, alanyazında konuyla ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak otel işletmeleri ekseninde yürütüldüğü dikkati çekmektedir. Otellere yönelik iş ilanlarının incelendiği çalışmalardan yalnızca ikisinde departman ya da pozisyon özelinde bir araştırma yapılmıştır. Bu çalışmalardan birisinde otel işletmelerinde ön büro departmanına (Balta & Çulha, 2010), diğerinde ise odalar bölümüne (Yılmaz, 2020) yönelik internet tabanlı iş ilanları incelenmiştir. Tablo 1'de genel olarak turizm işletmelerine yönelik iş ilanlarının incelendiği birtakım araştırmalar da (Demir, 2011; Erdem & Gezen, 2014; Ertaş, 2018; Güçlütürk Baran & Noyan, 2020) olduğu görülmekle birlikte, otellerde müşteri ilişkileri bölümü özelinde konuyla ilgili herhangi bir çalışmanın varlığına rastlanamamıştır. Buradan hareketle, yürütülen bu araştırmadan elde edilen bulguların ilgili yazına katkıda bulunması beklenmektedir.

Yöntem

Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada, otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik internet üzerinden verilen iş ilanları içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. İçerik analizi; "fenomenleri tanımlamanın ve ölçmenin sistematik ve nesnel bir yoludur" (Elo & Kyngas, 2008). Veri çözümlemede bu teknik; bilgi, yeni arayışlar, gerçeklerin temsili ve pratik bir eylem kılavuzu sağlamak amacıyla verilerden bağlamlarına tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapmak için kullanılmaktadır (Krippendorff, 2004). Özetle içerik analizi, metinlerin içerisinde gizli kalmış ve anlaşılmayı bekleyen mesajların belirli bir sistem dâhilinde kavramlar ve kategoriler olarak ortaya konması ile bunların nitel ve nicel açıdan analiz edilmesini kapsamaktadır (Güler ve ark., 2015).

Bu araştırmada incelenen iş ilanlarına ilişkin kategoriler sınıflandırılırken Erdem ve Gezen (2014) tarafından gerçekleştirilen çalışma temel alınmıştır. Bu bağlamda sınıflandırmalar; işletmelerin özellikleri (buldukları şehir, otelin türü, faaliyet dönemi, iş tanımı ve yıldız sayısı bilgisi), aday işgörenlerden beklenen özellikler (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, deneyim, yabancı dil, bilgisayar bilgisi, dış görünüm vb.), otel işletmelerinin işgörelere sağladıkları olanaklar (lojman, ücret, ulaşım vb.) ve işletme iletişim bilgileri, şeklinde yapılmıştır.

Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evreni, Türkiye'deki insan kaynakları internet sitelerinde yayınlanan ve otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne ilişkin olarak verilen iş ilanlarından oluşmaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren insan kaynakları internet sitelerinin sayıca fazla olması, zaman kısıtı açısından bu internet sitelerinin tamamına ulaşmayı mümkün kılmamıştır. Bu nedenle örneklem seçme yoluna gidilmiştir.

Tablo 1.
Turizm İşletmelerine Yönelik Olarak İnternet Tabanlı İş İlanları Üzerine Yapılan Çalışmalara İlişkin Alanyazın Özeti

Yazar/Yazarlar	Amaç	Temel Bulgular
Arcodia ve Barker (2002)	Australya'da turizm sektöründe etkinlik yönetimi alanında mevcut işveren gereksinimlerinin belirlenmesi amacıyla yürütülen bu çalışmada web tabanlı iş ilanları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.	Çalışmada genel olarak; iş ilanlarında kişisel niteliklerin, becerilerden daha az sıklıkla yer aldığı sonucuna ulaşılmış, işverenlerce en çok beklenen becerilerin organizasyon ve planlama ile güçlü iletişim yeteneği olduğu görülmüştür. Beklenen kişisel niteliklerde ise motivasyon ve pozitiflik gibi özelliklerin ön planda olduğu tespit edilmiştir.
Balta ve Çulha (2010)	Araştırmanın amacı, turizm sektöründe çalışacak adaylardan beklenen nitelikler ile turizm meslek liselerinde eğitim gören öğrencilerin niteliklerinin karşılaştırmasını yapmaktır. Bu kapsamda Türkiye'deki beş yıldızlı otellerin ön büro departmanlarının online iş ilanları incelenmiş ve öğrencilerin nitelikleri betimsel olarak analiz edilmiştir.	Çalışmanın sonucunda öğrencilerin yaş, eğitim derecesi, deneyim ve askerlik konularında beklenen nitelikler sebebiyle otel işletmelerine başvurularının kısıtlandığı ortaya konulmuştur. Ayrıca, öğrencilerin, otellerin ön büro departmanında çalışmak için gerekli olan programları kullanmadıkları yeterliliklerin, yöneticilerin beklentileriyle örtüşmediği tespit edilmiştir.
Demir (2011)	İş hayatında, bireylerin demografik özelliklerinin, ayrımcılık üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, turizm işletmelerine yönelik olarak gazete, dergi ve internet üzerinden verilen iş ilanları ve bazı turizm işletmelerinin iş başvuru formları incelenmiştir.	Çalışmanın öne çıkan sonuçlarında, bazı turizm işletmelerinde gerçekleşen işgören seçimindeki en temel ayrımcılığın cinsiyet, yaş ve hemşehricilik olduğu görülmüştür.
Erdem ve Gezen (2014)	Araştırmada, Türkiye'de faaliyet gösteren turizm işletmelerinin gazete ve internet sitelerindeki iş ilanlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi amaçlanmıştır.	Araştırmanın öne çıkan sonuçlarına göre, iş ilanlarının çoğunluğu İstanbul ili odaklıdır ve turizm işletmelerine yönelik iş ilanlarının çoğunluğu şehir otelleri oluşturmaktadır. En çok iş ilanı veren il İstanbul'dur. Otel işletmelerinde en çok işgören aranan departmanların ön büro, yiyecek içecek ve kat hizmetleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlanlarda işgören adaylarından beklenen bazı özellikler, aday işgörelere sağlanan imkanlar ve işveren işletmenin iletişim bilgileri açısından eksiklikler olduğu ulaşılan sonuçlar arasındadır.
Özdemir ve ark. (2015)	Araştırmada, Bodrum'daki konaklama işletmelerinin internet üzerinden verdikleri iş ilanlarının incelenmesi sonucunda, işletmelerin istihdam politikalarının yorumlanması amaçlanmıştır.	Araştırmanın öne çıkan sonuçlarına göre; Bodrum'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin iş ilanlarında genellikle aday işgörenlerde eğitim şartı aranmadıkları ve işgören adaylarının tecrübe ve yabancı dil bilgisine yeteri kadar önem vermedikleri belirlenmiştir.
Giritlioğlu ve ark. (2015)	Araştırma, Antalya'da faaliyet gösteren otel işletmelerinin internet tabanlı iş ilanlarını içerik analizi yöntemiyle inceleme amacına yöneliktir.	Araştırmanın öne çıkan sonuçları; en fazla iş ilanın ön büro departmanına yönelik verildiğini, işgören adayında tercih edilen dilin genellikle İngilizce olduğunu ve işgörelere aranan özelliklerin başında tecrübe ve eğitim seviyesinin geldiğini göstermektedir.
Can ve ark. (2016)	Orta ve üst düzey yönetici arayan otel işletmelerinin iş ilanlarında çalışanlara yönelik olarak belirttikleri özellikleri ortaya koymayı amaçlayan çalışmanın verileri, turizm ve otelcilik alanında en çok iş ilanına sahip dört internet sitesindeki ilanlardan yararlanılarak elde edilmiştir.	Araştırmanın öne çıkan sonuçlarına göre, üst kademe yönetici adaylarında aranan kişisel özelliklerde iletişim ve analitik düşünme becerilerinin; orta kademe yönetici adaylarında aranan kişisel özelliklerde ise liderlik, çalışma saatlerine uyum, iletişim yeteneği, analitik düşünme becerisi ve Microsoft Office programlarına hâkimiyet kriterlerinin ön plana çıktığı sonucuna ulaşılmıştır.
Erdem ve ark. (2017)	Araştırma, Kırgızistan'daki otel işletmelerine yönelik internet ortamında yayınlanan iş ilanlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesini amaçlamaktadır.	Araştırmanın öne çıkan sonuçlarına göre; iş ilanlarının çoğunluğunun şehir otellerine yönelik olduğu; iş ilanlarının en çok resepsiyonist, kat hizmetleri çalışanı ve satış-pazarlama müdürü pozisyonlarına yönelik verildiği; otel işletmelerinin iş ilanlarında iş ile ilgili bilgilere yer vermelerine rağmen, ilanların çoğunun aday işgörelere aranan nitelikler, otelin e-posta adresi ve irtibat kurulacak kişilerle ilgili bilgileri içermesi konusunda eksiklikler taşıdığı belirlenmiştir.
Ertaş (2018)	Araştırmada, Türkiye'de faaliyet gösteren turizm işletmelerinin interneti kullanarak verdikleri iş ilanlarının incelenmesi ve bu sayede turizm sektöründe nitelikli çalışan eksikliğinde işletmelerin rolü ile ilgili bir çıkarımda bulunulması amaçlanmıştır.	Araştırma sonucunda, iş ilanlarının büyük çoğunluğunun konaklama işletmelerini kapsadığı, işletmelerin aday işgörelere yönelik mesleki tecrübe ve eğitim beklentilerinin çok büyük olmadığı saptanmıştır.
Doğan ve Tuncer (2018)	Bu araştırmada, turizm sektöründe çalışma arzusunda olan işgören adaylarının iş başvurularında kendilerinden beklenen demografik niteliklerin ve mesleki becerilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda bir internet sitesinde Türkiye'deki otel işletmelerine yönelik olarak 160 adet iş ilanı içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.	Araştırma sonucunda; incelenen iş ilanlarının büyük bölümünün İstanbul ve Antalya'daki otellere ait olduğu, ilanların yarısına yakınında tercihen üniversite ya da meslek liselerinin turizm ve otelcilik bölümlerinden mezun olma şartının yer aldığı görülmüştür. İş ilanlarına göre, eğitim seviyesi yüksek ve yabancı dil şartı bulunan iş pozisyonları; resepsiyon görevlisi, rezervasyon görevlisi, garson ve bellboy olarak tespit edilmiştir.
Çetin ve Şahingöz (2019)	Araştırmada, Türkiye'de insan kaynakları internet sitelerinde bulunan açılış alanındaki iş ilanlarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi amaçlanmıştır.	Araştırmanın öne çıkan sonucuna göre; incelenen iş ilanlarının içerik açısından açılış profesyonel biçimde bir meslek olarak tanımlamada yetersiz kaldığı, ilanların yaklaşık yarısında iş tanımı bilgisine yer verilmiş olmasına rağmen, bu iş tanımlarının yeterli seviyede aydınlatıcı nitelik taşımadığı tespit edilmiştir.
Tamoşiūnaitė (2019)	Araştırmada, konaklama işletmelerinde işe alım yapan firma ile iş arayan adaylar arasındaki iletişimde kültürleri bireysel ve topluluk olarak farklılaşan ülkeler arasında neyin önemli olduğunun analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, konaklama işletmelerindeki pozisyonlara ilişkin çevrimiçi iş ilanlarının içerik analizi yapılmıştır.	Araştırma sonucunda, bireysel ve topluluk olarak farklılaşan kültürlerin işverenler ve iş arayan adaylar arasındaki iletişimde yer alan unsurların hangisinin farklı kültürlerde önemli olduğuna yönelik güçlü bir ilişki tespit edilememiştir. Konaklama sektöründe kültürel kimliklerden ziyade yabancı dil bilgisi, iletişim yeteneği ve mesleki deneyim gibi ortak amaca yönelik konuların ön planda olduğu belirlenmiştir.
Oğuzbalaban (2019)	Bu araştırmada, Türkiye'deki bir internet sitesi üzerinden iş ilanı veren konaklama işletmelerinin ilanlarının değerlendirilmesi ve buradan hareketle işgören seçme sürecinde önem verdikleri noktaların belirlenmesi amaçlanmıştır.	Araştırmanın öne çıkan bulgularına göre; konaklama işletmelerinin aday işgörelere asgari eğitim şartı, yabancı dil veya turizm eğitimi almış olma koşulunu aramadıkları saptanmıştır. Bunun yerine işletmelerin daha çok tecrübeye önem verdikleri, alt kademede istihdam edilecek ve ön büro departmanında çalışacak personel arayışında oldukları, ayrıca kadın adaylardan çok erkekleri işe alma eğilimini taşıdıkları tespit edilmiştir.
Güçlütürk Baran ve Noyan (2020)	Bu araştırmada, lisans eğitimini turizm işletmeciliği bölümünde almakta olan öğrencilerin turizm sektöründe çalışmak istedikleri mesleklerin belirlenmesi ve turizm sektöründe yer alan internet tabanlı iş ilanlarını tespit edilerek elde edilen sonuçların karşılaştırılması amaçlanmıştır.	Araştırmanın öne çıkan sonuçlarına göre, öğrencilerin çoğunun animatör olarak çalışmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Turizm alanında verilen iş ilanlarının çoğunun konaklama işletmelerinin ön büro, yiyecek-içecek ve satış-pazarlama departmanlarının oluşturduğu belirlenmiştir.
Çevik ve ark. (2020)	Bu araştırmada, rekreasyon uzmanında aranan özellikler belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, iş ilanı sitelerindeki ilanlar rekreasyon alanları ve işveren işgören adayında aradıkları özelliklere göre incelenmiştir.	Araştırmanın öne çıkan bulgularına göre, en fazla iş ilanın spor ve turizm rekreasyonu alanında olduğu ve ilanların büyükşehirlerde yoğunlaştığı saptanmıştır.
Yılmaz (2020)	Bu araştırmada, konaklama işletmelerinde odalar bölümüne yönelik olarak internet üzerinden verilen iş ilanları incelenmiştir.	Araştırmanın öne çıkan sonuçlarına göre; işletmelerin iş ilanlarına gereken önemi göstermediği, ilanların profesyonel bir mesleği tanımlayacak nitelikte olmadığı ve özellikle iş tanımları açısından yetersiz kaldığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusundaki iş ilanlarının incelenmesi sürecinde Google arama motorunun kullanılmasına karar verilmiş ve veriler bu arama motorunda ilk iki sayfada çıkan 8 (sekiz) insan kaynakları sitesinden (Kariyer.net, Elemanonline, Indeed, İsinolsun, Personelcheck, Secretcv, Toptalent ve Yenibiris) toplanmıştır. Çalışmanın örnekleme seçimindeki diğer bir sınırlılığı ise, araştırma verilerinin Mayıs-Haziran 2021 döneminde toplanmış olmasıdır. Bu nedenle bulgular, otellerin müşteri ilişkileri bölümüne yönelik olarak bu dönemdeki ihtiyaçlarını ortaya koymaktadır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Çalışmanın verileri 12 Mayıs – 27 Haziran 2021 tarihleri arasında, örnekleme oluşturan internet sitelerinde “müşteri/müşteri ilişkileri” anahtar kelimesi ile tarama yapılarak elde edilmiştir. Farklı insan kaynakları internet sitelerinde yer alan, ancak işvereni ve içeriği aynı olan ilanlarda, yalnızca bir tanesi verilere dâhil edilmiştir. Bu doğrultuda otel işletmelerinde müşteri ilişkileri departmanına yönelik olarak 153 ilana ulaşılabilmektedir. Böylece, 153 adet iş ilanı bu araştırmanın veri tabanını oluşturmuştur. Elde edilen veriler içerik analizi ile çözümlenmiştir.

Bulgular

Otel İşletmelerini Betimleyici Değerlendirmeler

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen sınıflandırmalardan birincisi otel işletmelerinin özelliklerini içermektedir. Bu bölümde; iş ilanlarının verildiği şehirlere, otellerin türlerine, faaliyet dönemlerine, iş ilanlarının iş tanımı ve otel yıldız sayısı bilgilerini içerip içermediğine yer verilmiştir.

Tablo 2’de görüldüğü gibi, otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik iş ilanlarının yaklaşık yarısı (%49) Antalya iline yöneliktir. Bunu Muğla (%19) ve İstanbul (%16,3) şehirleri takip etmektedir.

Tablo 3’te, iş ilanı veren otel işletmelerinin türlerine göre dağılımı görülmektedir. Bulgular, iş ilanı veren işletmelerin çoğunluğunun kıyı oteli (%72,5) olduğunu göstermektedir. Bunu şehir otelleri (%24,6) takip etmektedir.

Tablo 4’te, iş ilanı veren otel işletmelerinin faaliyet dönemlerine göre dağılımı görülmektedir. Tablo 4’teki bulgulardan, iş ilanı veren otellerin yarısından çoğunun (%56,9) tüm yıl faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır. İlanların %29,4’ünün ise otelin faaliyet dönemi hakkında herhangi bir bilgi içermediği tespit edilmiştir.

Tablo 5 incelediğinde, ilanların yaklaşık dörtte üçünün (%73,2) iş tanımı bilgisini içermediği görülmektedir.

Tablo 6’daki bulgular, araştırma kapsamındaki iş ilanlarının çoğunluğunda (%71,2) otellerin yıldız sayısı bilgisine yer vermediklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 2.
İş İlanlarının Kapsadığı İller

İşgören Aranan Şehirler	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Antalya	75	49,0
Muğla	29	19,0
İstanbul	25	16,3
Aydın	9	5,9
İzmir	6	3,9
Balıkesir	3	2,0
Denizli	2	1,3
Diğer	4	2,8
Toplam	153	100

Tablo 3.
İş İlanı Veren Otellerin Türlerine Göre Dağılımı

Otellerin Türleri	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Kıyı Oteli	111	72,5
Şehir Oteli	33	24,6
Butik Otel	5	3,3
Termal Otel	4	2,6
Toplam	153	100

Tablo 4.
Otellerin Faaliyet Dönemlerine Göre Dağılımı

Otelin Faaliyet Dönemi	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Tüm Yıl	87	56,9
Sezonluk	21	13,7
Belirtilmemiş	45	29,4
Toplam	153	100

Tablo 5.
İlanlarda İş Tanımı Bilgisine Yer Verilip Verilmeme Durumu

İş Tanımı Bilgisi	Sıklık (n)	Yüzde (%)
İlan İçerisinde Yer Verilmiş	41	26,8
İlan İçerisinde Yer Verilmemiş	112	73,2
Toplam	153	100

Tablo 6.
İlanlarda Otelin Yıldız Sayısı Bilgisine Yer Verilip Verilmeme Durumu

Otelin Yıldız Sayısı	Sıklık (n)	Yüzde (%)
İlan İçerisinde Yer Verilmiş	44	28,8
İlan İçerisinde Yer Verilmemiş	109	71,2
Toplam	153	100

İşgören Adaylarında Aranılan Özelliklere Yönelik Değerlendirmeler

Bu kısımda, araştırma kapsamındaki iş ilanlarında otellerin müşteri ilişkileri bölümüne yönelik olarak aday işgörenlerde aradıkları özelliklere yer verilmiştir. Sonuçlar Tablo 7'deki gibidir.

Tablo 7'deki bulgular genel olarak incelendiğinde, iş ilanlarında işgören adaylarında aranılan özellikler şu şekilde özetlenebilir: otel işletmelerinin müşteri ilişkileri bölümüne yönelik iş ilanlarında cinsiyet (%90,2) ve yaş (%92,2) değişkenleri açısından çoğunlukla herhangi bir ayırım gözetmedikleri; lisans (%34) ve önlisans (%21,6) eğitim derecesine sahip işgören aradıkları, ancak ilanların %28,8'inin eğitim değişkeni açısından herhangi bir bilgi içermediği görülmüştür. İncelenen iş ilanlarında iş tecrübesi değişkenine ilişkin olarak "1-5 yıl" (%57,5) seçeneği ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte ilanların %31,4'ünün iş deneyimi konusunda bir bilgi içermediği saptanmıştır. İşgören adaylarında aranılan yabancı dil bilgisi açısından bakıldığında sırasıyla; İngilizce (%77,8), Rusça (%48,4) ve Almanca (%33,3) seçeneklerinin öne çıktığı, ilanların %11,8'inde ise herhangi bir yabancı dil bilgisi kriterine yer verilmediği tespit edilmiştir. Bilgisayar bilgisi ve takım çalışmasına uyum değişkenleri açısından bakıldığında, seçenekler birbirine yakın olmakla birlikte her iki değişken açısından iş ilanlarının %52,3'ünün bu konuda bir bilgi içermediği görülmüştür. Diğer yandan iş ilanlarının çoğunluğunda çalışma saatlerine uyum (%73,2), liderlik vasfı (%88,9), analitik düşünme (%75,2) ve planlama ve organizasyon yeteneği (%76,5) değişkenleri bakımından da herhangi bir bilgiye rastlanamamıştır. Benzer şekilde, iş ilanlarının tamamında sürücü belgesi ile ilgili bir ifadeye, çoğunluğunda ise askerlik durumu (%83) ve ikamet yeri bilgisine (%90,8) yer verilmediği tespit edilmiştir. Bunların aksine, incelenen iş ilanlarının %53,6'sında kişisel görünüm ve %78,4'ünde ise iletişim yeteneği değişkenlerine yer verildiği dikkati çekmiştir.

Otel İşletmelerinin Aday İşgörelere Sağladıkları Olanaklara Yönelik Değerlendirmeler

Çalışmanın bu kısmında, ilanların çekiciliği açısından önemli olduğu düşünülen, otel işletmelerinin aday işgörelere sağladıkları olanaklarla ilgili hangi bilgilere yer verildiği incelenmektedir.

Tablo 8'deki bulgular incelendiğinde, araştırma kapsamındaki iş ilanlarının büyük çoğunluğunda aday işgörelere sağlanan lojman, ücret-prim bilgisi, ulaşım, yeme içme, kariyer ve sosyal faaliyet olanakları bakımından herhangi bir ifadeye yer verilmediği görülmüştür.

Otel İşletmelerinin İletişim Bilgilerine Yönelik Değerlendirmeler

Araştırmanın son kısmında, otel işletmelerinin iş ilanlarında hangi iletişim bilgilerine yer verdikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bulgular Tablo 9'daki gibidir.

Tablo 9'daki bulgulardan hareketle, iş ilanlarının çoğunluğunun işyeri adresi, telefon&faks numarası, elektronik posta adresi ve iletişim kurulacak kişi bilgisini içermediği söylenebilir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik olarak internet üzerinden verilen iş ilanlarının incelendiğini bu çalışmada, veriler Google arama motorunda ilk iki sayfada çıkan Türkiye'deki sekiz insan kaynakları sitesinden yararlanılarak elde edilmiş ve içerik analizi tekniğiyle çözümlenmiştir. Alanyazında internette yer alan iş ilanlarını konu alan çalışmalar bulunmakla birlikte, turizm ve konaklama işletmelerinde departmanlar özelinde yürütülen az sayıda araştırmaya rastlanmıştır. Bunlar Balta ve Çulha'nın (2010), Çetin ve Şahingöz'ün (2019) ve Yılmaz'ın (2020) çalışmalarıdır. Literatürde otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümü özelinde ise daha önce bu konuda yürütülen benzer bir araştırmaya rastlanamamıştır. Bu bağlamda, müşteri memnuniyeti ve sadakatinin sağlanması ile müşteri şikâyetlerinin çözülmesinde kilit bir öneme sahip olan müşteri ilişkileri bölümüne yönelik verilen iş ilanlarının araştırılmasının ilgili alanyazına katkı sağlayabileceği düşünülmüştür.

Araştırma sonucu elde edilen bulgular neticesinde araştırma kapsamındaki otel işletmelerinin müşteri ilişkileri bölümüne yönelik olarak internet üzerinden verdikleri iş ilanlarında, aday işgörelere aranılan birçok niteliğe yer verilmediği ve ilanların birçoğunun işletmelerde işgörelere sağlanacak olanaklara ilişkin bilgiler içermesi bakımından yetersiz kaldığı görülmüştür. Bu bulgular alanyazındaki benzer amaçlı bazı çalışmaların sonuçlarıyla örtüşmektedir (Çetin & Şahingöz, 2019; Erdem & Gezen, 2014; Erdem ve ark., 2017; Giritlioğlu ve ark., 2015; Yılmaz, 2020). Araştırmamızda öne çıkan diğer bulgular aşağıda sıralanmaktadır:

İncelenen iş ilanlarının kapsadığı illere göre dağılımında ilk üç sıra Antalya, Muğla ve İstanbul şehirlerinden oluşmuştur. Otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik iş ilanlarının yaklaşık %85'i bu üç ili kapsamaktadır. Nitekim Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve

Tablo 7.
İşgören Adaylarında Aranılan Özellikler

Cinsiyet	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Kadın	15	9,8
Erkek	-	-
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	138	90,2
Yaş		
17-30	11	7,2
31-40	1	0,7
41 ve Üzeri	-	-
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	141	92,2
Eğitim		
Lise	24	15,7
Ön lisans	33	21,6
Lisans	52	34,0
Lisansüstü	-	-
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	44	28,8
İş Deneyimi		
1-5 yıl	88	57,5
6-10 yıl	7	4,6
Tercihen Deneyimli	10	6,5
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	48	31,4
Yabancı Dil¹		
İngilizce	119	77,8
Rusça	74	48,4
Almanca	51	33,3
Arapça	14	9,2
Diğer	3	2,0
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	18	11,8
Bilgisayar Bilgisi		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	73	47,7
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	80	52,3
Kişisel Görünüm		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	82	53,6
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	71	46,4
Takım Çalışmasına Uyum		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	73	47,7
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	80	52,3
Çalışma Saatlerine Uyum		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	41	26,8
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	112	73,2
Liderlik Vasfı		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	17	11,1
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	136	88,9
İletişim Yeteneği		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	120	78,4
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	33	21,6
Analitik Düşünme Yeteneği		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	38	24,8
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	115	75,2
Planlama ve Organizasyon Yeteneği		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	36	23,5
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	117	76,5
Sürücü Belgesi		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	-	-
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	153	100
Askerlik Durumu		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	26	17,0
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	127	83,0
İkamet Yeri		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	14	9,2
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	139	90,8
Toplam	153	100

1 İncelenen iş ilanlarının bazılarının birden fazla yabancı dil bilgisini içerdiği görüldüğünden dolayı toplam %100'ü aşmaktadır.

Tablo 8.
İş İlanlarında Aday İşgörenlere Sağlanan Olanaklar İle İlgili Bilgiler

Lojman	Sıklık (n)	Yüzde (%)
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	21	13,7
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	132	86,3
Ücret – Prim Bilgisi		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	12	7,8
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	141	92,2
Ulaşım İmkânları		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	25	16,3
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	128	83,7
Yeme – İçme Olanakları		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	21	13,7
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	132	86,3
Kariyer Olanakları		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	5	3,3
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	148	96,7
Sosyal Faaliyet Olanakları		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	6	3,9
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	147	96,1
Toplam	153	100

Tablo 9.
İş İlanlarında Otel İşletmelerinin İletişim Bilgileri

Adres	Sıklık (n)	Yüzde (%)
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	62	40,5
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	91	59,5
Telefon & Faks Numarası		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	37	24,2
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	116	75,8
E-posta Adresi		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	3	2,0
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	150	98,0
İletişim Kurulacak Kişi		
İlan İçeriğinde Yer Verilmiş	1	0,7
İlan İçeriğinde Yer Verilmemiş	152	99,3
Toplam	153	100

Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre de 10.01.2022 tarihi itibarıyla Türkiye'de ilgili bakanlıktan işletme belgeli toplam 4511 konaklama tesisi bulunmakta olup; bu tesislerin 832'si Antalya'da, 671'i İstanbul'da ve 426'sı Muğla'da faaliyettedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Yürütülen bu çalışmada da incelenen iş ilanlarının ağırlıklı olarak bu üç şehirde toplandığı yönündeki bulgu, Türkiye'deki ilgili istatistik bilgilerini destekler niteliktedir. Öte yandan, incelenen iş ilanlarının kapsadığı bu üç şehir arasında Antalya ili öne çıkmıştır. Bunun sebebi olarak, çalışma verilerinin Türkiye'ye yönelik kitle turizmi talebinin arttığı yüksek sezonda toplanmış olması ve Türkiye'deki toplam konaklama yatak kapasitesinin en çok Antalya ilinde bulunması gösterilebilir. Bu yöndeki bir bulgu, Yılmaz'ın (2020) yapmış olduğu çalışmadan elde edilen sonuçla çelişmektedir. Yılmaz'ın (2020) çalışmasında incelenen iş ilanlarının büyük çoğunluğunun İstanbul ilini kapsadığı görülmüştür. Bu iki çalışma arasındaki söz konusu çelişkinin sebebinin, Yılmaz'ın (2020) çalışma verilerinin düşük sezonda toplanmasından kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir. Söz konusu çalışmada otel işletmelerine yönelik iş ilanları Eylül – Ekim 2019 döneminde incelenmiş ve araştırma sonucunda en çok iş ilanına rastlanan şehir İstanbul olarak belirlenmiştir.

Çalışmanın diğer bir önemli bulgusu, incelenen 153 iş ilanından 112'sinde iş tanımı bilgisine yer verilmemiş olmasıdır. Bu bulgu da otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik iş ilanlarının zayıf kaldığı yönlerden biri olarak değerlendirilebilir. Araştırmamızdan elde edilen bu yöndeki bir bulgu, Erdem ve Gezen (2014) ile Yılmaz'ın (2020) çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. İş tanımları işin niteliklerine uygun işgören bulmada örgütler açısından kritik önem taşıyan bir insan kaynakları yönetimi faaliyetidir. İş ilanlarında, ilgili pozisyon hakkında kısaca verilen iş tanımı bilgileri bu pozisyonlara uygun adayların iş başvurusu yapmalarını sağlayabilir. Böylece işletmelerin uygun olmayan adaylarla zaman kaybetmesinin önüne geçilebilir.

Diğer taraftan, incelenen iş ilanlarının büyük çoğunluğunun kıyı otellerine yönelik olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma kapsamındaki iş ilanlarının yaklaşık üçte ikisi Antalya ve Muğla illerini kapsadığından, otel türü açısından kıyı otellerinin öne çıkmış olmasını doğal karşılamak gerekmektedir. En azından bu araştırma kapsamında elde edilen sonuçlardan hareketle, kıyı otellerinin müşteri ilişkileri bölümüne yönelik olarak işgücü ihtiyacının daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Ancak yüksek sezon olarak adlandırılan yaz ayları dışında gerçekleştirilecek sonraki benzer araştırmalarda, şehir otelleri lehine sonuçların ortaya çıkabilme ihtimalinin de olabileceği düşünülmektedir.

Bu araştırma kapsamındaki iş ilanlarında aday işgörenlerde aranan özellikler incelendiğinde, ilanlarda adaylarda aranan birtakım beceri ve yetenekler ile bazı tanımlayıcı bilgilerin çoğunlukla belirtilmediği saptanmıştır. Bunlar arasında; cinsiyet, yaş, bilgisayar bilgisi, takım çalışmasına ve çalışma saatlerine uyum, liderlik vasfı, analitik düşünme yeteneği, planlama ve organizasyon yeteneği, sürücü belgesi, askerlik durumu ve ikamet yeri gösterilebilir. Söz konusu bulguların tamamı Erdem ve Gezen'in (2014) araştırma sonuçlarıyla; bir bölümü ise (sürücü belgesi, takım çalışmasına ve çalışma saatlerine uyum hariç) Çetin ve Şahingöz'ün (2019) çalışmasının bulgularıyla örtüşmektedir. Dolayısıyla, otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümü özelindeki iş ilanlarının da aday işgörenlerde aranan özellikleri içermesi bakımından oldukça zayıf kaldığı tespit edilmiştir. Diğer yandan, aday işgörenlerle ilgili olarak eğitim düzeyi, iş tecrübesi, yabancı dil becerisi, kişisel görünüm ve iletişim yeteneği ifadelerine, incelenen iş ilanlarının birçoğunda rastlanmıştır. Bu bulgu olumlu olarak yorumlanabilir. Otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümü konuklarla sözlü (yüz yüze) ve yazılı olarak yoğun bir iletişim halindedir. Dolayısıyla otellerde bu bölüm özelinde aday işgörenlerde aranan özelliklerden yabancı dil becerisi, kişisel görünüm ve iletişim yeteneği ifadelerine iş ilanlarında yer verilmiş olmasını normal karşılamak gerekmektedir.

Öte yandan, iş ilanlarında aday işgörelere sağlanacak bazı olanakların belirtilmesi de ilanların ilgi çekiciliği ve nitelikli adayları bu ilanlara başvuru yapmaya özendirilmesi bakımından önem taşımaktadır. Ne var ki, yürütülen bu çalışmada incelenen iş ilanlarının tüm kategorilerde (lojman, ücret-prim bilgisi, ulaşım ve yeme içme olanakları, kariyer ve sosyal faaliyet olanakları) çoğunluğunun herhangi bir bilgi içermediği belirlenmiştir. Aynı durum işletme iletişim bilgileri için de geçerlidir. İncelenen iş ilanlarının büyük çoğunluğunun, adayların otele ulaşabileceği iletişim kanalları hakkında yeterli bilgiyi içermediği görülmüştür. Buna göre, otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik iş ilanlarının, aday işgörelere sağlanacak olanaklar ve işletme iletişim bilgilerini içermesi bakımından da zayıf kaldığı söylenebilir.

Bu araştırmanın sonuçlarından hareketle, otel yöneticilerine sunulabilecek öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Araştırma kapsamındaki iş ilanlarının çoğunluğunun bir iş tanımı bilgisi içermediği görülmüştür. Otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik olarak doğru sayıda ve nitelikte işgören adaylarına ulaşabilmek bakımından iş ilanlarında kısaca iş tanımı bilgisine yer verilmesi yararlı olacaktır.
- İncelenen iş ilanlarında tespit edilen diğer bir eksiklik, bu ilanların aday işgörenlerde aranan özellikler açısından yeterli bilgiyi içermemesidir. Yine doğru sayıda ve nitelikteki adayların işletmeye iş başvurusu yapabilmesi ve uygun nitelikleri taşımayan adaylarla gereksiz zaman kaybı yaşanmaması için adaylarda hangi nitelikler arandığının ilanlarda net bir şekilde belirtilmesi faydalı olacaktır.
- İş ilanlarında aday işgörenleri cezbeden konulardan bir diğeri, işletme tarafından onlara sağlanan olanaklardır. Ne var ki bu araştırma kapsamındaki iş ilanlarının büyük çoğunluğunun bu olanaklar hakkında yeterli bilgiyi içermediği görülmüştür. Otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik olarak nitelikli işgören adaylarını işletmeye çekebilmek amacıyla ilanlar yeniden gözden geçirilmeli ve adaylara sağlanan olanakları içermesi bakımından bu ilanlar güçlendirilmelidir.
- Potansiyel işgören adaylarının işletmeye iş başvurusu yapabilmesini kolaylaştıracak konulardan birisi de iş ilanlarında bulunan işletme ile ilgili iletişim bilgileridir. Ancak bu çalışmadaki iş ilanlarının bu konuda da oldukça yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla insan kaynakları yöneticilerine, iş ilanlarını hazırlama sürecinde işletme ile ilgili iletişim bilgilerini yeniden gözden geçirmeleri önerilmektedir.

Sonraki çalışmalarda otel işletmelerinde müşteri ilişkileri bölümüne yönelik iş ilanlarının kapsamı genişletilebilir. İlerideki çalışmalarda turizmin farklı dönemlerindeki iş ilanlarının da araştırma kapsamına dâhil edilmesi, hatta sadece Türkiye ile sınırlı kalmayıp karşılaştırmalar yapabilmek bakımından farklı ülkelerdeki otellerin müşteri ilişkileri bölümüne yönelik iş ilanlarının da incelenmesi yararlı olabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir – BE ; Tasarım – BE, İB, NNÖ ; Denetleme – BE, NNÖ ; Kaynaklar – BE, NNÖ, İB ; Malzemeler – NNÖ, İB, BE ; Veri Toplanması ve/veya İşlenmesi – NNÖ, İB ; Analiz ve/veya Yorum – NNÖ, BE, İB ; Literatür Taraması – NNÖ, İB, BE ; Yazıyı Yazan – BE, İB, NNÖ ; Eleştirel İnceleme – BE, İB, NNÖ

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – BE ; Design – BE, İB, NNÖ ; Supervision – BE, NNÖ ; Resources – BE, NNÖ, İB ; Materials – NNÖ, İB, BE ; Data Collection and/or Processing – NNÖ, İB ; Analysis and/or Interpretation – NNÖ, BE, İB ; Literature Search – NNÖ, İB, BE ; Writing Manuscript – BE, İB, NNÖ ; Critical Review – BE, İB, NNÖ

Declaration of Interests: The authors have no conflicts of interest to declare.

Funding: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Ahmad, S. (2015). Electronic human resource management: An overview. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(01), 79–85.
- Aksatan, M., & Aktaş, G. (2012). Küçük Konaklama İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi : Alaçatı örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 233–247.
- Arcodia, C., & Barker, T. (2002). A review of web-based job advertisements for Australian event management positions. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 1(4), 1–18. [CrossRef]

- Babaç, E. (2014). *Termal Turizm İşletmelerinde İşgörenlerin Müşteri İlişkileri Yönetimi Algılamaları: Afyonkarahisar İli Örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Balta, S., & Çulha, O. (2010). Sektör Beklentileri Ve Öğrenci Niteliklerinin Kıyaslanması: Önbüro Bölümünde Eğitim Alan Meslek Lisesi Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7(3), 6–20.
- Can, M., Solmaz, C., & Üst, Ç. (2016). What are the required criteria to be manager in hospitality sector in Turkey. *International Journal of Tourism and Social Research*, 1, 331–344.
- Cappelli, P. (2001). Making the most of on-line recruiting. *Harvard Business Review*, 79(3), 139–146.
- Çetin, M., & Akar Şahingöz, S. (2019). İnsan Kaynakları Web Sitelerinde Aşçılara yönelik İş İlanları Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(64), 726–734.
- Çevik, H., Şimşek, K. Y., Kayacık, U., & Demirtaş, H. (2020). Rekreasyon Uzmanında Aranılan Özellikler ve İş Olanakları : İş İlanlarına Yönelik İçerik Analizi. *Tourism and Recreation*, 2(2), 59–66.
- Coron, C., & Gibert, P. (2020). *Technological change*. UK: ISTE Ltd & USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Demir, M. (2011). İş Yaşamında Ayırmıcılık : Turizm Sektörü örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 760–784.
- Doğan, S., & Tuncer, M. (2018). Otel Personeli İş İlanlarında Aranılan Nitelik ve Becerilere Yönelik Bir Araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(4), 1231–1251.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115. [CrossRef]
- Erdem, B., & Gezen, T. (2014). Turizm İşletmelerine Yönelik İş İlanlarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 19–42.
- Erdem, B., Vural, M., & Öztürk, M. (2017). Content analysis of the job advertisements posted on the internet for the hotel enterprises of Kyrgyzstan. In R. Efe, R. Penkova, J. A. Wendt, K. T. Saparov & J. G. Berdenov (Eds.), *Development of social sciences* (pp. 461–479). St. Kliment Ohridski University Press.
- Ertaş, Ç. (2018). Turizm Sektöründeki Nitelikli Çalışan Eksikliğinde Turizm İşletmelerinin Payı : İş İlanları Üzerinden Bir İnceleme. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30, 1143–1172.
- Giritlioğlu, İ., Karakan, H. İ., & Öksüz, E. N. (2015). Antalya Bölgesindeki Otel İşletmelerinin İş İlanlarının İçerik Analizine Yönelik Bir Çalışma. In A. Kelkit & Ş. O. Mercan (Eds.), 16. Ulusal turizm kongresi Bildiriler kitabı, 12–15 Kasım, Çanakkale (ss. 95–106). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güçlütürk Baran, G., & Noyan, E. (2020). Turizm İşletmeciliği Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisinde Tercih Etmek İstedikleri Meslekler İle İş İlanlarının Karşılaştırılması. *Journal of Travel and Tourism Research*, 16, 85–110.
- Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Sendra-García, J. (2021). Customer relationship management and its impact on innovation: A literature review. *Journal of Business Research*, 129(2) 83–87. [CrossRef]
- Güler, A., Halicioğlu, M. B., & Taşkın, S. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hall, O. P. (2001). Mining the store. *Journal of Business Strategy*, April(2), 24–27. [CrossRef]
- Kandampully, J., Zhang, T. C., & Bilgihan, A. (2015). Customer loyalty: A review and future directions with a special focus on the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 379–414. [CrossRef]
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis an introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Oğuzbalaban, G. (2019). Konaklama İşletmelerine Yönelik İş İlanlarının İçerik Analizi : Turizm Gazetesi Örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(21), 461–473.
- Özdemir, S. S., Polat, E., & Met, Ö. L. (2015). Bodrum'da Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerince Verilen İş İlanlarındaki İşgören Niteliklerinin Analizi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 16(34), 121–138.
- Öztürk, Y., & Pekduyurucu, B. (2009). Müşteri İlişkileri Yönetiminde Önbüro departmanı. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 15, 33–44.
- Pan, Y., Sheng, S., & Xie, F. T. (2012). Antecedents of customer loyalty: An empirical synthesis and reexamination. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 150–158. [CrossRef]
- Piccoli, G., O'Connor, P., Capaccioli, C., & Alvarez, R. (2003). Customer relationship management—A driver for change in the structure of the US lodging industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(4), 61–73. [CrossRef]
- Rahimi, R., & Kozak, M. (2017). Impact of customer relationship management on customer satisfaction: The case of a budget hotel chain. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34(1), 40–51. [CrossRef]
- Soyaslan, M. (2006). *Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Türkiye'deki Oteller Üzerine Bir Araştırma* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Stone, D. L., Lukaszewski, K. M., & Isenhour, L. C. (2005). e-Recruiting: Online strategies for attracting talent. In H. G. Guental & D. L. Stone (Eds.), *The brave New World of eHR: Human resources management in the digital age* (pp. 22–54). Jossey-Bass.
- Stone, D. L., Stone-Romero, E. F., & Lukaszewski, K. (2003). The functional and dysfunctional consequences of human resource information technology for organizations and their employees. In D. L. Stone (Ed.), *Advances in human performance and cognitive engineering research* (pp. 37–68). JAI Press. [CrossRef]
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). *Turizm Yatırım ve İşletme (Bakanlık) Belgeli Tesis İstatistikleri*. Retrieved from <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istati.html>
- Tamošiūnaitė, R. (2019). Comparative analysis of recruitment communication of hotels via online job advertisements in individualistic and collectivistic cultures. In R. Kinderis (Ed.), *Development and transformation processes in the tourism industry under the conditions of globalization* (pp. 96–105). Klaipėda State University of Applied Sciences.
- Ünal, A. (2019). Otel işletmelerinde konuk iletişimi ve müşteri ilişkileri yönetimi. In M. Bozkurt (Ed.), *Temel Kavramları ve Örneklerle Modern Otel İşletmeciliği* (ss. 249–273). Paradigma Akademi.
- Wilson, H., Daniel, E., & McDonald, M. (2002). Factors for success in customer relationship management (MİY) systems. *Journal of Marketing Management*, 18(1–2), 193–219. [CrossRef]
- Wu, S. I., & Li, P. C. (2011). The relationships between MİY, RQ, and CLV based on different hotel preferences. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 262–271. [CrossRef]
- Xu, M., & Walton, J. (2005). Gaining customer knowledge through analytical CRM. *Industrial Management and Data Systems*, 105(7), 955–971. [CrossRef]
- Yılmaz, Ö. D. (2020). Konaklama İşletmelerinde Odalar Bölümü İş İlanlarının İçerik Analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 480–495. [CrossRef]

Enflasyon Hedeflemesini Benimseyen Ülkelerde Fisher Etkisi: Bir Fourier Eşbütünleşme Analizi

The Fisher Effect in Inflation Targeting Countries: A Fourier Cointegration Analysis

Mehmet DİNÇ^{ID}

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi,
Ekonomi, Ağrı, Türkiye



ÖZ

Bu çalışmanın amacı enflasyon hedeflemesini benimseyen gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde Fisher etkisinin geçerliliğini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada Fourier eşbütünleşme analizi kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre enflasyon hedeflemesini benimseyen gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hem kısa hem de uzun dönem faiz oranı ile enflasyon oranı arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunmamaktadır. Diğer bir ifadeyle çalışmada yer alan ülkelerde Fisher etkisi geçerli değildir. Faiz oranı ile enflasyon oranının uzun dönemde birlikte hareket etmemesi belirsizliğin artmasına ve öngörülebilirlikle birlikte ekonomiye olan güvenin azalmasına neden olmaktadır. Bu durum ise yatırım ve tasarruf kararlarını önemli oranda etkilemektedir. Dolayısıyla bu ülkelerdeki merkez bankalarının hem öngörülebilirliği hem de ekonomiye olan güveni artırıcı şekilde para politikası izlemesi gerekmektedir.

Jel Kodu: C22, E31, E43,

Anahtar Kelime: Fisher Hipotez, Enflasyon Hedeflemesi, Fourier Eşbütünleşme Analizi

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the validity of the Fisher effect in developed and developing countries that adopt inflation targeting. For this purpose, Fourier cointegration analysis is used in the study. According to the results of the analysis, there is no cointegration relationship between both short-term and long-term interest and inflation rates in developed and developing countries that adopt inflation targeting. In other words, the Fisher effect is not valid in the countries included in the study. The fact that the interest rate and the inflation rate do not move together, in the long run, causes an increase in uncertainty and a decrease in confidence in the economy with predictability. Therefore, central banks in these countries should follow monetary policy in a way that increases both predictability and confidence in the economy.

Jel Code: C22, E31, E43

Keyword: Fisher hypothesis, Fourier co-integration analysis, inflation targeting

Received/Geliş Tarihi: February 9, 2022
Accepted/Kabul Tarihi: October 10, 2022

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:
Mehmet Dinç
e-mail: mdinc@agri.edu.tr

Cite this article as: Dinç, M. (2023). The fisher effect in inflation targeting countries: a fourier cointegration analysis. *Current Perspectives in Social Sciences*, 27(1), 34-42.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Enflasyon hedeflemesi diğer para politikası stratejilerinin aksine ara hedef göstermeden doğrudan enflasyonun kendisini hedeflemektedir (Kara & Orak, 2008). Enflasyon hedeflemesinde merkez bankası hedeflenen enflasyon oranını ilan etmekte ve bu hedeflenen enflasyon oranına ulaşmak için bir takım politika ve stratejiler geliştirmektedir. Enflasyon hedeflemesinin temel özelliklerini merkez bankasının hesap verebilir olması, para politikası uygulamaları ve stratejilerinde yüksek oranda şeffaf olması, geleceğe yönelik enflasyon baskılarına dayanan politika eylemlerinin olması şeklinde sıralayabiliriz (Roger, 2006). Para politikası stratejisi olarak enflasyon hedeflemesini benimseyen ilk ülke olan Yeni Zelanda'nın hem enflasyonda hem de reel ekonomide istikrarı sağlaması birçok ülkenin enflasyon hedeflemesini benimsemesine yol açmıştır (Svensson, 2010). 1990--2018 döneminde dünyada yaklaşık olarak 38 ülke enflasyon hedeflemesini benimsemiştir. Özellikle son 20 yılda enflasyon hedeflemesini

benimseyen ülke sayısındaki artış hızı daha yüksek olmuştur¹ Jahan (2018). Enflasyon hedeflemesini benimseyen ülkelerin çoğunluğunun gelişmekte olan ülkeler olması bu ülkelerin makroekonomik göstergelerinde herhangi bir iyileşme olup olmayacağına dair tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Ampirik bulgulara göre, enflasyon hedeflemesi ile genel ekonomik performans iyileşmesi arasında ilişki bulunmaktadır. Bu ekonomik iyileşmenin göstergesi olarak enflasyon hedeflemesinden sonraki enflasyon oranı düzeyi, enflasyondaki oynaklık ve faiz oranındaki azalma, çıktı oynaklığındaki iyileşme, döviz kuru geçişkenlikteki azalma gösterilebilir (Mishkin & Schmidt-Hebbel, 2007).

Enflasyon hedeflemesi, fiyat istikrarı sağlanmasında özellikle gelişmekte olan ülkelerde büyük önem arz etmektedir. Merkez bankasının hedeflenen enflasyon oranına ulaşmak için başvuracağı politika ve stratejileri açıklaması ve böylece şeffaflık ve öngörülebilirlik sağlaması enflasyon beklentisine olan güveni artıracaktır. Enflasyon hedeflemesini benimseyen ülkelerde, faiz oranları ile enflasyon oranı arasındaki ilişkiye yönelik Irving Fisher'ın 1930 yılında ABD ve İngiltere için yapmış olduğu ilk çalışma, enflasyon oranındaki değişimin, nominal faiz oranında da birebir değişmeye neden olacağını ve uzun dönemde de reel faiz oranında herhangi bir değişmeye neden olamayacağını diğer bir deyişle reel faiz oranında istikrar sağlanacağını ifade etmektedir. Dolayısıyla Fisher etkisinin sağlanması durumu enflasyon hedeflemesinin başarıya ulaşmasında önemli rol üstlenecektir (Nazlıoğlu ve ark., 2021; Ongan & Gocer, 2020). Reel faiz oranı, tasarruf ve yatırım kararlarındaki etkisi ve dolayısıyla da ekonomik büyümeye olan etkisinden dolayı politika değişkeni olarak görülebilir (Tsong & Hachicha, 2014). Fisher etkisi, özellikle faiz oranlarının yatırım ve tasarruf yoluyla mevcut ekonomik durumun geleceğe taşınmasından dolayı finansal piyasaların verimliliği ve faiz oranları davranışları için önemli politik etkilere sahiptir (Hatemi-J, 2011). Bu nedenle çeşitli ülke/ülke grubunda Fisher etkisinin geçerliliğine yönelik birçok çalışma bulunmaktadır.

Bu çalışmanın amacı enflasyon hedeflemesini benimseyen ülkelerde Fisher etkisinin geçerliliğini test etmektir. Çalışmada verilerine ulaşılabilen 14 ülke yer almaktadır. Ancak çalışmanın ilerleyen aşamalarında Fourier eşbütünlük testi varsayımını karşılayabilen 11 ülke ile devam edilmiştir. Çalışmada enflasyon hedeflemesini benimseyen geniş bir ülke grubunun yer alması ve bu ülkelerdeki Fisher etkisinin geçerliliğinin Tsong ve ark. (2016) tarafından geliştirilen Fourier eşbütünlük testi yardımıyla incelenmesi literatüre önemli bir katkı olarak düşünülmektedir. Elde edilen bulgulara göre, çalışmada yer alan enflasyon hedeflemesini benimseyen gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin tamamı için hem kısa hem de uzun dönemde Fisher etkisinin geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın bundan sonraki aşamaları 1) daha önce yapılmış olan ampirik çalışmaların yer aldığı literatür taraması, 2) çalışmada kullanılan veri seti ve yöntemin tanıtıldığı veri seti ve yöntem, 3) analiz sonucunda elde edilen sonuçların raporlandığı bulgular, 4) bulguların genel değerlendirilmesinin yer aldığı sonuç bölümünden oluşmaktadır.

Literatür Taraması

Fisher hipotezinin geçerliliğine yönelik yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazıları Tablo 1'de özet halinde verilmiştir. Çalışmalarda aynı ülke veya ülke grupları için ortak bir sonuç bulunmamaktadır. Bunun nedeni olarak çalışmada kullanılan veri setinin veya yöntemin farklı olmasını gösterebiliriz. Örneğin, Lazâr, (2013) çalışmasında 2001M1-2012M9 döneminde Fisher etkisinin sadece Polonya için geçerli olduğunu, Çek Cumhuriyeti, Macaristan ve Romanya için geçerli olmadığı sonucuna ulaşırken, Ucak ve ark. (2014) çalışmasında ise 1931M1-2011M6 döneminde Çek Cumhuriyeti, Polonya, Macaristan ve Slovakya için, Škrabić Perić ve ark. (2013) Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Litvanya, Letonya, Polonya ve Romanya için Fisher etkisinin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer örnek ise, Köksel & Destek (2015) çalışmasında kullanmış olduğu eşbütünlük testine göre 2002M1-2014M12 döneminde Türkiye'de Fisher etkisi geçerliymiş, Songur (2019) çalışmasında kullanmış olduğu Fourier eşbütünlük testine göre ise Türkiye'de 2002M1-2018M1 döneminde Fisher etkisi geçerli değildir.

Literatürde yer alan çalışmalardan bazılarında farklı ülke/ülke gruplarında (Ahmad, 2010a; Ángel & Robledo, 2011; Atkins & Coe, 2002; Berument & Froyen, 2021; Berument & Jelassi, 2002; Berument ve ark., 2007; Granville & Mallick, 2004; Hatemi-J, 2011; Maghyreh & Al-Zoubi 2008; Payne & Ewing, 1997; Toyoshima & Hamori, 2011; Westerlund, 2008) Fisher etkisinin geçerli olduğu sonucuna ulaşırken, bazı çalışmalarda ise (Ghazali & Ramlee, 2003; Uğur, 2019; Yaya, 2015) Fisher etkisinin geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan Fisher etkisinin etki boyutunu belirlemeye yönelik çalışmaların (Ahmad, 2010b; Köse ve ark., 2012; Telek, 2020) yanı sıra bazı çalışmalarda (Mishkin & Simon, 1995; Ongan & Gocer, 2020; Phiri & Lusanga, 2011; Yuhn, 1996) ise Fisher etkisinin dönemlere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Ayrıca, Cai (2018), Tsong & Hachicha (2014), Tsong & Lee (2013) ve Nazlıoğlu ve ark. (2021) çalışmalarında kullanmış oldukları yeni bir yöntem olan kantil eşbütünlük testi yaklaşımıyla incelemiş oldukları ülkelerin farklı kantil değerlerine göre Fisher etkisinin geçerliliğinin değiştiğini gözlemlemişlerdir.

Fisher etkisinin Türkiye'de geçerliliğinin sınındığı çalışmalardan, İncekara ve ark. (2012) 1989Q1-2011Q4 döneminde, Güriş ve ark. (2016) 2003M1-2012M12 döneminde, Gul & Acikalin (2008) 1990M1-2003M12 döneminde, Bayat ve ark. (2018) 2000M1-2016M6 döneminde, Doğan ve ark. (2020) 2002M1-2018M2 döneminde, Gürsoy & Akçay (2021) 2005M1-2020M10 döneminde, Gürel (2021) 2006M1-2019M3 döneminde Türkiye'de Fisher etkisinin geçerli olduğu sonucu elde edilmiştir. Öte yandan, Yılanıcı (2009) 1989M1-2008M1 döneminde, Bayat (2015) 2002M1-2011M5 döneminde, Songur (2019) 2002M1-2018M1 dönemlerinde Türkiye'de Fisher etkisinin geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Veri Seti ve Yöntem

Çalışmada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde² Fisher etkisinin varlığı yaygın olarak kullanılan ve aşağıda yer alan Fisher denklemi ile test edilmiştir:

1 <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/basics/72-inflation-targeting.htm> (Erişim tarihi: 20.10.2021)

2 Ülke sınıflandırması kriteri olarak Dünya Bankası'nın 2022-2023 ülke sınıflandırma derecesine göre üst gelire sahip ülke gelişmiş ülke, üst orta gelire sahip olan ülke ise gelişmekte olan ülke olarak ele alınmıştır. (<https://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/the-world-by-income-and-region.html>, <https://blogs.worldbank.org/opendata/new-world-bank-country-classifications-income-level-2022-2023>)

Tablo 1.
Literatür Taraması Özeti

Yazarlar	Ülke/Ülke Grubu	Veri Seti	Yöntem	Bulgular
Ahmad (2010a)	Çin, Hong Kong, Endonezya, Kore, Malezya, Filipinler, Singapur ve Tayland	1981M1-2007M12 (çeşitli)	STAR	(+)
Ahmad (2010b)	Hindistan, Bangladeş, Pakistan, Sri Lanka, Kuveyt, Suudi Arabistan	1970M2-2007M12 (çeşitli)	ARDL	Hindistan, Pakistan, Kuveyt ve Suudi Arabistan (Z).
Angel ve Robledo (2011)	Kolombiya	1990M1-2010M12	Eşbütünlüşme	(+)
Atkins ve Coe (2002)	ABD ve Kanada	1953M1-1999M12 (çeşitli)	ARDL	ABD (+)
Bayat (2015)	Türkiye	2002M1-2011M5	Doğrusal Olmayan Eşbütünlüşme	(-)
Bayat ve ark. (2018)	Brezilya, Hindistan, Endonezya, Güney Afrika ve Türkiye	2000M1-2016M6	Panel Eşbütünlüşme	Brezilya ve Endonezya (+)
Berument ve Froyen (2021)	İngiltere	1844M1-2018M12	Eşbütünlüşme	1951M1-1992M9 (+)
Berument ve Jelassi	26 Ülke	1957M4-1998M5 (çeşitli)	Hata Düzeltme Modeli	16 Ülke (+)
Berument ve ark. (2007)	G7 ve 45 gelişmekte olan ülke	1957M1-2004M8 (çeşitli)	GARCH	G7 ve 23 Ülke (+)
Cai (2018)	ABD	1960M1-2017M2	Kantil Eşbütünlüşme	Yüksek Kantillerde (+)
Doğan ve ark. (2020)	Türkiye	2002M1-2018M2	Doğrusal Olmayan Nedensellik	(+)
Ghazali ve Ramlee (2003)	G7	1974M1-1996M6	ARFIMA	(-)
Granville ve Mallick (2004)	İngiltere	1900-2000	Eşbütünlüşme	(+)
Gül ve Açıklık (2008)	Türkiye	1990M1-2003M12	Eşbütünlüşme	(+)
Gürel (2021)	Türkiye	2006M1-2019M3	ARDL ve NARDL	Uzun Dönemde (+)
Gürüş ve ark. (2016)	Türkiye	2003:M1-2012M12	ADL Eşik Değer Eşbütünlüşme	(+)
Gürsoy ve Akçay (2021)	Türkiye	2005M1-2020M10	Asimetrik Nedensellik	(+)
Hatemi-j (2011)	ABD, İngiltere	1975Q1-2006Q4	Bootstrap Yöntemi	(+)
İncekara ve ark. (2012)	Türkiye	1989Q1-2011Q4	Eşbütünlüşme	(+)
Köksel ve Destek (2015)	Türkiye	2002M1-2014M12	Eşbütünlüşme	(+)
Köse ve ark. (2012)	Türkiye	2002M1-2009M3	Eşbütünlüşme	(Z)
Lazar (2013)	Çek Cumhuriyeti, Polonya, Macaristan ve Romanya	2000M1-2012M9	Eşbütünlüşme	Polonya (+)
Maghyereh ve Al-Zoubi (2006)	Arjantin, Brezilya, Malezya, Meksika, Güney Kore ve Türkiye	1976M1-2003M12 (çeşitli)	Doğrusal Olmayan Ortak Trend Testi	(+)
Mishkin ve Simon (1995)	Avustralya	1963Q3-1993Q4	Eşbütünlüşme	Uzun Dönemde (+)
Nazhoğlu ve ark. (2021)	14 IT Ülkesi	1997M12-2020M06 (çeşitli)	Kantil Eşbütünlüşme	9 ülkenin farklı kantillerinde (+)
Ongan ve Göçer (2020)	ABD	1985M1-2017M10	NARDL	Uzun Dönemde (Z)
Payne ve Ewing (1997)	9 az gelişmiş ülke	1973Q1-1966Q1 (çeşitli)	Eşbütünlüşme	Malezya, Pakistan ve Sri Lanka (+)
Phiri ve Lusanga (2011)	Güney Afrika	1980M1-2011M4	TAR, TVEC	Uzun Dönemde (+)
Skrabic Peric ve ark. (2013)	Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Litvanya, Letonya, Polonya, Romanya	2001Q1-2012Q2	PMG Yöntemi	(+)
Songur (2019)	Türkiye	2002M1-2018M1	Fourier Eşbütünlüşme	(-)
Telek (2020)	D8 ülkeleri	2003Q1-2019Q4	Panel Eşbütünlüşme	İran (Z), Endonezya, Mısır, Bangladeş, Pakistan ve Türkiye (+)
Toyoshima ve Hamori (2011)	ABD, UK, Japonya	1990M1-2010M10	Panel Eşbütünlüşme	(+)
Tsong ve Hachicha (2014)	Endonezya Malezya Rusya Güney Afrika	1995M1-2011M6	Kantil Eşbütünlüşme	Yüksek Kantillerde (+)
Tsong ve Lee (2013)	Avustralya, Belçika, Kanada, İsveç, İngiltere ve ABD	1975Q1-2010Q2	Kantil Eşbütünlüşme	Yüksek Kantillerde (+)
Uçak ve ark. (2014)	Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya ve Slovakya	1931M1-2011M6 (çeşitli)	Bootstrap Yöntemi	(+)
Uğur (2019)	G7	2002M1-2017M12	Panel Eşbütünlüşme	(-)
Westerlund (2008)	20 OECD	1980-2004	Panel Eşbütünlüşme	(+)
Yaya (2015)	10 Afrika ülkesi	1970-2013 (çeşitli)	Eşbütünlüşme	Kenya (+), Gabon ve Fildişi Sahilleri (Z)
Yılanca (2009)	Türkiye	1989Q1-2008Q1	Doğrusal Olmayan Eşbütünlüşme	(-)
Yuhn (1996)	ABD, İngiltere, Japonya, Almanya, Kanada	1973Q2-1993Q2	Eşbütünlüşme	Uzun dönemde ABD, Almanya, Japonya (+), kısa dönemde Almanya (+)

Not: (+) Fisher etkisinin geçerli olduğunu, (Z) Fisher etkisinin zayıf formda geçerli olduğunu (-) Fisher etkisinin geçerli olmadığını göstermektedir. STAR: yumuşak geçişli otoregresif, ARDL: gecikmesi dağıtılmış otoregresif, NARDL: doğrusal olmayan gecikmesi dağıtılmış otoregresif, ARFIMA: Otoregresif kesirli bütünlüşme hareketli ortalama, ADL: gecikmesi dağıtılmış, TAR: eşik otoregresif, TVEC: eşik vektör hata düzeltme, PMG: havuzlanmış ortalama grup.

$$i_{r,t} = i_{n,t} - \pi_t^e$$

Burada $i_{r,t}$, $i_{n,t}$ ve π_t^e sırasıyla t dönemdeki reel faiz oranını, nominal faiz oranını ve beklenen enflasyon oranını göstermektedir. Beklenen enflasyon doğrudan gözlenemediğinden dolayı beklenen enflasyon $\pi_t^e = \pi_t + \varepsilon_t$ şeklinde tanımlanabilir. Buradan hareketle reel faiz oranını yeniden tanımlarsak:

$$i_{r,t} = i_{n,t} - \pi_t - \varepsilon_t$$

Tablo 2.
Tanımlayıcı İstatistikler

Ülkeler	Geçiş Tarihi	Uzun Dönem Faiz Oranı				Kısa Dönem Faiz Oranı				Enflasyon Oranı			
		Ortalama	Standart Sapma	Basıklık	Çarpıklık	Ortalama	Standart Sapma	Basıklık	Çarpıklık	Ortalama	Standart Sapma	Basıklık	Çarpıklık
Panel A: Gelişmiş Ülkeler													
Çekya	1997:M12	3,176	1,800	-0,809	0,183	2,725	3,154	7,931	2,638	2,696	2,384	6,415	2,173
Güney Kore	1998:M4	3,975	1,693	-0,987	0,156	3,693	2,532	12,275	2,608	2,414	1,539	1,840	1,026
Japonya	2012:M02	0,235	0,323	-0,810	0,682	0,108	0,117	-0,848	0,286	0,539	1,019	1,730	1,291
İngiltere	1992:M10	4,104	2,317	-0,833	0,211	3,394	2,615	-1,663	0,024	2,053	0,822	0,353	0,273
İsrail	1997:M06	4,533	2,370	0,055	0,374	3,780	3,971	0,022	1,021	1,925	2,435	0,419	0,864
İsveç	1995:M01	3,411	2,530	0,372	0,679	2,102	2,314	0,638	0,859	1,189	1,148	-0,224	0,195
İzlanda	2001:M03	6,689	2,234	0,313	0,339	7,348	3,939	0,184	0,931	4,577	3,337	4,088	1,926
Kanada	1991:M02	4,310	2,395	-0,760	0,430	3,127	2,250	-0,158	0,716	1,904	1,111	3,201	1,104
Macaristan	2001:M06	5,754	2,300	-1,148	-0,188	4,864	3,837	-1,399	0,136	3,889	2,374	-0,375	-0,001
Norveç	2001:M03	3,178	1,619	-0,845	0,387	2,699	1,982	0,149	1,131	2,043	1,105	0,981	0,043
Polonya	1998:M01	4,828	2,153	1,017	0,716	5,986	5,612	1,460	1,543	3,242	3,112	1,896	1,331
Panel B: Gelişmekte Olan Ülkeler													
Kolombiya	1999:M10	8,891	2,694	0,329	1,138	6,507	2,962	1,276	1,054	4,869	2,142	-0,755	0,458
Güney Afrika	2000:M02	9,205	1,463	2,628	1,548	7,394	2,146	-0,264	0,529	5,187	2,652	1,588	0,172
Türkiye	2006:M01	12,558	3,919	-0,897	0,536	10,180	5,615	-0,771	0,606	10,199	3,964	2,174	1,481

Denklem, rasyonel beklentiler varsayımı altında, durağan olmayan nominal faiz oranı ile enflasyon oranı arasında eşbütünlük olması durumundaki Fisher denkleminin geçerliliğini göstermektedir (Tsong & Lee, 2013). Çalışmada yer alan ülkelere ait kısa ve uzun dönem faiz oranı³ ile enflasyon oranı verileri OECD, IMF ve EUROSTAT tarafından oluşturulan veri tabanlarından elde edilmiştir. Uzun dönem faiz oranı olarak 10 yıllık devlet tahvil faiz oranı, kısa dönem faiz oranı olarak ise, 3 aylık para piyasası faiz oranı alınmıştır. Ayrıca analizde enflasyon hedeflemesini benimseyen ülkelerde enflasyon hedeflemesine geçiş tarihleri farklılık göstermektedir.⁴<https://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/raising-the-inflation-target-lessons-from-japan-20200108.htm> Bu nedenle ülkelere ait kullanılacak olan veri seti değişiklik göstermektedir. Ülkelerin enflasyon hedeflemesine geçiş tarihleri ile tanımlayıcı istatistikleri Tablo 2'de yer almaktadır. Tablo 2'e göre, gelişmiş ülkelerden hem kısa dönemde hem de uzun dönemde en yüksek faiz oranına sahip olan ülkenin İzlanda olduğu görülmektedir. Bu ülkeyi kısa dönem faiz oranında sırasıyla Polonya ve Macaristan takip ederken, uzun dönem faiz oranında ise sırasıyla Macaristan ve Polonya takip etmektedir. Enflasyon oranına baktığımızda ise, yine İzlanda'nın gelişmiş ülkeler arasında en yüksek enflasyon ortalamasına sahip olduğu görülmektedir. Gelişmekte olan ülke grubunda ise Türkiye'nin gerek kısa dönem gerek uzun dönem faiz oranında ve gerekse enflasyon oranında en yüksek ortalamaya sahip ülke konumunda yer aldığı görülmektedir. Türkiye'yi bu üç göstergede sırasıyla Güney Afrika ve Kolombiya izlemektedir.

Enflasyon hedeflemesini benimseyen ülkelerde Fisher etkisinin incelendiği çalışmanın analiz kısmında değişkenlerin durağanlık düzeylerinin belirlenmesi açısından geleneksel birim kök testlerinden Dickey & Fuller (1979, 1981)'un önerdiği ADF ve Kwiatkowski ve ark. (1992)'nin KPSS birim kök testleri kullanılmıştır. Değişkenlerin durağanlık düzeyi belirlendikten sonra Tsong ve ark. (2016) tarafından önerilen Fourier eşbütünlük testi kullanılmıştır. Tsong ve ark. (2016) çalışmasında önerilen eşbütünlük regresyon modeli aşağıdaki gibidir:

$$y_t = d_t + x_t' \beta + \eta_t \quad (1)$$

Burada $\eta_t = \gamma_t + v_{1t}$, $\gamma_t = \gamma_{t-1} + \varepsilon_t$, $\gamma_0 = 0$ ve $x_t = x_{t-1} + v_{2t}$, $\varepsilon_t \sim iid(0, \sigma_\varepsilon^2)$. Ayrıca γ_t sıfır ortalamalı rassal yürüyüşü ve d_t ise deterministik bileşeni göstermektedir. Deterministik bileşen aşağıdaki gibi varsayılmaktadır:

$$d_t = \sum_{i=0}^m \delta_i t^i + f_t \quad (2)$$

$$f_t = \alpha_k \sin\left(\frac{2k\pi t}{T}\right) + \beta_k \cos\left(\frac{2k\pi t}{T}\right) \quad (3)$$

Burada $m = 0, 1$ sırasıyla, sabitli, sabitli ve trendli modeli ve v_{1t} skalar ve ρ vektörlü v_{2t} durağan olmasından dolayı y_t ve x_t değişkenlerinin hepsi I(1) sürecini göstermektedir. Eğer $\sigma_\varepsilon^2 = 0$ ise, $\eta_t = v_{1t}$ durağandır ve y_t ile x_t arasında eşbütünlük ilişkisi bulunmaktadır. Fourier eşbütünlük testi $H_0: \sigma_\varepsilon^2 = 0$ boş hipotezini test etmektedir.

3 Türkiye'nin kısa dönem faiz oranı olarak, para politikası faiz oranı IFS veri tabanından, uzun dönem 10 yıllık devlet tahvil faiz oranı ise EUROSTAT veri tabanından elde edilmiştir.

4 Ülkelerin geçiş tarihleri ile ilgili olarak lütfen bakınız. Hammond (2012) <https://www.bankofengland.co.uk/-/media/boe/files/ccbs/resources/state-of-the-art-inflation-targeting-ve-nakata> (2020)

Tablo 3.
Geleneksel Birim Kök Test Sonuçları

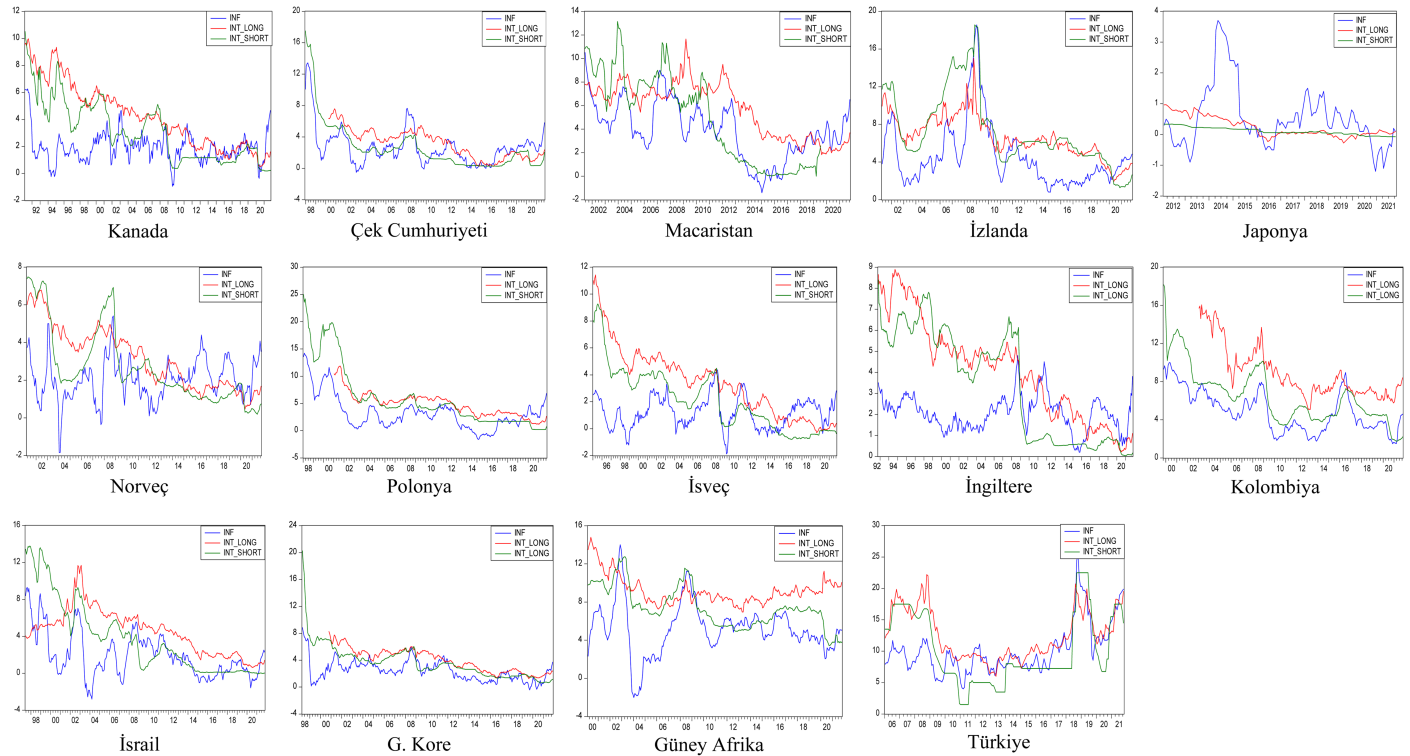
Ülke	Düzeyde				Birinci Farkında				
	Sabitli		Sabitli ve Trendli		Sabitli		Sabitli ve Trendli		
	ADF	KPSS	ADF	KPSS	ADF	KPSS	ADF	KPSS	
Panel A: Gelişmiş Ülkeler									
Çek Cum,	i_L	-1,907	1,711*	-1,719	0,129	-11,210*	0,141	-11,281*	0,064
	i_S	-5,269*	1,227*	-4,345*	0,265*	-8,230*	0,678**	-8,846*	0,168**
	π	-2,813	0,465	-2,332	0,146	-8,329*	0,176	-8,541*	0,034
G, Kore	i_L	-2,388	1,863*	-3,542**	0,119	-12,505*	0,176	-12,529*	0,066
	i_S	-5,217*	1,737*	-9,482*	0,167**	-6,492*	0,409	-6,512*	0,148**
	π	-2,438	1,019*	-3,354	0,083	-6,112*	0,219	-6,088*	0,069
Japonya	i_L	-2,229	1,021*	-1,759	0,263*	-8,781*	0,284	-8,990*	0,035
	i_S	-1,132	1,208*	-2,267	0,154**	-10,160*	0,070	-10,148*	0,039
	π	-2,274	0,206	-2,411	0,084	-8,769*	0,066	-8,733*	0,055
İngiltere	i_L	-1,339	2,126*	-3,829**	0,109	-8,852*	0,055	-8,852*	0,026
	i_S	-1,014	1,977*	-2,413	0,120	-11,917*	0,053	-11,886*	0,039
	π	-2,807	0,174	-2,647	0,126	-15,719*	0,113	-15,759*	0,044
İsrail	i_L	-0,911	1,480*	-2,941	0,279*	-11,974*	0,178	-12,036*	0,069
	i_S	-2,701	1,776*	-2,728	0,347*	-8,867*	0,347	-9,061*	0,022
	π	-2,727	0,759*	-3,132	0,092	-6,024*	0,083	-6,020*	0,030
İsveç	i_L	-2,884**	1,952*	-3,944**	0,124	-13,527*	0,350	-13,665*	0,114
	i_S	-3,368**	1,782*	-4,684*	0,095	-7,238*	0,112	-7,363*	0,035
	π	-2,997**	0,056	-3,029	0,057	-7,585*	0,059	-7,592*	0,031
İzlanda	i_L	-2,010	1,431*	-3,612**	0,153**	-14,326*	0,031	-14,303*	0,031
	i_S	-2,159	0,953*	-2,612	0,140	-4,423*	0,063	-4,408*	0,062
	π	-1,900	0,483**	-1,995	0,166**	-5,604*	0,049	-5,591*	0,048
Kanada	i_L	-1,995	2,307*	-3,963**	0,210**	-14,461*	0,114	-14,492*	0,022
	i_S	-2,522	1,980*	-4,322*	0,129	-10,707*	0,156	-10,736*	0,055
	π	-3,960*	0,153	-3,842*	0,059	-9,425*	0,167	-9,482*	0,043
Macaristan	i_L	-1,221	1,488*	-2,116	0,345*	-12,331*	0,065	-12,303*	0,064
	i_S	-1,602	1,723*	-2,179	0,154**	-13,268*	0,070	-13,271*	0,045
	π	-2,695	0,950*	-2,365	0,163**	-11,251*	0,229	-11,340*	0,059
Norveç	i_L	-1,810	1,819*	-2,944	0,111	-11,581*	0,088	-11,599*	0,037
	i_S	-2,600	1,277*	-3,794**	0,075	-5,693*	0,095	-5,736*	0,049
	π	-3,3759*	0,171	-4,007*	0,046	-6,064*	0,062	-6,047*	0,027
Polonya	i_L	-2,432	1,655*	-3,142	0,098	-9,726*	0,147	-9,782*	0,062
	i_S	-3,466*	1,517*	-3,648**	0,306*	-6,810*	0,309	-7,041*	0,065
	π	-3,565*	0,805*	-2,665	0,221*	-10,787*	0,385	-11,136*	0,054
Panel B: Gelişmekte Olan Ülkeler									
Kolombiya	i_L	-2,277	1,453*	-2,161	0,281*	-11,555*	0,245	-11,638*	0,033
	i_S	-2,517	1,452*	-3,147	0,196**	-9,724*	0,236	-9,722*	0,094
	π	-2,846	1,048*	-2,925	0,194**	-9,677*	0,094	-9,720*	0,030
Güney Afrika	i_L	-3,567*	0,653**	-3,003	0,396*	-12,635*	0,277	-12,869*	0,027
	i_S	-5,217*	1,737*	-9,482*	0,167**	-6,492*	0,409	-6,512*	0,148**
	π	-2,438	1,019*	-3,354	0,083	-6,112*	0,219	-6,088*	0,069
Türkiye	i_L	-1,233	0,367	-1,134	0,361*	-10,806*	0,146	-10,840*	0,067
	i_S	-2,915**	0,317	-2,906	0,316*	-4,627*	0,081	-4,611*	0,037
	π	-0,596	0,885*	-1,848	0,241*	-7,005*	0,083	-6,231*	0,034

Not: * ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeyinde boş hipotezin reddedildiğini göstermektedir. Koyu yazı karakteri KPSS test istatistiğinin boş hipotezinin kabulünü göstermektedir.

Tablo 4.
FOURIER Eşbütünleşme Sonuçları

Ülke	Örneklem Büyüklüğü	$I_L \sim \pi$				$I_S \sim \pi$				
		CI^m	CI_f^m	Frekans	F Testi	Örneklem Büyüklüğü	CI^m	CI_f^m	Frekans	F Testi
Panel A: Gelişmiş Ülkeler										
Çek Cum,	2000M04-2021M10	1,763	0,510*	1	12,121*					
G. Kore						1998M04-2021M11	1,004	0,909*	3	0,208
Japonya	2012M02-2021M10	0,940	0,446*	1	14,857*	2012M02-2021M10	1,119	0,479*	1	18,303*
İngiltere						1992M10-2021M10	1,921	0,355*	1	25,413*
İsrail	1997M06-2021M10	1,115	0,154**	1	14,840*	1997M06-2021M10	1,288	0,461*	1	16,531*
İzlanda	2001M03-2021M11	1,334	0,823*	2	5,254**	2001M03-2021M11	0,680	0,586*	2	15,657*
Macaristan	2001M06-2021M10	1,017	0,415*	1	15,675*	2001M06-2019M07	0,825	0,377*	1	14,828*
Polonya	2001M01-2021M10	1,695*	0,551	1	2,418	1998M01-2021M10	1,011*	0,732	2	0,240
Panel B: Gelişmekte Olan Ülkeler										
Kolombiya	2003M01-2021M10	1,114*	0,356	1	4,038	1999M10-2021M10	0,548*	0,159	1	0,915
Güney Afrika	2000M02-2021M10	0,646	0,385*	1	17,611*	2000M02-2021M10	1,387	0,281*	1	16,055*
Türkiye	2006M01-2021M10	0,742	0,263*	1	13,580*					

Not: CI^m Shin eşbütünleşme testi, CI_f^m FOURIER eşbütünleşme testi sonucunu, $I_L \sim \pi$, uzun dönem faiz oranı ile enflasyon oranı, $I_S \sim \pi$, kısa dönem faiz oranı ile enflasyon oranı arasındaki ilişkiyi göstermektedir. * ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeyinde değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığını gösteren boş hipotezi reddedildiğini ve F testinde ise trigonometrik fonksiyonların anlamlılığını göstermektedir. CI^m Shin eşbütünleşme testinin %1 ve %5 kritik değeri sabitli modelde sırasıyla 0,533 ve 0,314'tür.



Şekil 1.
Faiz ve Enflasyon Oranları.

Q2

Deterministik terimdeki f_t fonksiyonunda yer alan k Fourier frekans sayısını göstermektedir. Serilerdeki yapısal kırılmanın formu, sayısı bilinmeyen değişimlerin yakalanması açısından Fourier frekans sayısı önem arz etmektedir. Deterministik terimde Fourier fonksiyonun yer alması durumunda eşbütünleşme test istatistiği Shin (1994) tarafından önerilen KPSS test prosedürüne dayalı eşbütünleşme test istatistiğine dönüşmektedir. Bu nedenden dolayı Fourier eşbütünleşme test sonucunda eğer Fourier fonksiyonlarını gösteren test istatistiği anlamlı değilse, bu durumda Shin (1994) önermiş olduğu eşbütünleşme test istatistik değerleri dikkate alınması gerekmektedir.

Bulgular

Çalışmada yer alan değişkenlere ait geleneksel birim kök test sonuçlarının yer aldığı Tablo 3'ü incelediğimizde Kanada ve Norveç ülkelerinin enflasyon değişkeninin hem sabitli hem de sabitli ve trendli modelde düzey değerde durağan olduğu görülmektedir. Bu durum Fourier eşbütünleşme testinin modelde yer alan değişkenlerin birinci farkında durağan olması gerektiğini gösteren varsayımı yerine

getirememesi nedeniyle bu iki ülke sonraki aşamalarda analizlere dahil edilmemiştir. Ayrıca bazı ülkelerin bazı durumlarda⁵ Fourier eşbütünlüşme testinin varsayımına uymadığı görülmüş ve bu durumda olan ülkeler de analize dahil edilmemiştir. Analiz sonucunda ADF ve KPSS birim kök test sonuçlarının birbirini desteklediği⁶ sonuçlar dikkate alınmış ve bu sonuçlar doğrultusunda Fourier eşbütünlüşme testi kullanılmıştır.

Geleneksel birim kök testleri ile değişkenlerin durağanlık düzeyleri belirlendikten sonra Tsong ve ark. (2016) tarafından önerilen Fourier eşbütünlüşme analizi ile enflasyon hedeflemesini benimseyen ülkelerde kısa ve uzun dönemde Fisher etkisinin geçerliliği incelenmiştir. Ülkelerin sabitli modelde Fourier eşbütünlüşme analiz sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır. Fourier eşbütünlüşme analizinde öncelikli olarak Fourier trigonometrik fonksiyonun anlamlı olmadığını gösteren F test sonuçlarının incelenmesi gerekmektedir. F testi sonucuna göre trigonometrik fonksiyonlar anlamlı ise Fourier eşbütünlüşme test sonucu dikkate alınır. Aksi takdirde Shin (1994) tarafından önerilen KPSS prosedürüne dayalı olan eşbütünlüşme test sonuçları dikkate alınır.

Bu durumda Tablo 4'e göre, Polonya ile Kolombiya ülkelerinin hem kısa hem de uzun dönemde trigonometrik fonksiyonlarının anlamlı olmadığı diğer bir deyişle Fourier eşbütünlüşme test sonuçlarının yerine Shin (1994) tarafından önerilen eşbütünlüşme test sonuçlarının incelenmesinin gerektiği görülmektedir. Buna göre, modelde yer alan ülkelerin hem kısa hem uzun dönem faiz oranları ile enflasyon oranı arasında eşbütünlüşme ilişkisinin bulunmadığı görülmektedir. Diğer bir deyişle Fisher etkisinin geçerli olmadığı tespit edilmiştir. Trigonometrik terimlerin anlamlı olduğu ülkelerde ise hem kısa hem de uzun dönemde Fourier eşbütünlüşme varlığını belirten boş hipotezin reddedildiği sonucuna ulaşılmıştır. Polonya ve Kolombiya gibi bu ülkelerde de Fisher etkisinin geçerli olmadığı görülmektedir.

Sonuç

Para politikası stratejisi olarak enflasyon hedeflemesini benimseyen ülkeler açısından enflasyon oranının yanı sıra nominal faiz oranı ve reel faiz oranı da büyük önem taşımaktadır. Mevcut ekonomik yapının geleceğe taşınması noktasında yatırım ve tasarruf kararları üzerine büyük etkisi olan faiz oranının istikrar kazanması en başta finansal piyasalarda olmak üzere genel ekonomiye güvenin artmasına neden olacaktır. Bu durum enflasyon oranında meydana gelen değişimin aynı oranda nominal faiz oranını değiştireceğini ve bundan dolayı da reel faiz oranında herhangi bir değişikliğin yaşanmayacağını diğer deyişle reel faiz oranında istikrar sağlanacağını ifade eden Fisher hipotezinin çeşitli ülke veya ülke gruplarına yönelik olarak geçerliliğinin sınanmasına neden olmuştur. Enflasyon hedeflemesini benimseyen ülkelerde Fisher etkisinin geçerliliğinin Fourier eşbütünlüşme testi ile sınındığı çalışmada 11 ülke analize dâhil edilebilmiştir. Analiz sonucuna göre, çalışmada yer alan ülkelerin hem kısa hem de uzun dönemde faiz oranı ile enflasyon oranı arasında herhangi bir ilişkinin bulunmadığı diğer bir deyişle Fisher etkisinin geçerli olmadığı görülmektedir. Çalışma sonuçları Çek Cumhuriyeti ve Macaristan için Lazâr (2013) çalışma sonuçları ile Türkiye için ise Bayat (2015), Songur (2019) Yılcı (2009) çalışma sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Fourier eşbütünlüşme test sonucuna göre, uzun dönemde enflasyon oranı ile faiz oranı arasında ilişkinin olmamasının diğer bir ifade ile uzun dönemde birlikte hareket etmemelerinin enflasyon hedeflemesini benimseyen ülkelerde uygulanan para politikasının etkin olmadığı sonucuna ulaşılabileceğini ve enflasyon oranı ile faiz oranı arasındaki ilişkiye yönelik öngörülebilirliğin azalacağını söyleyebiliriz. Enflasyondaki belirsizliğin artması faiz oranlarındaki belirsizliği arttırmakta ve bu da enflasyon hedeflemesinin başarısını olumsuz yönde etkilemektedir. Yani Merkez bankasının hedeflenen enflasyon oranına ulaşmasında uygulayacağı para politikası araçlarının Merkez bankasının etkinliğini artırmasının yanı sıra öngörülebilirliği de artırıcı ve böylece güven ortamını sağlayıcı şekilde olması gerektiği söylenebilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir – XXXX; Tasarım – XXXX; Denetleme – XXXX; Kaynaklar – XXXX; Malzemeler – XXXX; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi – XXXX; Analiz ve/veya Yorum – XXXX; Literatür Taraması – XXXX; Yazıyı Yazan – XXXX; Eleştirel İnceleme – XXXX

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: XXXXXXXXXX

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – XX; Design – XX; Supervision – XX; Resources – XX; Materials – XX; Data Collection and/or Processing – XX; Analysis and/or Interpretation – XX; Literature Search – XX; Writing Manuscript – XX; Critical Review – XX; Other – XX

Declaration of Interests: The authors declare that they have no competing interest.

Funding: XXXXXXXXXXXXXXXX

5 İsvaç için enflasyon oranının sabitli modelde, kısa ve uzun dönem faiz oranının sabitli ve trendli modelde, İngiltere ve Güney Kore için uzun dönem faiz oranının sabitli ve trendli modelde, Türkiye için kısa dönem faiz oranının sabitli modelde düzey değerinde durağan olduğu görülmektedir.

6 Çek Cumhuriyeti'ne ait kısa dönem faiz oranının hem sabitli hem de sabitli ve trendli modelde ADF sonucuna göre I(1) iken, KPSS testine göre ise değişkenin I(1)'den daha yüksek mertebede durağan olduğunu göstermesinden dolayı bu ülkeye ait kısa dönem Fourier eşbütünlüşme ilişkisine bakılmamıştır.

Kaynakça

- Ahmad, S. (2010a). Fisher effect in nonlinear STAR framework: Some evidence from Asia. *Economics Bulletin*, 30(4), 2558–2566.
- Ahmad, S. (2010b). The long-run Fisher effect in developing economies. *Studies in Economics and Finance*, 27(4), 268–275. [CrossRef]
- Ángel, M. G., & Robledo, J. C. (2011). Hipótesis de Fisher y cambio de régimen en Colombia: 1990–2010. *Revista Finanzas y Política Económica*, 3(2), 27–40.
- Atkins, F. J., & Coe, P. J. (2002). An ARDL bounds test of the long-run Fisher effect in the United States and Canada. *Journal of Macroeconomics*, 24(2), 255–266. [CrossRef]
- Bayat, T. (2015). Türkiye’de Fisher Etkisinin Geçerliliği: Doğrusal olmayan Eşbütünleşme Yaklaşımı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0(38), 47–60.
- Bayat, T., Kayhan, S., & Taşar, İ (2018). Re-visiting fisher effect for fragile five economies. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 7(2), 203–218. [CrossRef]
- Berument, H., Ceylan, N. B., & Olgun, H. (2007). Inflation uncertainty and interest rates: Is the Fisher relation universal? *Applied Economics*, 39(1), 53–68. [CrossRef]
- Berument, H., & Froyen, R. T. (2021). The Fisher effect on long-term U.K. interest rates in alternative monetary regimes: 1844–2018. *Applied Economics*, 53(33), 3795–3809. [CrossRef]
- Berument, H., & Jelassi, M. M. (2002). The Fisher hypothesis: A multi-country analysis. *Applied Economics*, 34(13), 1645–1655. [CrossRef]
- Cai, Y. (2018). Testing the fisher effect in the US. *Economics Bulletin*, 38(2), 1014–1027.
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica*, 49(4), 1057. [CrossRef]
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74, 427–431. [CrossRef]
- Doğan, İ., Orun, E., Aydın, B., & Afsal, M. S. (2020). Non-parametric analysis of the relationship between inflation and interest rate in the context of Fisher effect for Turkish economy. *International Review of Applied Economics*, 34(6), 758–768. [CrossRef]
- EUROSTAT (2021). *European statistics*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/data/database>. Erişim: 24.11.2021.
- Ghazali, N. A., & Ramlee, S. (2003). A long memory test of the long-run Fisher effect in the G7 countries. *Applied Financial Economics*, 13(10), 763–769. [CrossRef]
- Granville, B., & Mallick, S. (2004). Fisher hypothesis: UK evidence over a century. *Applied Economics Letters*, 11(2), 87–90. [CrossRef]
- Gul, E., & Acikalin, S. (2008). An examination of the Fisher Hypothesis: The case of Turkey. *Applied Economics*, 40(24), 3227–3231. [CrossRef]
- Güriş, S., Güriş, B., & Ün, T. (2016). Interest rates, fisher effect and economic development in Turkey, 1989–2011. *Revista Galega de Economía*, 25(2), 95–100. [CrossRef]
- Gürel, S. P. (2021). The validity of the fisher effect for an inflation targeting country: The case of Turkey. *Ekonomski Pregled*, 72(5), 697–717. [CrossRef]
- Gürsoy, S., & Akçay, C. (2021). Türkiye’de Fisher Etkisinin Hatemi-J Asimetrik Nedensellik Testi İle İncelenmesi. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*. [CrossRef]
- Hammond, G. (2012). State of the art of inflation targeting. *CCBS Handbook, Bank of England*. Retrieved from www.bankofengland.co.uk/education/cbs/handbooks_lectures.htm
- Hatemi-J, A. (2011). A re-examination of the fisher effect using an alternative approach. *Applied Economics Letters*, 18(9), 855–858. [CrossRef]
- İncekara, A., Demez, S., & Ustaoglu, M. (2012). Validity of Fisher Effect for Turkish economy: Cointegration Analysis. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 58, 396–405. [CrossRef]
- International Myeloma Foundation (2021). International financial statistics. Retrieved from <https://data.imf.org/?sk=4c514d48-b6ba-49ed-8ab9-52b0c1a0179b&slid=1409151240976>. Erişim: 24.11.2021.
- Jahan, S. (2018). Inflation targeting: Holding the line. Retrieved from <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/basics/72-inflation-targeting.htm>
- Kara, H., & Orak, M. (2008). Enflasyon Hedeflemesi, krizler, para ve İktisatçılar. In E. Kumcu (Ed.), *Enflasyon Hedeflemesi, Krizler, Para ve İktisatçılar* (pp. 81–157). Remzi Kitabevi.
- Köksel, B., & Destek, M. A. (2015). Türkiye Ekonomisinde Fisher Hipotezinin test edilmesi: 2002–2014 dönemi üzerine bir ampirik analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 1247–1253.
- Kose, N., Emirmahmutoglu, F., & Aksoy, S. (2012). The interest rate-inflation relationship under an inflation targeting regime: The case of Turkey. *Journal of Asian Economics*, 23(4), 476–485. [CrossRef]
- Kwiatkowski, D., Phillips, P. C. B., Schmidt, P., & Shin, Y. (1992). Testing the null hypothesis of stationarity against the alternative of a unit root, How sure are we that economic time series have a unit root? *Journal of Econometrics*, 54(1–3), 159–178. (doi:[CrossRef])
- Lazăr, D. (2013). Testing for fisher effect. *Review of Economic Studies and Research Virgil Madgearu*, 6(1930), 77–87.
- Maghyreh, A., & Al-Zoubi, H. A. (2008). Does fisher effect apply in developing countries: Evidence from a nonlinear cotrending test applied to Argentina, Brazil, Malaysia, Mexico, Korea and Turkey. *Applied Econometrics and International Development*, 6(2), 31–46.
- Mishkin, F. S., & Simon, J. (1995). An empirical examination of the fisher effect in Australia. *Economic Record*, 71(3), 217–229. [CrossRef]
- Mishkin, F., & Schmidt-Hebbel, K. (2007). Does inflation targeting make a difference. National Bureau of Economic Research. [CrossRef].
- Nakata, T. (2020). *Raising the inflation target: Lessons from Japan*. FEDS Notes. [CrossRef]
- Nazlioglu, S., Gurel, S. P., Gunes, S., & Kilic, E. (2021). Asymmetric Fisher effect in inflation targeting emerging markets: Evidence from quantile co-integration. *Applied Economics Letters*, 1–8. [CrossRef]
- Ongan, S., & Gocer, İ. (2020). Testing fisher effect for the USA: Application of nonlinear ARDL model. *Journal of Financial Economic Policy*, 12(2), 293–304. [CrossRef]
- Organization for Economic Co-operation and Development (2021). *OECD Statistics*. Retrieved from <https://stats.oecd.org/>. Erişim: 24.11.2021.
- Payne, J. E., & Ewing, B. T. (1997). Evidence from lesser developed countries on the Fisher hypothesis: A cointegration analysis. *Applied Economics Letters*, 4(11), 683–687. [CrossRef]
- Phiri, A., & Lusanga, P. (2011). Can asymmetries account for the empirical failure of the fisher effect in South Africa? *Economics Bulletin*, 31(3), 1968–1979.
- Roger, S. (2006). An overview of inflation targeting in emerging market economies. *Paper Presented at the Symposium Challenges to Inflation Targeting in Emerging Countries Held at the Bank of Thailand International, November*.
- Shin, Y. (1994). A residual-based test of the null of cointegration against the alternative of no cointegration. *Econometric Theory*, 10(1), 91–115. [CrossRef]
- Škrabić Perić, B., Sorić, P., & Arnerić, J. (2013). The Fisher effect at the borders of the European Monetary Union: Evidence from post-communist countries. *Post-Communist Economies*, 25(3), 309–324. [CrossRef]

- Songur, M. (2019). FOURIER Yaklaşımı ile Fisher Hipotezini Yeniden Gözden Geçirmek: Türkiye Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), 186–200.
- Svensson, L. E. O. (2010). Inflation targeting. *Handbook of monetary economics*, 3(C), 1237–1302. [\[CrossRef\]](#)
- Telek, C. (2020). Nominal Faiz Oranı ile Enflasyon İlişkisi: D-8 Ülkeleri için Fisher Etkisinin Varlığının Araştırılması. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 181–193. [\[CrossRef\]](#)
- Toyoshima, Y., & Hamori, S. (2011). Panel cointegration analysis of the Fisher effect: Evidence from the US, the UK, and Japan. *Economics Bulletin*, 31(3), 2674–2682.
- Tsong, C. C., & Hachicha, A. (2014). Revisiting the fisher hypothesis for several selected developing economies: A quantile cointegration approach. *Economic Issues Journal Articles*, 19(1), 57–72.
- Tsong, C., & Lee, C. (2013). Quantile cointegration analysis of the Fisher hypothesis. *Journal of Macroeconomics*, 35(1), 186–198. [\[CrossRef\]](#)
- Tsong, C., Lee, C., Tsai, L., & Hu, T. (2016). The FOURIER approximation and testing for the null of cointegration. *Empirical Economics*, 51(3), 1085–1113. [\[CrossRef\]](#)
- Ucak, H., Ozturk, I., & Aslan, A. (2014). An examination of Fisher effect for selected new EU member states. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 4(4), 956–959.
- Uğur, B. (2019). G-7 Ülkelerinde enflasyon ve Faiz Haddi arasındaki ilişkinin incelenmesi: Fisher etkisi. *Sakarya İktisat Dergisi*, 8(2), 85–99.
- Westerlund, J. (2008). Panel cointegration tests of the Fisher effect. *Journal of Applied Econometrics*, 23(2), 193–233. [\[CrossRef\]](#)
- Yaya, K. (2015). Testing the long-run fisher effect in selected African countries: Evidence from ARDL bounds test. *International Journal of Economics and Finance*, 7(12), 168. [\[CrossRef\]](#)
- Yılcı, V. (2009). Fisher Hipotezinin Türkiye için Sınanması: Doğrusal Olmayan Eşbütünleşme Analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 205–213.
- Yuhn, K. (1996). Is the Fisher effect robust? Further evidence. *Applied Economics Letters*, 3(1), 41–44. [\[CrossRef\]](#)

Author Queries



JOB NUMBER: JSSI-2022-25/R1 RESUBMISSION - (68)

JOURNAL: CPSS

- Q1 AQ: Please check and provide complete texts for the missing 'XXX.' information in these sections.
- Q2 AQ: Please provide the citation for 'Şekil 1'.
- Q3 AQ: Please provide the city for this reference.

The Relationship Between Environmental Consciousness in the Context of New Environmental Paradigms and Ecotourism Knowledge

Yeni Çevresel Paradigmalar Bağlamında Çevre Bilinci ve Ekoturizm Bilgisi Arasındaki İlişki

Aysen ERCAN İŞTİN¹ 
Mülkiye MIZRAK² 

¹Department of Gastronomy and Culinary Arts, Şırnak University, Şırnak, Turkey

²Department of Ecotourism, Şırnak University, Şırnak, Turkey



ABSTRACT

The research aims to determine the relationship between the students' perceptions of environmental consciousness and ecotourism knowledge in tourism-related departments. In this context, data were collected with a survey using a quantitative research method between April 10, 2021, and May 10, 2021, via Whatsapp and Facebook. The universe of the research is the students in two 2-year degrees, undergraduate, master, and doctorate programs studying in tourism-related departments in Turkey. The research sample is the students (400 participants) who have been selected to represent this program. As a result of the analysis, it was found that there were medium- and low-level positive relationships between factor dimensions. According to the correlation analysis performed for the sum of both scales, it was found that there is a medium-level positive relationship between environmental consciousness and ecotourism knowledge. It was determined that the regression analysis results support this result.

Keywords: Ecotourism, ecotourism knowledge, environmental consciousness

ÖZ

Araştırmanın amacı, turizmle ilişkili bölümlerde okuyan öğrencilerin çevre bilincine ve ekoturizm bilgisine ilişkin algıları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu bağlamda, nicel araştırma yöntemi kullanılarak bir anket formuyla veriler 10 Nisan – 10 Mayıs 2021 tarihleri arasında whatsapp ve facebook aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmanın evreni, Türkiye'de turizmle ilişkili bölümlerde okuyan ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencileridir. Araştırma örneklemini ise Türkiye'de turizmle ilişkili bölümlerde okuyan evreni temsil edecek sayıda ulaşılan (400 katılımcı) öğrencilerdir. Analizler sonucunda faktör boyutları arasında orta ve düşük düzey pozitif yönde ilişkiler olduğu bulgulanmıştır. Her iki ölçeğin toplamı için yapılan korelasyon analizine göre çevre bilinci ve ekoturizm bilgisi arasında orta düzey pozitif yönde ilişki olduğu bulgulanmıştır. Regresyon analizi sonuçlarının bu sonucu desteklediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Ekoturizm bilgisi, Çevre bilinci

Geliş Tarihi/Received: 03.02.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 16.12.2022

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:
Aysen ERCAN İŞTİN
e-mail: aysen_ercan83@hotmail.com

Cite this article as: Ercan İştin, A., & Mızrak, M. (2023). The relationship between environmental consciousness in the context of new environmental paradigms and ecotourism knowledge. *Current Perspectives in Social Sciences*, 27(1), 43-52.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Introduction

Early research on environmentally responsible behavior focused on the assumption that knowledge is linked to attitudes and attitudes toward behavior in a linear model. This is because when people become more knowledgeable about the environment and environmental issues, the belief prevails that people will become more aware of environmental and environmental problems and, later on, thus becoming more motivated to act more responsibly toward the environment (Lee & Moscardo, 2005, p. 548). Considering that most environmental problems are caused by people's lifestyles, attitudes, and value judgments, an understanding of education that can change people's attitudes toward nature and shape their value judgments is important in our age in the intervention of environmental problems. Since there is a direct relationship between environmental education and environmental problems, it is also important to determine students' level of consciousness, perspective, or attitude

toward environmental problems (Demir & Yalçın, 2014, p. 7). In addition, it is necessary to determine the students' level of knowledge about ecotourism due to the nature of ecotourism being environmentally sustainable, especially focusing on environmental protection (Cömert & Mete, 2018, p. 605). In this case, it can be said that tourism and the environment are intertwined (Avcıkurt, 2017, p. 50).

The effects of tourism on the environment may differ according to the tourism activities in the destinations and the characteristics of the ecosystem. However, in general, environmental problems caused by tourist concentration cause significant damage to the natural environment in many destinations (Akdağ et al., 2014, p. 260). In preventing this destruction, it is important for the sustainability of the destinations that the local people living in the destinations, tourism workers, and those who visit the destinations have a high level of environmental consciousness and ecotourism knowledge.

The main purpose of the research is to reveal the relationship between environmental consciousness and ecotourism knowledge variables. Having responsible generations with environmental consciousness and ecotourism knowledge is important for the sustainable development of tourism. Therefore, it can be said that there is a greater need for environmental consciousness in the field of general education. Environmental attitudes and behaviors can be effectively changed through education by talking and discussing environmental issues, caring for environmental values, and accepting that human beings are responsible for the ecosystem to become more conscious about nature. In this context, it is important to provide environmental education and to know the global importance of ecotourism within the framework of sustainable environmental consciousness in order to create environmental consciousness at every stage of educational institutions and to reflect this consciousness in attitudes and behaviors positively.

Understanding people's knowledge of environmental consciousness and the concept of ecotourism can be seen as a necessary knowledge for tourism planners and ecotourism marketers to create marketing strategies to be able to plan and market efficiently. In addition, research is important in detecting wrong attitudes and behaviors regarding nature, as it may cause severe damage to the environment. To prevent damage, the person who is primarily responsible should be instilled with a sense of being responsible for the environment. At this point, research can encourage environmental organizations, tourism-related organizations, and other relevant stakeholders to carry out various works on the need to mobilize environmental consciousness and the need to take measures to develop or strengthen positive attitudes and behaviors toward the environment. Thus, long-term sustainable tourism planning can be made in ecotourism destinations, which can be beneficial to the local community and nature. In this context, it is thought that the research is important and will contribute to the literature in terms of research findings and suggestions made in line with these findings.

Theoretical Framework

Ecotourism

The idea of ecotourism first appeared in an article by Budowski in 1976. However, the term ecotourism started to be used in the 1980s. Due to the negative effects of mass tourism on natural areas, ecotourism, which is based on nature, has become a popular and more popular tourism with the combination of the concepts of ecology, ecosystem, and ecology (Orams, 1995, p. 3). Ecotourism, which was the subject of discussion by ecotourists in the 1970s, accepted by tourism researchers in the 1980s and one of the fastest growing branches of tourism in the 1990s, has been a strong but difficult type of tourism (Björk, 2007, pp. 23–24).

Ecotourism is a subcomponent of sustainable tourism. The potential of ecotourism, perceived as an effective tool for sustainable development, is the main reason developing countries are now embracing it and including it in their economic development and conservation strategies (Kiper, 2013, p. 773). According to the definitions of government agencies, scientists, experts, and special protection groups since 1960, ecotourism does not only mean enjoying the beautiful ecological landscape in destinations but also emphasizes the evolution of environmental protection behavior and thinking patterns. Turning from a thought into an action, ecotourism was developed as an attempt to preserve the quality of tourism resources through ecological conservation (Fang et al., 2018, p. 4). To summarize, ecotourism includes environmentally sustainable behaviors as well as social, cultural, and economic development of the region and the local population (Cini et al., 2012, p. 88).

Ecotourism takes into consideration the facilities and possibilities that the natural environment can carry and protects the natural environment against negative effects. At the same time, ecotourism is sensitive to the demands and needs of the local community and provides a better understanding of other cultures and natural environments (Demir and Çevirgen, 2006, pp. 55–57). In this context, the main purpose of ecotourism is neither to revive the ecosystems that have begun to disappear nor to eliminate the poverty of society. The main purpose of ecotourism is to improve the living standards for local people and traveling tourists and to protect the natural environment in a way that includes political, cultural, and social dimensions (Sirakaya et al., 2001, p. 421). This can only be possible with the positive attitudes and behaviors of a generation whose environmental consciousness has been formed with the same consciousness.

Environmental Consciousness

Environmental consciousness is a measure of a person's ability to understand the nature of environmental processes and problems, the degree of their interest in environmental quality, and to what extent they depend on positive environmental behavior in daily life (Yeung, 1998, p. 252). Environmental consciousness is a method to understand the importance of environmental degradation and protection. Moreover, consciousness and understanding of environmental issues form the basis for meaningful actions toward environmentally sustainable development. While environmental consciousness respects the environment, it helps social groups and individuals gain knowledge and sensitivity on environmental issues (Wijesinghe et al., 2016, pp. 6–7). While raising environmentally sensitive citizens, elements such as environmental knowledge, action strategies, environmental attitudes, environmental control focus, verbal commitment, and a sense of responsibility should be taken into account. Environmentally sensitive behavior is individuals' characteristic who

are knowledgeable and anxious about the environment, and individuals therefore act in a manner that avoids harming the environment (Chiu et al., 2014, p. 879).

Environmental attitude and knowledge often determine environmental competence and a person's attitude, along with other characteristics. In this context, environmental education can affect a person's environmental knowledge and attitudes and therefore support a person's environmental competence (Akbaş & Kırımı, 2019, p. 1247). As a result, person's thoughts, attitudes and behaviors related to nature and elements of nature, consciousness and interaction styles with the elements of nature, the ability to perceive, feel, understand and know the social and natural environment, the values, morality, norms, knowledge and perception level that direct his / her relations with the environment reflect his / her environmental consciousness level.(Atasoy, 2005, p. 112).

Environmental locus of control relates to personal perceptions and external obligations to environmental stewardship stemming from one's beliefs about the relative ability or uselessness of each party to influence change (Cleveland & Kalamas, 2015). In this context, the locus of control is a key dimension of pro-environmental behavior (Chiang et al., 2019). Environmental responsibility can be defined as an individual who intends to show a direct tendency toward solving environmental problems, taking action primarily within the scope of environmental and social benefit rather than his own economic benefit (Kükrer, 2012, p. 4507). Environmental damage is the degradation of the environment through the depletion of resources such as air, water, and soil, the destruction of ecosystems, and the destruction of wildlife (Choudhary et al., 2015). It is clear that the destruction of the environment expresses the process of self-destruction of humanity. In this case, one of the most important measures to be taken is to change the approach of individuals to nature and the environment. Therefore, it is a prerequisite to implementing an education process that can create environmental consciousness in individuals from childhood (Dolmacı & Bulgan, 2013, p. 4867).

Methods

Aim and Research Hypothesis

The research aims to reveal the relationship between environmental consciousness and ecotourism knowledge. In this context, the research hypothesis has been developed by including a lot of research on the subject.

Bagri et al. (2009) investigated the environmental orientation and tourists' consciousness of ecotourism visiting some of the environmental highlights of North India. A comparative analysis has been made on the tourists' environmental orientation, who keep traveling for pilgrimage, adventure, and entertainment. The findings of the research reveal that there are significant differences in environmental orientation and consciousness of ecotourism among tourists traveling for pilgrimage, adventure, and entertainment purposes. It has been determined that tourists traveling for pilgrimage and adventure exhibit superior environmental orientation compared to tourists traveling for entertainment purposes. Regarding ecotourism consciousness, none of the three groups show significant consciousness about ecotourism. The results of the study show that the transformation of general environmental orientation to ecotourism consciousness is not linear.

Yeung (1998) found in his research that he aimed to determine the environmental consciousness of students' level in Hong Kong and that the participants had only a limited understanding of environmental issues. It also found that the participants' level of anxiety for environmental quality in terms of attitude and behavior was limited. Most participants were less willing to take an active role in protecting the environment in situations involving conflicts with personal freedom or physical exertion, expression of ideas, or attempts to influence other people.

Schmidt (2007) aimed to determine the effect of an environmental education course on student attitudes and behaviors in his research. It was predicted that enrolling in a course on environmental issues would be associated with an increase in pro-environmental attitudes and behaviors and would also increase the relationship between environmentally sensitive attitudes and behaviors as a function of class participation. The results showed that there was a significant difference in environmentally friendly attitudes and behaviors between students enrolled in the course and not. It has been observed that students enrolled in a course on environmental problems have a higher level of environmental consciousness and exhibit more environmentally sensitive behaviors than students who do not take the course. Students not enrolled in the course generally exhibited lower levels of environmental consciousness.

Oğuz et al. (2011) aimed to determine the undergraduate students' level of consciousness and sensitivity to environmental issues. In the study, it was determined that although the students have conceptual knowledge about the conservation of resources and environmental problems, their behaviors and attitudes in their daily lives are not at the same level. Cömert and Mete (2018) aimed to determine students' level of knowledge about ecotourism in their research. In the study, it was determined that the students did not have sufficient knowledge about ecotourism. It has been observed that they agree that ecotourism is a type of tourism that protects the environment or is sensitive to the environment. The hypothesis of the research created in this context;

H₁: There is a positive significant relationship between environmental consciousness and ecotourism knowledge.

Environmental protection and sociocultural and economic development should be considered as a whole in sustainable tourism. It is necessary to adhere to ecotourism principles in ensuring continuity in ecotourism. However, in many cases, contrary to the principles of ecotourism, it is seen that the local people cannot benefit sufficiently from ecotourism and that investments that harm nature are made in order to gain more profit. Unconscious and unplanned tourism investments cause the deterioration of environmental values and damage to local culture (Kuter and Ünal, 2009, p. 154). In order to prevent these negativities, environmental consciousness and a sustainable ecosystem should be established through the education system. However, a sustainable ecosystem is a system that can protect its own structure and function forever (Aarts, 1999, p. 91).

Natural disasters that occur as a result of people's unconscious pollution, destruction, and unplanned consumption of natural resources threaten people's lives, future generations, and other living creatures. The damage caused by humans to nature has become beyond the surface and even damages the atmosphere. The best way to deal with these threats is undoubtedly to be sensitive to the environment and to grow children with this idea (Uğurlu & Akay, 2017, p. 28). Nature-based training is an important factor in solving and preventing environmental problems. The most basic way to achieve the purpose of nature-based education successfully is to create positive behavior, attitude, thought, and consciousness in individuals (Keleş et al., 2010, p. 386).

Data Collection

A report was sent to Sırnak University Ethics Committee on February 16, 2021, to determine whether the scale questions to be used in the research are appropriate, and we received the reply regarding the ethical compliance of the scale questions on April 9, 2021.

The data were collected with a survey between April 10, 2021, and May 10, 2021, using a quantitative research method. In the study, the survey form was deemed appropriate to be used as a data collection tool because it is an economical data technique, more data can be collected, and it is possible to approach the universe by providing easy access to large masses and it also provides the opportunity to access data very quickly (Ural & Kılıç, 2006, p. 56). In some universities in Turkey, academicians in tourism-related departments were interviewed and they support their students by sharing the survey on WhatsApp and Facebook pages, and thus the data were collected via WhatsApp and Facebook. The easy sampling method was used in the research, which is a scanning model. The data were analyzed using a statistical package program.

Measures, Population, and Sample

Ecotourism knowledge scale was prepared by Cömert and Mete (2018), using the studies of Kavak (2015) and İnan (2015). The environmental consciousness scale (the new environmental paradigms scale) was developed by Dunlap and Liere (1978) to illuminate the new worldview of environmental attitudes. The first study on environmental consciousness subject in Turkey was conducted by Furman (1998) in Istanbul. There are a total of 43 items, 28 of which are on the scale of ecotourism knowledge used in the research and 15 items are on the scale of environmental consciousness. The 5-point Likert scale was used in the research.

The universe of the research consists of students in two 2-year degrees, undergraduate, master, and doctorate programs studying in tourism-related departments in Turkey. The research sample is the students (400 participants) who participated in several studies representing the universe. Since the research population is over 10,000, the number that will represent the universe was calculated as 384 people by calculating the unlimited universe formula ($n = (P \times Q \times Z\alpha^2) / H^2 = 0.5 \times 0.5 \times 1.96^2 / 0.05^2 = 384$) (Ural & Kılıç, 2006, s. 47). Ecotourism knowledge scale was prepared by Cömert and Mete (2018), using the studies of Kavak (2015) and İnan (2015).

Data Analysis

Before determining the relationship between environmental consciousness and ecotourism knowledge, a reliability analysis was performed first. For the reliability of the scales, Cronbach's alpha value was calculated and the item-whole correlation method was used. It has been paid attention that the item-total correlations are greater than .25 and not negative (Kalaycı, 2014, p. 412).

Explanatory factor analysis was performed and the construct validity was reviewed. The suitability of the sample size for factoring was done by using the Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) test before explanatory factor analysis (Çokluk et al., 2012, p. 207); the compatibility of the data to multivariate normal distribution was checked with Bartlett's sphericity test (Çokluk et al., 2010, p. 208).

When there is an overlapping item in factor analysis, the difference should not be less than .100 (Bayram, 2009, p. 205). In addition, attention was paid to having a factor load of .40 and above for the items (Büyükoztürk, 2018, p. 134). To name the factors, the relevant literature and variables with large weights under one factor were taken into account (Kalaycı, 2014, p. 330).

After determining the above-mentioned prerequisites for the research were provided, correlation analysis was conducted to determine the relationship between environmental consciousness and ecotourism knowledge variables. In addition, regression analysis was performed to express the relationship between the independent and the dependent variables with a mathematical equation (Kalaycı, 2014, p. 199).

Findings

The distribution of the participants' demographic characteristics is given in Table 1. The participants' demographic characteristics consist of gender, age, program type, and the program studied.

Findings Regarding Reliability and Factor Analysis

Cronbach's alpha value was calculated as .840 for the sum of the ecotourism knowledge scale. Since all item correlation values are less than .25, it has been deemed appropriate to remove items such as "Tourism and eco-tourism mean the same thing" (–.023), "I do not know the benefits of eco-tourism" (.235), "Eco-tourism enables the development of other commercial and industrial activities in the region" (–.176), "Eco-tourism accelerates the urbanization phenomenon of rural areas" (–.230), and "Ecological product sales should be made in order to improve eco-tourism" (–.226). After the items were removed, the Cronbach's alpha coefficient increased from .840 to .907.

In the Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) test, it was determined that the KMO sampling adequacy value was .944. This value shows that the sample size is significantly sufficient for factor analysis (Çokluk et al., 2012, p. 207). Bartlett's sphericity test value of the ecotourism knowledge scale is 4467.570; this value is significant at the .0001 level. The significance of chi-square values of Bartlett's sphericity test at .0001 indicates that the data came from a multivariate normal distribution. In this case, multivariate statistical techniques can be applied to the data (Çokluk et al., 2010, p. 208). The factor analysis results of the ecotourism knowledge scale are in Table 2.

Table 1.
Findings on the Participants' Demographic Characteristics

	Frequency	Percent
Gender		
Female	205	51.3
Male	195	48.8
Total	400	100
Program types		
Two-year degree	47	11.8
Undergraduate	304	76.0
Master's degree and doctor's degree	49	12.3
Total	400	100
Age		
Between the ages of 16 and 20	76	19.0
Between the ages of 21 and 25	168	42.0
Between the ages of 26 and 30	69	17.3
Between the ages of 31 and 35	41	10.3
36 ages and over	46	11.5
Total	400	100
Departments being studied		
Tourism management department	137	34.3
Tourism and hotel management department	62	15.5
Tourism guidance department	57	14.3
Tourism management and hotel hood department	35	8.8
Travel and accommodation and food – beverage management department	37	9.3
Tourism-related master's degree and doctor's degree departments	31	7.8
Tourism-related 2-year degree and undergraduate departments	41	10.3
Total	400	100

It can be said that the results of the factor analysis of the ecotourism knowledge scale in Table 2 are under the pre-acceptance stated. A total of 23 items out of 28 items explaining ecotourism knowledge come together with 4 factors. In addition, it has been found that it contributes 58.696% to the total variance.

The first factor has been named "the perspective on ecotourism," the second factor is "the contribution of ecotourism to economic development," the third factor is "the contribution of ecotourism to environment," the fourth factor is "the contribution of ecotourism to sociocultural development." The eigenvalue of the first factor is 9.694, its average is 4.0078, and Cronbach's alpha coefficient is .619; This factor contributes 16.099% to the explained variance and is expressed with 8 items. The eigenvalue of the second factor is 2.541, the average is 4.2904, and the Cronbach's alpha coefficient is .835; This factor contributes 15.794% to the explained variance and is expressed with six items. The eigenvalue of the third factor is 1.259, its average is 4.2846, and Cronbach's alpha coefficient is .838; This factor contributes 15.013% to the explained variance and is expressed with six items. The eigenvalue of the fourth factor is 1.005, its average is 4.3717, and Cronbach's alpha coefficient is .760; This factor contributes 11.790% to the explained variance and is expressed with three items.

Cronbach's alpha value was calculated as .721 for the sum of the environmental consciousness scale. Since all item correlation values are less than .25, it has been deemed appropriate to be removed items such as "Animals and plants have the right to live at least as much as human beings" (.036), "Even though human beings have very special abilities like intelligence, they are still subject to the laws of nature" (-.013), "Today's consumption habits cause serious environmental disasters" (.112), and "As long as we know how to use and develop it correctly, the natural resources in the world are sufficient for everyone" (.187). Thus, after the items were removed, the Cronbach's alpha coefficient increased from .721 to .750.

In the KMO test, determining the sample adequacy value as .825 shows that the sample size is significantly sufficient for factor analysis. An item that is "People have the right to change nature in line with their wishes and desires" was not loaded on any factor. Therefore, it was observed that the Cronbach's alpha coefficient made again increased from .750 to .793, and in the KMO test, the KMO sampling adequacy value increased from .825 to .835. The Bartlett's sphericity test value of the environmental consciousness scale is 1245.759 and this value is significant at the level of .0001, indicating that the data show multiple normal distributions, so multivariate statistical techniques can be applied to the data (Çokluk et al., 2010, p. 208). The factor analysis results of the environmental consciousness scale are shown in Table 3.

When Table 3 is examined, the results of the factor analysis of the environmental consciousness scale are in accordance with the stated pre-acceptance. A total of 10 items out of 15 items explaining environmental consciousness are gathered under 2 factors, and they contribute 52.634% to the total variance.

Table 2.
Factor Analysis Results of Ecotourism Knowledge Scale

	Communalities	Factor Load	Eigenvalues	Total Variance Explained	Mean	Cronbach's alpha
Factor 1: Perspective on ecotourism			3.703	16.099	4.0078	.619
I know enough about ecotourism.	.588	.718				
Ecotourism is a type of tourism that provides the opportunity to generate more income.	.529	.671				
I know about eco-villages.	.572	.649				
Ecotourism is a type of tourism that explains nature and teaches it practically.	.662	.602				
Ecotourism is a type of tourism that provides escape from stress and relaxation.	.540	.569				
Ecotourism offers a holiday in touch with nature.	.508	.475				
Ecotourism is a tourism product that includes tours and activities related to nature.	.490	.474				
Ecotourism provides getting away from stress.	.499	.401				
Factor 2: Contribution of ecotourism to economic development			3.633	15.794	4.2904	.835
Ecotourism contributes to the promotion of the region.	.631	.711				
The ecotourism development improves the economic situation of the region.	.572	.692				
Ecotourism creates new business opportunities for local people.	.547	.636				
Thanks to ecotourism, the local people's purchasing power increases.	.651	.628				
Ecotourism provides additional income to the public.	.588	.579				
Ecotourism improves the people's quality of life.	.570	.517				
Factor 3: Contribution of ecotourism to environment			3.453	15.013	4.2846	.838
Ecotourism enables the public to keep the environment cleaner.	.714	.755				
Ecotourism brings people closer together.	.623	.743				
Ecotourism is an environmentally friendly type of tourism.	.658	.705				
Ecotourism supports the protection of nature.	.623	.526				
Ecotourism is a type of tourism that protects the environment and contributes to local well-being.	.504	.464				
Ecotourism helps preserve the historical-cultural structure.	.513	.438				
Factor 4: Contribution of ecotourism to sociocultural development			2.712	11.790	4.3717	.760
Ecotourism acts as a bridge in the recognition of different cultures.	.625	.728				
Ecotourism makes the people take pride in their national and cultural values.	.694	.708				
Ecotourism makes people more conscious about culture and environment.	.599	.548				

Note: Varimax rotation principal component analysis – explained total variance: 58.696%; KMO sampling adequacy: .944 – Bartlett's sphericity test: 4467.570 p.d.: 253, $p < .001$; overall average: 4.2012 – Cronbach's alpha: .907.
Response categories: (1) Strongly disagree, (2) Disagree, (3) No idea, (4) Agree, and (5) Strongly agree.
KMO = Kaiser-Meyer-Olkin.

The first factor was named “*Human-centered judgments*” and the second factor “*Environment-centered judgments*.” The eigenvalue of the first factor is 3.702, its average is 3.6190, and Cronbach's alpha coefficient is .876. This factor contributes 35.494% to the explained variance and is expressed with 5 items. The eigenvalue of the second factor is 1.562, its average is 4.2855, and Cronbach's alpha coefficient is .531. This factor contributes 17.140% to the explained variance and is expressed with 5 items.

Findings on Correlation and Regression Analysis

Correlation analysis was conducted to determine the unity and direction between ecotourism knowledge and environmental consciousness (Nakip, 2005, pp. 244–245).

When the relationship between the dimensions of ecotourism knowledge is examined in Table 4, there are high levels of positive linear relationships among perspective on ecotourism dimension with contribution of ecotourism to economic development dimension ($r = .677$, $**p = .000 < .01$), with contribution of ecotourism to environment dimension ($r = .652$, $**p = .000 < .01$), with contribution of ecotourism to sociocultural development dimension ($r = .634$, $**p = .000 < .01$). It is seen that there are high levels of positive linear relationship among contribution of ecotourism to economic development dimension with contribution of ecotourism to environment dimension ($r = .660$, $**p = .000 < .01$), with contribution of ecotourism to sociocultural development dimension ($r = .641$, $**p = .000 < .01$). In addition, it is observed that there is a high-level of positive linear relationship between contribution of ecotourism to environment dimension with contribution of ecotourism to sociocultural development dimension ($r = .643$, $**p = .000 < .01$).

Table 3.
Factor Analysis Results of Consciousness Scale

	Communalities	Factor Load	Eigenvalues	Total Variance Explained	Mean	Cronbach's Alpha
Factor 1: Human-centered judgments			3.549	35.494	3.6190	.876
Mankind has the right to control nature.	.756	.865				
Man has the power to make the world livable in any situation, thanks to his mind and technology.	.677	.817				
The ecological crisis is overestimated.	.667	.817				
Human will be able to control nature as he/she wishes by learning all the subtleties of nature with his/her thought and intelligence.	.635	.791				
Nature has a balance strong enough to eliminate all the negativity caused by modern industrial society.	.602	.776				
Factor 2: Environment-centered judgments			1.714	17.140	4.2855	.531
Human intervention in nature often ends in disaster.	.508	.711				
Nature has an easily perishable balance.	.509	.589				
People overuse nature and natural resources.	.503	.560				
Earth is like a spaceship with limited resources and habitats.	.476	.539				
The population is increasing above the world's carrying capacity.	.499	.478				

Note: Varimax Rotation Principal Component Analysis – Explained total variance: 52.634% KMO Sampling Adequacy: .835 – Bartlett's sphericity test: 1245.759 p.d. : 45, $p < .001$; overall average: 3.9523 – Cronbach's alpha: .793.
Response categories: (1) Strongly disagree, (2) Disagree, (3) No idea, (4) Agree, and (5) Strongly agree.
KMO=Kaiser-Meyer-Olkin.

When the relationship between environmental consciousness dimensions is examined, it is seen that there is a low level of a positive linear relationship between the human-centered judgments dimension and with environment-centered judgments dimension ($r = .287$, $**p = .000 < .01$).

When the relationship between ecotourism knowledge and environmental consciousness is examined, it is seen that there is a medium level of a positive linear relationship between perspective on ecotourism dimension with human-centered judgments dimension ($r = .406$, $**p = .000 < .01$), with environment-centered judgments dimension ($r = .360$, $**p = .000 < .01$). It is seen that there is a medium level of a positive linear relationship between the contribution of ecotourism to the economic development dimension with human-centered judgments dimension ($r = .366$, $**p = .000 < .01$); a low level of a positive linear relationship between the contribution of ecotourism to economic development dimension with environment-centered judgments dimension ($r = .338$, $**p = .000 < .01$). It is seen that there is a medium level of a positive linear relationship between the contribution of ecotourism to the environment dimension with human-centered judgments dimension ($r = .354$, $**p = .000 < .01$); a low level of a positive linear relationship between the contribution of ecotourism to environment dimension with environment-centered judgments dimension ($r = .281$, $**p = .000 < .01$). Finally, it is seen that there is a medium level of a positive linear relationship between the contribution of ecotourism to the sociocultural development dimension with human-centered judgments dimension ($r = .443$, $**p = .000 < .01$), with environment-centered judgments ($r = .363$, $**p = .000 < .01$). In this case, according to the results of the correlation analysis, "H₁: There is a positive and significant relationship between ecotourism knowledge and environmental consciousness." Hypothesis is accepted.

Table 5 shows the results of the regression analysis made on the dimensions of environmental consciousness and ecotourism knowledge.

In Table 5, the parameter values obtained from the predicted result of the model and their t -values are shown. t Statistic is used to test whether the variables are significant separately. The F statistic is used to test the significance of the model as a whole (Kalaycı, 2014). Therefore, as a result of the multiple regression analysis on the dimensions of ecotourism knowledge and environmental consciousness, it was found that the effects of the perspective on ecotourism ($p = .007$) and the contribution of ecotourism to sociocultural development ($p = .000$) on human-centered judgments were statistically significant. According to the F statistic ($F = 28.452$, $p = .000$), the model was found to be significant as a whole. As the number of independent variables in the model increases, the R^2 value increases. Therefore, it is preferred to make comments by looking at the adjusted R^2 value in multiple linear regression analysis (Hoş, 2020, s. 311; Kalaycı, 2014; Kanıt & Baykan, 2004, s. 362). In this case, it can be said that 21.6% of the variability in students' perceptions of human-centered judgments can be explained by their perspective on ecotourism and the contribution of ecotourism to sociocultural

Table 4.
Correlation Analysis

	Mean	Std. Deviation	1	2	3	4	5	6
1. Perspective on ecotourism	4.0078	.43072	1					
2. Contribution of ecotourism to economic development	4.2904	.50260	.677**	1				
3. Contribution of ecotourism to environment	4.2846	.51521	.652**	.660**	1			
4. Contribution of ecotourism to sociocultural development	4.3717	.57824	.634**	.641**	.643**	1		
5. Human-centered judgments	3.6190	1.01163	.406**	.364**	.354**	.443**	1	
6. Environment-centered judgments	4.2855	.47661	.360**	.338**	.281**	.363**	.287**	1

Note: **Correlation is significant at the .01 level (two-tailed).

Table 5.
Multiple Regression Analysis

Dependent Variable	Constant and Independent Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		ANOVA					Tolerances	VIF	
		Beta	Std. Error	Beta	<i>t</i>	Sig.	<i>F</i>	Sig.	<i>R</i>	<i>R</i> ²			Adjusted <i>R</i> ²
Human-centered judgments	Sabit	-.835	.450		-1.854	.064	28.452	.000	.473	.224	.216		
	1. Perspective on ecotourism	.424	.157	.181	2.700	.007						.439	2.279
	2. Contribution of ecotourism to economic development	.085	.136	.042	.624	.533						.428	2.335
	3. Contribution of ecotourism to environment	.048	.130	.025	.371	.711						.447	2.239
	4. Contribution of ecotourism to sociocultural development	.499	.133	.285	4.424	.000						.473	2.115
Environment-centered judgments	Constant	2.456	.220		11.161	.000	19.534	.000	.406	.165	.157		
	1. Perspective on ecotourism	.203	.077	.184	2.645	.008						.439	2.279
	2. Contribution of ecotourism to economic development	.106	.067	.112	1.592	.122						.428	2.335
	3. Contribution of ecotourism to environment	-.039	.064	-.042	-.613	.540						.447	2.239
	4. Contribution of ecotourism to sociocultural development	.166	.055	.202	3.019	.003						.473	2.115

VIF, variance inflation factor.

development. However, it was found that the effects of the contribution of ecotourism to economic development ($p = .533$) and the contribution of ecotourism to the environment ($p = .711$) dimensions on human-centered judgments were not statistically significant.

In the same table, as a result of the multiple regression analysis on the dimensions of ecotourism knowledge and environmental consciousness, it was found that the effects of the perspective on ecotourism ($p = .008$) and the contribution of ecotourism to sociocultural development ($p = .003$) on environment-centered judgments were statistically significant. According to the *F* statistic ($F = 19.534$, $p = .000$), the model was found to be significant as a whole. Since it is preferred to make comments by looking at the adjusted R^2 value in the multiple linear regression analysis (Hoş, 2020, p. 311; Kanit & Baykan, 2004, p. 362), it can be said that 15.7% of the variability in students' perceptions of environment-centered judgments can be explained by their perspective on ecotourism and the contribution of ecotourism to sociocultural development. However, it was found that the effects of the contribution of ecotourism to economic development ($p = .122$) and the contribution of ecotourism to the environment ($p = .540$) dimensions on environment-centered judgments were not statistically significant. In Table 5, tolerance values of $>.10$ and VIF values of $<.10$ indicate that there is no multicollinearity.

Conclusion

As a result of the research aiming to determine the relationship between environmental consciousness and ecotourism knowledge, it was found that there is a medium-level positive relationship between the variables. As a result of the research, it can be said that as the students' perceptions of ecotourism increase positively, according to students' perceptions of ecotourism dimensions, their perception of the contribution of ecotourism to economic development, its contribution to the environment, and its contribution sociocultural development also increases positively. As students' perceptions of the contribution of ecotourism to economic development increase positively, their perception of the contribution of ecotourism to the environment and sociocultural development increases in the same direction. In addition, it can be said that as students' perceptions of the contribution of ecotourism to the environment increase positively, their perception of its contribution to sociocultural development increases positively. According to students' perceptions of environmental consciousness, as the students' perceptions of their human-centered judgments increase positively, their perceptions of environment-centered judgments also increase positively. In addition to these, it can be said that as students' perceptions of the contribution of ecotourism to economic development, its contribution to the environment, and sociocultural development increase positively, their perceptions of human-centered and environment-centered judgments also increase positively. Meanwhile, as a result of the multiple regression analysis of the dimensions, the effect of the perspective on ecotourism and the contribution of ecotourism to sociocultural development on human-centered judgments and environment-centered judgments was also found to be statistically significant.

The fact that the students' environmental consciousness general average is calculated as 3.9523 shows that the environmental consciousness levels of the students are high. In addition, the average of the human-centered judgments dimension was calculated as 3.6190 and the environment-centered judgments dimension was calculated as 4.2855, indicating that students displayed an approach towards environment-centered judgments rather than human-centered judgments. Çalışkan et al. (2019), according to the results of the research in which they evaluate the employees' environmental perspective in the tourism sector in the context of human and environmental centrism through the Environmental Paradigm Approach in Adıyaman, is in line with the results of the research that the participants generally exhibit an environmental-centric approach. In addition, Oğuz et al. (2011), in their research, determined that

students have conceptual knowledge about the conservation of resources and environmental problems is another research that is parallel with the results of the research.

While 10.3% (41 people) of the students stated that they did not have any ideas for the statement “I know about ecotourism,” 84.6% of them (193 people – agree/145 people – strongly agree) agreed. According to this result, it can be said that the students’ knowledge of ecotourism is sufficient. In the same statement, Cömert and Mete (2018) stated that 35.4% of the participants did not have an opinion and according to this result, it was determined that the potential tourism professionals’ knowledge, who studying at the tourism faculty, was not at a sufficient level, which is not in line with the results of the research.

In the context of the research, it can be said that the most important point is the positive reflection of this on their attitudes and behaviors rather than the students’ high level of ecotourism and environmental consciousness. When considered from this point of view, it should be seen as the main goal that educators should emphasize the necessity of reflecting students’ knowledge of ecotourism and environmental consciousness positively to their attitudes and behaviors, and transform this into a lifestyle.

In order to bring environmental consciousness and ecotourism knowledge to young generations and to reflect this on attitudes and behaviors, all organizations and associations related to environmental protection, tourism-related organizations in the context of sustainable tourism, non-governmental organizations, and other official organizations emphasize the importance of environmentally friendly products or green product consumption, the importance of recycling, and the unnecessary use of resources and their importance for the continuation of life frequently organizing educational seminars, conferences, festivals and other events related to environmental protection. Because a healthy environment is needed for a quality life. In addition, for ecotourism to make more beneficial contributions to the environment, organizations related to environmental protection must develop applicable policies and strategies to prevent the consumption of resources, ecotourism investments that may cause irreversible damage to the environment, damage to biodiversity, and damage to ecological integrity. Thus, with these practices, works that emphasize the importance of environmental protection for young generations can set an example; it can be emphasized the importance of being responsible toward the environment in ensuring the sustainability of ecotourism destinations. In addition, the environmental, economic, and sociocultural effects of sustainability of ecotourism on society can positively occur.

There are only a few previous researches in the domestic and foreign literature where ecotourism knowledge and environmental consciousness are studied together. Therefore, in order to overcome this deficiency, researchers are recommended to investigate the relationship between ecotourism knowledge and environmental consciousness variables in different and larger sample groups. Thus, studying these variables with different sample groups will provide to obtain new findings on the relationships between variables and provide them to be compared with previous findings. In addition, examining the mediating effect of different variables related to the subject in the relationship between these two variables and conducting research on these two variables with different sample groups in different cultures is another issue that can be suggested to researchers, considering that it can contribute to making better comparisons.

Research variables are limited by the reliability and validity dimensions of the measurement tools applied. In addition, the fact that the data were collected through a survey form consisting of Likert-type scales endures all the limitations caused by the use of surveys and Likert-type scales.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – AEİ; Design – AEİ; Supervision – AEİ; Resources – MM; Materials – MM; Data Collection and/or Processing – MM; Analysis and/or Interpretation – AEİ; Literature Search – MM; Writing Manuscript -- AEİ; Critical Review – AEİ; Other – MM

Declaration of Interests: The authors declare that they have no conflict of interest.

Funding: The authors declared that this study has received no financial support.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir– AEİ; Tasarım – AEİ; Denetleme – AEİ; Kaynaklar – MM; Malzemeler – MM; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi – MM; Analiz ve/veya Yorum – AEİ; Literatür Taraması – MM; Yazıyı Yazan – AEİ; Eleştirel İnceleme – AEİ

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

References

- Aarts, B. G. W. (1999). Ecological sustainability and biodiversity. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 6(2), 89–102. [CrossRef]
- Akbaş, İ., & Kırımlı, E. N. (2019). Üniversite öğrencilerinin çevre duyarlılığı: Ölçek geliştirme çalışması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27(3), 1–11. [CrossRef]
- Akdağ, G., Güler, O., Demirtaş, O., Dalgıç, A., & Yeşilyurt, C. (2014). *Turizm ve çevre ilişkisi: Türkiye'deki yeşil otellerin gözünden yeşil otelcilik uygulamalarının getirileri. Türkiye Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi* (ss. 258–267). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi. ISBN: 978-605-86453-3-2. Retrieved from <http://www.cd.org.tr/uploads/b9nTW8jt.pdf>
- Atasoy, E. (2005). Çevre bilinci ve çevre için eğitim. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, 5, 109–131.

- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm sosyolojisi (genel ve yapısal yaklaşım)*. Detay Yayıncılık.
- Bagri, S., Gupta, B., & George, B. (2009). Environmental orientation and ecotourism consciousness among pilgrims, adventure tourists and leisure tourists. *Preliminary Communication (Tourism)*, 57(1), 55–68.
- Bayram, N. (2009). *Sosyal bilimlerde spss ile veri analizi*. Ezgi Kitabevi.
- Björk, P. (2007). Definition paradoxes from concept to definition. İçinde J. Higham (Çev.), *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a Complex Tourism Phenomenon* (pp. 23–45). Elsevier Linacre House.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (24th ed). Pegem Akademi.
- Çalışkan, C., Boğan, E., & Dedeoğlu, B. B. (2019). Yeni çevresel paradigma: Turizm çalışanları üzerine bir araştırma. *Gastroia*, 3(4), 517–525.
- Chiang, Y. T., Fang, W. T., Kaplan, U., & Ng, E. (2019). Locus of control: The mediation effect between emotional stability and pro-environmental behavior. *Sustainability*, 11(3), 1–14. [CrossRef]
- Chiu, Y. H., Lee, W. I., & Chen, T. H. (2014). Environmentally responsible behavior in ecotourism: Exploring the role of destination image and value perception. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(8), 876–889. [CrossRef]
- Choudhary, M. P., Chauhan, G. S., & Kushwah, Y. K. (2015). Environmental degradation: Causes, impacts and mitigation. National Seminar on Recent Advancements in Protection of Environment and its Management Issues (NSRAPEM-2015), At. Kota, Rajasthan, India: Maharishi Arvind College of Engineering and Technology.
- Cini, F., Leone, L., & Passafaro, P. (2012). Promoting ecotourism among young people: A Segmentation strategy. *Environment and Behavior*, 44(1), 87–106. [CrossRef]
- Cleveland, M., & Kalamas, M. (2015). Environmental locus of control. In J. L. Robertson, & J. Barling (Eds.), *The Psychology of Green Organizations*. Oxford Scholarship. [CrossRef]
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik*. Pegem Yayıncılık.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Pegem Akademi.
- Cömert, M., & Mete, E. (2018). Turizm eğitimi alan öğrencilerin ekoturizm hakkındaki bilgi düzeylerinin belirlenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(58), 605–616.
- Demir, C., & Çevirgen, A. (2006). *Ekoturizm yönetimi*. Nobel Yayınları.
- Demir, E., & Yalçın, H. (2014). Türkiye’de çevre eğitimi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 7(2), 7–18.
- Dolmacı, N., & Bulgan, G. (2013). Turizm etiği kapsamında çevresel duyarlılık. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 29(9), 4853–4871.
- Dunlap, R. E., & Van Liere, K. D. (1978). The new environmental paradigm. *Journal of Environmental Education*, 40(1), 19–28. [CrossRef]
- Fang, W. T., Lien, C. Y., Huang, Y. W., Han, G., Shyu, G. S., Chou, J. Y., & Ng, E. (2018). Environmental literacy on ecotourism: A study on student knowledge, attitude, and behavioral intentions in China and Taiwan. *Sustainability*, 10(6), 1–22. [CrossRef]
- Furman, A. (1998). A note on environmental concern in a developing country: Results from an Istanbul survey. *Environment and Behavior*, 30(4), 520–534. [CrossRef]
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (6. Bas.). Asil.
- Kavak, M. (2015). *Edremit körfezi kuzey kıyılarında yerel halkın ekoturizme yönelik bilinç algısı ve tutumları* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Keleş, Ö., Uzun, N., & Varnacı Uzun, F. (2010). Öğretmen adaylarının çevre bilinci, çevresel tutum, düşünce ve davranışlarının doğa eğitimi projesine bağlı değişimi ve kalıcılığının değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), 384–401.
- Kiper, T. (2013). Role of ecotourism in sustainable development. In M. Ozyavuz (Ed.), *Advances in Landscape Architecture* (ss. 773–802). Croatia: Tech Publisher.
- Kükrer, Ö. (2012). Tüketicilerin çevresel sorumluluklarının yeşil reklamlara yönelik tutumlarına etkisi: Eskişehir örneği. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 26(7), 4505–4525.
- Kuter, N., & Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik kapsamında ekoturizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 9(2), 146–156.
- Lee, W. H., & Moscardo, G. (2005). Understanding the impact of ecotourism resort experiences on tourists’ environmental attitudes and behavioural intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(6), 546–565. [CrossRef]
- Nakip, M. (2005). *Pazarlama araştırmalarına giriş (SPSS destekli)*. Seçkin Yayıncılık.
- Oğuz, D., Çakçı, I., & Kavak, S. (2011). Yüksek öğretimde öğrencilerin çevre bilinci. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 12(1), 34–39.
- Orams, M. B. (1995). Towards a more desirable form of ecotourism. *Tourism Management*, 16(1), 3–8. [CrossRef]
- Schmidt, J. E. (2007). From intentions to actions: The role of environmental consciousness on college students. *Journal of Undergraduate Research*. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.567.3719&rep=rep1&ndtype=pdf>. Erişim tarihi:10 Mayıs 2021.
- Sirakaya, E., Jamal, T., & Choi, H. (2001). Developing tourism indicators for destination sustainability. In D. B. Weaver (Ed.), *The Encyclopedia Of Ecotourism* (ss. 411–432). CAB International.
- Uğurlu, K., & Akay, B. (2017). Doğa bilinçli nesiller yetiştirmede ekoturizmin önemi: Kırklareli ili-Dereköy doğa eğitim merkezi örneği. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27–38.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi* (2. Bas.). Detay Yayıncılık.
- Wijesinghe, E. C., Yakandawala, K., & Karunaratne, I. P. (2016). Environmental consciousness derived from classroom teaching. *Open Science Journal of Education*, 4(1), 6–10.
- Yeung, S. P. M. (1998). Environmental consciousness among students in senior secondary schools: The case of Hong Kong. *Environmental Education Research*, 4(3), 251–268. [CrossRef]

Teachers' and Parents' Views on the Psychosocial Effects of Children's Technology Addiction

XXXX

Q5

Engin ÇELEBİ 

Çukurova University, Vocational
School Of Health Service, Adana,
Turkey

ABSTRACT

This study aims to examine the psychosocial effects of digital technology addiction, which increased during the pandemic period, on children. Within the scope of the research, a total of 237 people, including 111 teachers and 126 parents, were surveyed. Technology addiction, which can be seen as a public health problem in the view of teachers and parents, causes children to experience anxiety and stress. It can also lead to introversion, low self-esteem, and an increase in the possibility of isolation from society. According to findings, it has been determined that children feel anxious, helpless, and angry when they leave digital technologies. Parents can encourage their children to use digital technologies, which they see as a babysitter, without considering the damaging effects. In addition, according to the opinions of teachers and parents, it can be said that children may be more likely to be connected to modern technologies because they do not have the maturity to understand the detrimental effect of excessive use of digital technologies. Technology addiction can cause many cognitive, physical, emotional, and behavioral problems. The term addiction implies the need for treatment. Therefore, technology addiction should be addressed as a public health problem.

Keywords: Covid-19, digital addiction, pandemic, public health, technology addiction

ÖZ

XXXX

Anahtar Kelimeler: XXXX

Q1



Introduction

It can be said that the pandemic period has changed children's leisure activities. Spending time with digital tools can be seen as a method to escape from the daily troubles, problems, and negative emotions created by the pandemic period. Children may feel safe and comfortable in digital environments. They may think that they are getting away from the social anxiety created by the pandemic period, overcoming their loneliness with their social interactions in digital environments, and creating a social attachment. They may think that they can provide psychological relief and eliminate their negative emotions through digital technologies.

Digital technology addiction, which occurs thence overusing digital technologies, which is seen as spending time at home and socializing during the pandemic, can be seen as a pathological case and creates a feeling of stigma (mental illness). Therefore, the cognitive, emotional, and behavioral effects of digital technology addiction, which increased during the pandemic, have become an increasingly critical issue (Çelebi & Özgüzel, 2021, p. 3450).

The pandemic period has changed the leisure activities of children and most people in society. Digital technologies offer children an alternative to social connections. That is why socializing through digital technologies can create a positive feeling. Anxiety about the use of digital technologies, which has become a behavioral addiction by gaining popularity worldwide, is constantly increasing, although it is seen as harmless by children.

*Retrospektif çalışmalar dahil olmak üzere tüm araştırma makaleleri için zorunlu bilgidir.

Geliş Tarihi/Received: 10.05.2022
Kabul Tarihi/Accepted: 03.01.2023

Sorumlu Yazar/Corresponding author:
Engin ÇELEBİ
E-mail: engincelebi01@gmail.com

Cite this article as: Çelebi, E. (2023). Teachers' and parents' views on the psychosocial effects of children's technology addiction. *Current Perspectives in Social Sciences*, 27(1), 53-59.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

During a major disaster or an event, which is considered a psychological and physical threat, psychological-emotional distress, loss of control, helplessness, anxiety, and stress can lead to a lack of information on what to do and how to behave. These factors can have long-term negative emotional consequences, such as depression. Children may see turning to digital environments as a method to escape from these negative psychological effects created by the pandemic process and to distance themselves from stressful situations.

This study aims to reveal the relationships between technology addiction and the socialization process. In addition, it aimed to measure the attitudinal and behavioral effects of technology addiction on children and determine how these affect children's mental health and happiness. Within the scope of the research, the views of teachers and parents on understanding the effect of technology addiction on psychological factors will be examined and compared.

Psychosocial Effects of Technology Addiction as a Public Health Issue

Digital technologies are seen as alternative tools for people to overcome the feeling of loneliness and communicate with their social environment during the pandemic period. However, coping with the negativities of the new world order created by the pandemic period through digital tools has the potential to create negative psychosocial effects. Excessive and unnecessary use of digital technologies can increase the risk of addiction.

According to American Psychological Association (APA, 2014) "Addiction is a chronic disorder with biological, psychological, social and environmental factors influencing its development and maintenance." According to the American Society of Addiction Medicine (ASAM, 2019), "Addiction is a treatable, chronic medical disease involving complex interactions among brain circuits, genetics, the environment, and an individual's life experiences."

Hyman (2005) defined addiction primarily as "A Disease of Learning and Memory." Associative learning and memory were associated with addiction long before the formal descriptions of the classical form (Pavlov, 1927). UNICEF Research Coordinator Kardefelt-Winther (2017) examined how digital technologies affect children's well-being in three dimensions: mental/psychological, social, and physical. Kardefelt-Winther (2017) found that digital technologies have a highly negative impact on children's physical activities. On the other hand, it has been found that it is beneficial in terms of social relations. In terms of mental impact, it has been revealed that not using digital technologies and excessive use do not have any benefit, but moderate use can have a positive influence.

The damaging effects of technology addiction on children have become a social problem of increasing importance during the pandemic period when digital technologies are babysitters. The detrimental effects of using digital technologies, which have become popular in many parts of the world, are thought to be multifaceted. Therefore, technology addiction can be considered from a psychosocial perspective and seen as a public health problem. Technology addiction has been associated with many different negatives. It can be said that especially children are at risk of negative consequences.

Some experts, such as Brown, have argued that the concept of addiction is meaningful and that it should not be limited to the intake of substances ("Behavioural Addiction versus Substance Addiction ..."). Brown's six criteria can be summarized as follows (cited from Griffiths, 1996, p. 20):

Salience: This is when a particular activity becomes the most important activity in a person's life and dominates their thoughts, feelings, and behaviors.

Euphoria: This is a subjective experience that people report as a result of participating in a particular activity.

Tolerance: This is a process in which increasing amounts of a given activity are required to achieve previous effects.

Withdrawal: These are unpleasant moods and/or physical effects that occur when a particular activity is interrupted or suddenly reduced.

Conflict: This refers to conflicts among the addict and those around them; or within the individual related to a particular activity.

Relapse and reinstatement. This is the tendency to repeatedly return to earlier patterns of a given activity, and even for the most extreme patterns inherent in the height of addiction, to be quickly reinstated after many years of abstinence or control.

It can be said that most children with technology addiction have the same behavioral patterns. Even though there are differences between negative results regarding technology addiction, there are also similar findings for personal and social relationships. Neglect of education and home responsibilities, deterioration of social relations, lack of physical activity, escapism, worsening in cognitive functions, sleeping problems, loss of time, impulse control, depression and anxiety, aggression, loneliness, psychological problems, social isolation, etc., have been identified as negative consequences of digital addiction (Çelebi, 2014a, p. 484).

According to the results of a study conducted on 3279 people in 9 countries, internet addiction is positively associated with economic welfare, social progress, and human development, in addition to negativity with human well-being, health, and safety (Blachnio et al., 2019, p. 258). Peper and Harvey (2018, p. 3) found increased loneliness, anxiety, and depression results as symptoms of technology addiction in their study on university students.

Despite the dismissive data, digital technologies have become a tool of modern culture to meet socialization and interpersonal interactions. On the other hand, children may turn to digital environments for many reasons, such as playing games, social interaction, seeking entertainment, and spending time. It can be said that excessive and uncontrolled use of digital technologies can negatively affect family and social relations (Çelebi, 2020, p. 660).

According to Goodman (1990, p. 1403) "Addiction designates a process whereby a behaviour, which can function both to produce pleasure and to provide escape from internal discomfort, is employed in a pattern characterized by (1) recurrent failure to control the behaviour (powerlessness) and (2) continuation of the behaviour despite significant negative consequences (unmanageability)."

While the ultimate goal of digital technology systems is to seek ways to be more effective on children, families are concerned that their children's mental health, consumption habits, and behavioral attitudes may be adversely affected. Therefore, the negative effects of digital technologies on children have become a social problem of increasing importance.

Technology offers people a unique way of life. During the pandemic period, digital environments can meet the needs of social communication and foster a sense of commitment to the social environment. A life without technology can be found empty, dull, and joyless. It is often argued that technology improves the quality of life. While technology empowers people to achieve many things, it is also seen as the cause of various troubles in society. There are terribly negative cultural assumptions associated with the abuse of digital technology. A bad habit can be called an addiction. Addiction has a terribly negative connotation.

The most noteworthy features of addiction are harm and lack of self-control. Because of a lack of self-control, a person cannot stop using a system even if they want to.

According to research data from Venkatesh et al. (2019, p. 903), the effects of parenting behaviors on children's internet addiction are moderated by the children's views of parent-child attachment. According to the data from 50 qualitative interviews conducted by the researchers, in addition to 776 questionnaires, family-to-work conflict mediated the effects of children's Internet addiction on parents' job satisfaction, organizational commitment, and work exhaustion.

According to Griffiths (2005, p. 191), all addictions consist of distinct and common components (salience, mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, and relapse). According to the author, addictions are part of a biopsychosocial process, and extreme behaviors of all kinds have many commonalities.

During the pandemic period, which is considered a psychological and physical threat perception, public health is faced with a severe threat, while social isolation is used as a tool to protect public health in this process. On the other hand, it should be focused on dealing with this process psychologically. Since the pandemic period can be highly associated with negative emotions such as anger, helplessness, anxiety, stress, fear, and loss of control. These factors can have long-term negative emotional consequences, such as depression. Digital technologies are used as a tool and a solution in terms of coping with the negativities psychologically.

According to the results of the research conducted on 25 teachers in Turkey, teachers think that students have social network addiction, online game addiction, and instant messaging addiction. According to the research findings, the teachers emphasized that the academic achievement of students with technology addiction is low, and these students have difficulty communicating with people in their environment. (Karadağ & Kılıç, 2019, p. 101)

The results of the study showed that a negative relationship was found according to the correlation analysis result between students' attitudes toward learning and internet addiction. (Ağır, 2019, p. 109)

According to the results of another study on digital addiction, behaviors such as "aggressiveness, lack of attention and inability to focus, communication disorder, lack of motivation, being away from social environments, being constantly on the move, perception problems" are behaviors that teachers frequently observe in their students (Avcı & Er, 2019, p. 132). In a study conducted on 421 high school students, a positive relationship was found between internet addiction and psychological (somatization, obsessive-compulsive disorder, interpersonal sensitivity, depression, anxiety, phobic anxiety, paranoid thought, hostility, and psychoticism) symptoms (Taş, 2018, p. 31).

Jones (2014, p. 74) conducted a study on students and found that students are addicted to their mobile phones, and 64% of the students were observed on campus interacting with their devices in some way. According to the research data, the students stated that they believed that the need for self-satisfaction was obtained with excessive cell phone use, which had damaging psychological impacts on students.

The Department of Internal Medicine conducted an experiment evaluating how behavioral addiction is related to drug addiction. According to the results, behavioral addiction, such as internet addiction, is similar to drug addiction, except that people are not addicted to a substance but to the behavior or emotion brought on by the relevant action (Alavi et al., 2012, p. 290). When a habit becomes an obligation, it can be considered an addiction.

Since digital identity can contribute to the formation of beliefs and self-confidence, it can provide an opportunity for children to develop their digital identities with healthy use (Kim & Choi, 2018, p. 155). Children can interact with people in different countries using digital technologies and share information with them since there are positive effects in the literature, such as the development of empathy skills through the modeling of social behaviors and thus the acceptance of diversity (O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011, p. 803). However, one should remember that these social interactions can have negative consequences.

It can be said that the increasing technology addiction during the pandemic period has changed the social behavior of society. People can see the usage of digital technologies as social interaction, spending time, entertainment, an escape from loneliness and sadness, and an escape from the daily problems created by the pandemic period. The use of digital technologies can meet the need for social interaction. However, such social interactions cannot meet all needs and may make some people feel disconnected from socialization (Çelebi, 2014b, p. 484).

Research

Creation of Research Questions

On digital platforms, people take on a virtual personality as well as their purpose of socializing and interacting. Understanding personal characteristics, life experiences, demographics, motivation, and how and why they become dependent on digital technologies can help solve this problem. The most effective way to measure addiction is to evaluate the quality of life (family, social, and education) and satisfaction. Children's motivation for socialization and social commitment may affect family relationships and school success differently. Therefore, low or high digital technology usage rates will be used as a determining factor for the outcome of potential impacts.

The first research question will investigate how children's technology addictions affect their daily lives.

Research Question 1: How does technology addiction affect children's daily lives? (Desires to use digital technologies, extremism, neglect of educational life, priority, lack of control, neglect of social life)

Within the scope of the purpose of this study, it is necessary to investigate the relationship between children's social friendships and loneliness during the socialization process to reveal the effect of technology addiction.

The research question created in this context is as follows:

Research Question 2: Is there a difference between the utilization of digital technologies and the feeling of loneliness (positive or negative relations with their social environment) in children?

However, the effects of children's technology addictions should not be explained only by their social life or social loneliness. The impacts of technology addiction on social life need to be revealed. Therefore, the following research question was created as follows.

Research Question 3: Is there a difference in terms of children's psychological feelings (depressive feelings, positive emotions, unrest, insecurity) according to the usage rates of digital technologies?

Methods

It is difficult to determine the outcomes of the analysis of psychological factors for the consequences of technology addiction. Studies on technology addiction are measured on salience, excess use, neglecting work, anticipation, lack of self-control, and neglecting social life (Widyanto & McMurrin, 2004, p. 454). In line with this method, a questionnaire similar to the study by Jeong et al. (2017) was used to reveal the effect of digital addiction. Some of the items in the questionnaire, which were created according to a 5-point Likert scale (1, Strongly agree; 5, Strongly disagree), were given inversely proportional to each other for control purposes.

The internal consistency of the items in the scale was evaluated on 40 people in a preliminary study, and the Cronbach's alpha value of the questionnaire items was measured as .857. The survey was continued since this value was found to be high. Data were collected from volunteer survey participants using digital tools in the survey. The collection process took 2 months (May to June 2021). The internal consistency of the questionnaire, consisting of 43 items in total, resulted in a proficient level of .841 Cronbach's alpha. Since the Cronbach's alpha of the scale was found to be high and consistent, we can say that the items used in the scale are at an acceptable level.

Children included in the sample and defined as technology addicts were determined according to their daily use of technology. Green Crescent (Yeşilay) considers that 30 minutes of daily digital technology usage is sufficient for children in the age of preschool education, 45 minutes a day in the first 4 years of primary education, 1 hour a day in the second 4 years of primary education, and 2 hours a day in high school age (Yeşilay, 2020). Children's daily use of digital technologies was measured as a low level between 0 and 2 hours, a middle level between 2 and 4 hours, an elevated level between 4 and 6 hours, and an extremely elevated level above 6 hours.

Within the scope of the research, a total of 237 people were surveyed, including 111 teachers and 126 parents. Males constituted 56.5% ($n=134$) of the sample, and females constituted 43.5% ($n=103$) of the sample. The age range of the participants is as follows: 68 people were 18–30 years old, 71 people were 31–40 years old, 48 people were 41–50 years old, and 50 people were 51 years old or more.

Q2 Research Findings

In order to find an answer to the first research question, which is to reveal how digital addiction affects daily lives, salience, excessive usage, neglected education, anticipation, lack of control, and neglected social life of children were examined according to the views of the teachers and parents. The research findings, including the teachers' opinions, are shown in Table 1.

As shown in Table 1, according to the teachers' opinions, the children's desire to use digital technologies and their attitudes toward its damaging effects are higher than average (3.00) scores. Similarly, the views of the parents on the effect of technology addiction on the daily life of children are fairly high. The results are shown in Table 2.

Table 1.
The Effect of Technology Addiction on Children's Daily Lives According to Teachers' Views

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Salience	111	3.5122	1.33642	.13074
Excessive use	111	3.6261	1.23493	.12442
Neglected education	111	3.5931	1.36847	.13485
Anticipation	111	3.5248	1.43482	.11333
Lack of control	111	3.6467	1.44699	.11125
Neglected social life	111	3.5133	1.22265	.12832

Table 2.
The Effect of Technology Addiction on Children's Daily Lives According to Parents' Views

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Salience	126	3.6154	1.28453	.14352
Excessive use	126	3.7473	1.35450	.13643
Neglected education	126	3.6088	1.14366	.11355
Anticipation	126	3.6731	1.26379	.12435
Lack of control	126	3.5910	1.47436	.17335
Neglected social life	126	3.5891	1.34435	.09945

A parametric test (dependent sample *t*-test) was conducted using SPSS data techniques to evaluate whether the difference between teacher and parent opinions was significant (as the data had normal distribution). According to the *t*-test results, according to the opinions of the teachers and parents, salience $t(236) = .231, p < .837$; excessive use $t(236) = -.742, p < .552$; neglect education $t(236) = -1.275, p < .229$; anticipation $t(236) = .227, p < .972$; lack of control $t(236) = .075, p < .735$; and neglect social life $t(236) = .265, p < .835$ mean differences were not considered as significant.

The second question aims to measure whether there is a difference between loneliness and social relationships (positive or negative interpersonal relations) that children with digital technology addiction have established within their social environment. First, teachers' views on this subject were measured. As shown in Table 3, according to the teachers' opinions, the positive social relationships ($M = 3.74$) of the children with digital addictions were higher than negative relationships ($M = 2.83$).

Similarly, according to the parents' opinions, it was found that the positive social relationships ($M = 3.81$) of the children with digital addictions were higher than the negative relationships ($M = 2.92$).

According to the *t*-test results, there is no significant difference found between the opinions of the teachers and parents about the positive social relations ($t(236) = .411, p < .754$) and the negative social relations ($t(236) = .510, p < .721$) that the children have established with their social environment.

To find an answer to the third research question, the psychological emotions (depressive and positive emotions, physical well-being, and distrust of the social environment) of children with technology addictions were measured according to the views of the teachers and parents. Teachers' views on children's psychological emotions are shown in Table 5.

As shown in Table 5, according to the teacher's opinions, children's positive emotions ($M = 3.74$) gave higher scores than their depressive emotions ($M = 3.48$). Also, the physical well-being of the children ($M = 3.13$) gave scores above the average. However, their insecurity about the social environment gave scores below the average ($M = 2.64$). Similarly, according to parents' opinions, children with digital addictions gave a higher average for depressive emotions ($M = 3.92$) and positive emotions ($M = 3.53$). While their physical well-being was above the average ($M = 3.23$), it was found that their social insecurity was low ($M = 2.84$). The results are shown in Table 6.

Table 3.
Level of Social Relations of Technology-Addicted Children According to Teachers' Views

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Positive relations	111	3.7483	.78234	.07323
Negative relations	111	2.8348	.70324	.06945

Table 4.
Social Relations of Technology-Addicted Children According to Parents' Views

N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
126	3.8122	.82642	.06820
126	2.9231	.79137	.07021

Table 5.
Psychological Emotions of Children with Technology Addictions According to Teachers' Views

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Depressive emotions	111	3.4846	.44235	.02135
Positive emotions	111	3.7459	.58932	.01244
Physical well-being	111	3.1395	.55415	.08332
Social insecurity	111	2.6495	.38745	.04463

Table 6.
Technology-Addicted Children's Mental Emotions According to Parents' Views

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Depressive emotions	126	3.9267	.04462	.05453
Positive emotions	126	3.5302	.06945	.09223
Physical well-being	126	3.2349	.04523	.08359
Social insecurity	126	2.8458	.04624	.07454

According to the *t*-test, no significant difference was found between the opinions of the teachers and parents about the depressive emotions $t(236) = .238, p < .724$; positive emotions $t(236) = 1.145, p < .031$; physical well-being $t(236) = .631, p < .434$; and insecurity $t(236) = 1.247, p < .250$. The high scores of depressive and positive emotions in children can be interpreted as the ease of transition to different moods. This situation draws attention as a subject that needs further research.

Discussion and Conclusion

Within the scope of the research, the psychological factors affecting the motivation process of children's technology addictions toward socialization were determined. The research findings differ on some issues from the previous research results stated in the literature part of this study. The goal of the research is to provide theoretical contributions and practical implications for the development of new perspectives on the consequences of technology addiction. This data can offer guidance for studies on children with technology addiction.

During the pandemic phase, children can feel more secure and comfortable, especially with digital tools, and think they have improved their social relations. In addition, children can experience emotional changes in digital environments, so parents can believe that their children can get away from social anxiety. The use of digital technologies can provide psychological relief and, thus, children can eliminate their negative emotions. With digital tools, it is believed that children can establish social relations simultaneously. Thus, social connections can be established in different environments. Although it has similar positive results, it is a common opinion that digital technologies negatively affect relations with the social environment. It is difficult to determine the consequences of addiction through the analysis of psychological factors. Digital technology addiction has the potential to negatively affect children's lives, social experiences, lack of physical activity, and real-world relationships. These can cause psychiatric and psychosocial problems.

The focus has been on the damaging effects of using digital technology. On the other hand, there are potential benefits to the usage of digital technologies. Social communication needs can be met, new friendships can be made, friendships can be developed, and one can feel a part of a group. Children need to get away from daily troubles and difficulties and relax. They may think that they are experiencing positive emotions.

Compton-Lilly (2006, p. 57) defines digital identity as "how we see ourselves and represent our knowledge, experiences, and social connections." "Digital identity" refers to how a person perceives himself and how others perceive that person in digital environments. According to the research findings, it was concluded that the social aspects of the children were problematic. Children can create a digital identity in digital environments to overcome the dissatisfaction they sense in the real world. They may feel that they are meeting their social and personal needs through digital experiences. Children need to understand the permanence of their digital actions and manage their digital identities accordingly.

Spending time alone with digital tools can create feelings of loneliness. However, digital tools can also create a sense of connectedness to the social environment to overcome the feeling of loneliness. People who have difficulty communicating with their social environment during the pandemic can see digital environments as an alternative area. In addition, it has become simple to interact with video and audio communication technologies. However, it should not be forgotten that children are isolated from society in the face of technological devices.

It has been concluded that children at risk of addiction have lower interpersonal trust and social self-efficacy than their peers. It has been found that there is a greater risk of technology addiction, which can cause health problems. Therefore, according to the opinions of teachers and parents, it was concluded that anxiety, stress, depression, and unhappiness were significantly correlated with digital technology addiction.

As a result of technology addiction, problems may occur in parent-child relationships. A sense of avoidance of responsibility may occur in children, and emotional instability may be experienced. Technology addiction negatively affects school success and the parent-child relationship. Although technology addiction reduces academic success, it can be said that children do not accept or are not aware of this failure. Meeting the psychological needs of children, developing their personality, improving family relationships, and applying psychological therapy methods can be preventive factors against technology addiction.

Another negative result of the research findings is that children spend more time using digital technologies compared to the sum of their other activities at home. Awareness should be created in children regarding the additional roles of digital technologies. The reason is, according to research findings, children see digital technologies only as a means of entertainment. It can be said that this situation is related to the emotions felt during the epidemic (sadness, fear, anger, and anxiety) and social psychology. This issue can affect children psychologically and sociologically negatively. Therefore, it is necessary to distinguish between emotional and cognitive perceptions that the pandemic period may affect children.

With the measures taken, it is necessary to share information on how to overcome the physical activity deficiencies of children during the pandemic period, practices for family therapy methods, counseling on how to meet their psychosocial needs, and how to protect and develop their personality structures.

Although the pandemic state has affected billions of people, the research was conducted in a single country and on a small sample group. Therefore, cultural factors may have affected research findings. In addition, it can be said that the number of samples is limited to those needed to generalize the results of the research. Technology addicts should not be seen as a single type. In future research, attitudes including personality traits, psychosocial and environmental factors, family dynamics, and social preferences should be analyzed. Within the scope of the research, how and why digital addiction occurs and its relationship with cultural and social background were not investigated. Therefore, there is a need for long-term research on a larger sample and different target groups. Moreover, using

a scale to determine children's motivation to use digital technologies addressing this issue through focus group discussions can yield beneficial results.

Q3

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – XX; Design – XX; Supervision – XX; Resources – XX; Materials – XX; Data Collection and/or Processing – XX; Analysis and/or Interpretation – XX; Literature Search – XX; Writing Manuscript – XX; Critical Review – XX; Other – XX

Declaration of Interests: The authors declare that they have no competing interests.

Funding: XXXXXXXXXXXXXXXX

Etik Kurul Onayı: Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu, No: 118, Tarih: 07.01.2022

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Tek yazarlık makale, %100

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

References

- Alavi, S. S., Ferdosi, M., Jannatifard, F., Eslami, M., Alaghemandan, H., & Setare, M. (2012). Behavioral addiction versus substance addiction: Correspondence of psychiatric and psychological views. *International Journal of Preventive Medicine*, 3(4), 290–294.
- American Psychological Association (2022). *Addictions*. Retrieved from <https://www.apa.org/topics/substance-use-abuse-addiction>
- American Society of Addiction Medicine (2022). *Definition of addictions*. Retrieved from <https://www.asam.org/quality-care/definition-of-addiction>.
- Avcı, F., & Er, H. (2019). Investigation of teacher views on digital addiction and suggestions for solution. *Language Teaching and Educational Research*, 2(2), 132–159. [CrossRef]
- Błachnio, A., Przepiórka, A., Gorbaniuk, O., Benvenuti, M., Ciobanu, A. M., Senol-Durak, E., Durak, M., Giannakos, M. N., Mazzoni, E., Pappas, I. O., Popa, C., Seidman, G., Wu, A. M. S., Yu, S., & Ben-Ezra, M. (2019). Cultural correlates of internet addiction. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 22(4), 258–263. [CrossRef]
- Çelebi, E. (2014a). 4–6 yaş arası çocukların televizyon izleme alışkanlıkları üzerine okul öncesi öğretmenlerin görüş ve tutumları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(32), 476–485.
- Çelebi, E. (2014b). *Dijital sosyalleşme: Çevrimiçi Sosyalleşmenin sosyal Bağlılık, Kaygı, depresyon ve mutluluk üzerine etkileri. Dijital İletişim etkisi Uluslararası Akademik Konferans Bildiri Kitabı* (ss. 547–554). İskendireye Kitap.
- Çelebi, E. (2020). Oyun bağımlılığının sosyalleşme sürecine yönelik motivasyon üzerindeki rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 8(1), 643–668. [CrossRef]
- Çelebi, E., & Özgüzel, S. (2021). Covid-19 pandemi sürecine yönelik kamu spotlarının etkinliği üzerine bir araştırma. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(Pandemi Özel Sayısı), 3348–3469. [CrossRef]
- Compton-Lilly, C. (2006). Identity, childhood culture, and literacy learning: A case study. *Journal of Early Childhood Literacy*, 6(1), 57–76. [CrossRef]
- Goodman, A. (1990). Addiction: Definition and implications. *British Journal of Addiction*, 85(11), 1403–1408. [CrossRef]
- Griffiths, M. (1996). Behavioural addiction: An issue for everybody? *Employee Counselling Today*, 8(3), 19–25. [CrossRef]
- Griffiths, M. (2005). A 'Components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. [CrossRef]
- Hyman, S. E. (2005). Addiction: A disease of learning and memory. *American Journal of Psychiatry*, 162(8), 1414–1422. [CrossRef]
- Jeong, E. J., Kim, D. J., & Lee, D. M. (2017). Why do some people become addicted to digital games more easily? A study of digital game addiction from a psychosocial health perspective. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 33(3), 199–214. [CrossRef]
- Jones, T. (2014). Students' cell phone addiction and their opinions. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 5(1), 74–80.
- Karadağ, E., & Kılıç, B. (2019). Technology addiction among students according to teacher views. *Psikiyatride Guncel Yaklaşımlar – Current Approaches in Psychiatry*, 11(Ek Sayı 1), 101–117. [CrossRef]
- Kardefelt-Winther, D. (2017). *How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? An evidence-focused literature review* [Innocenti Discussion Paper]. United Nations Children's Fund Office of Research. Retrieved from <https://www.unicef-irc.org/publications/925-how-does-the-time-children-spend-using-digital-technology-impact-their-mental-well.html>
- Kim, M., & Choi, D. (2018). Development of youth digital citizenship scale and implication for educational setting. *Journal of Educational Technology and Society*, 21(1), 155–171.
- O'Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K., & Council on Communications and Media (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800–804. [CrossRef]
- Pavlov, I. P. (1927). *Conditioned reflexes: An investigation of the physiological activity of the cerebral cortex*. Oxford University Press.
- Peper, E., & Harvey, R. (2018). Digital addiction: Increased loneliness, anxiety, and depression. *NeuroRegulation*, 5(1), 3–8. [CrossRef]
- Sert Ağır, M. S. (2019). Students' attitudes towards learning, a study on their academic achievement and internet addiction. *World Journal of Education*, 9(4), 109–122. [CrossRef]
- Taş, İ. (2018). Ergenlerde internet bağımlılığı ve psikolojik belirtilerin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 31–41. [CrossRef]
- Venkatesh, V., Sykes, T. A., Chan, F. K. Y., Thong, J. Y. L., & Hu, P. J.-H. (2019). Children's internet addiction, family-to-work conflict, and job outcomes: A study of parent-child dyads. *MIS Quarterly*, 43(3), 903–927. [CrossRef]
- Widyanto, L., & McMurrin, M. (2004). The psychometric properties of the internet addiction test. *Cyberpsychology and Behavior*, 7(4), 443–450. [CrossRef]
- Yeşilay (2022). *Teknoloji bağımlılığı*. Retrieved from <https://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/teknoloji-bagimlilik>

Author Queries

JOB NUMBER: JSSI-2022-75/R1 RESUBMISSION - (208)

JOURNAL: CPSS

- Q1 AQ: Please provide the missing Turkish abstract and keywords.
- Q2 AQ: Per style, for original articles, the following headings 'Introduction, Methods, Results, Discussion, and Conclusion and Recommendations' should be used. Please check and amend if appropriate.
- Q3 AQ: Please check and provide complete texts for the missing 'XXX.' information in these sections.
- Q4 AQ: Please provide the citation for 'Table 4'.
- Q5 AQ: Please provide the missing Turkish title.

Türkiye’de 1960-1980 Arası Kültür/Sanat Alanındaki Yapısal Özellikler

Structural Characteristics of Culture/Art in Turkey Between 1960 and 1980

Ensar YILMAZ 

İstanbul Medeniyet Üniversitesi,
Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal
Hizmet Bölümü, İstanbul, Türkiye



Öz

1960 yılında gerçekleşen 27 Mayıs askeri müdahalesi, Türkiye’de sadece toplumsal, siyasal ve iktisadi hayatı etkilememiş, kültür ve sanat alanını da biçimlendirerek bu alanda yapısal değişimlere neden olmuştur. Askeri müdahalenin ardından bu sürecin 1980’e değin sürmesiyle birlikte, kültür ve sanat alanında yaşanan değişimlerin de düşünsel ve pratik düzeyde berraklık kazanması, bizlere bu dönemin karakteristik özelliklerini görmemize ve değerlendirmemize imkân vermiştir. Türkiye’de 1960’lı yıllar, sanat alanındaki sorunların kamuoyu önünde dile getirildiği yıllardır. Sözkonusu dönemde devletin desteği ve teşviki, sanatın ve sanatçının üretimleriyle geçinebilecek hale gelebilmesi, telif haklarının teminat altına alınması, sanatın yaygınlaşması, Türk sanatının yurtdışına çıkması, sanat müzeciliğinin hareketlendirilmesi gibi temel meselelere ilişkin öneri ve görüşler tartışılmıştır. 1970 ile 1980 yılları arasında, on yıllık bir zaman dilimi içinde sanatçılar, mevcut sistemi değiştirmek arzusuyla hareket etmiş, 1970’li yılların sanatçı kuşağının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bunun yanı sıra, sanat galerileri, bağımsız oluşumlar, yayınlar, dışa açılma süreçleri, sanatın ticari değerini tespit etmeye dönük teşebbüsler ve koleksiyonerler ile sanat ortamı devletten bağımsızlaşmaya başlamış, disiplinler arası ayrımları ortadan kaldıran tartışma ve sorgulamalar aracılığıyla da çağdaş Türk sanatında zamana kadar var olan anlayışların değişimine zemin oluşturmuştur.

Anahtar kelimeler: Türkiye, Kültür, Sanat, Edebiyat, Sinema

ABSTRACT

The military intervention of May 27 in 1960 did not only affect the social, political, and economic life in Turkey but also shaped the field of culture and art and caused structural changes in this field. With the continuation of this process until 1980 following the military intervention, the intellectual and practical clarity of the changes in the field of culture and art allowed us to see and evaluate the characteristic features of this period. The 1960s in Turkey were the years when the problems in the field of art were publicly voiced. During that period, recommendations and views on basic issues such as the support and encouragement of the state, the ability of art and artist to make a living with their production, the guarantee of copyrights, the dissemination of art, the opening of Turkish art to the world, and the mobilization of art museums were discussed. Between 1970 and 1980, within a period of 10 years, artists acted with the desire to change the existing system which led to the emergence of the artist generation of the 1970s. Additionally, the art environment started to be independent of the state with art galleries, independent organizations, publication, internationalization processes, efforts to determine the commercial value of art, and collectors, and a foundation for the change of understandings that existed in contemporary Turkish art until that time was formed through discussions and inquiries that eliminated interdisciplinary distinctions.

Keywords: Cinema, culture/art, literature, music, Turkey

Geliş Tarihi/Received: 21.04.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 29.09.2022

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

Ensar YILMAZ

E-mail: ensar43@gmail.com

Cite this article as: Yılmaz, E. (2023).
Structural characteristics of culture/art
in Turkey between 1960 and 1980.
Current Perspectives in Social Sciences,
27(1), 60-66.



Content of this journal is licensed
under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial 4.0
International License.

Giriş

1960 yılında gerçekleşen 27 Mayıs askeri müdahalesi, Türkiye’de sadece toplumsal, siyasal ve iktisadi hayatı etkilememiş, kültür ve sanat alanını da biçimlendirerek bu alanda yapısal değişimlere neden olmuştur. Askeri müdahalenin ardından bu sürecin 1980’e değin sürmesiyle birlikte, kültür ve sanat alanında yaşanan değişimlerin de düşünsel ve pratik düzeyde berraklık kazanması, bizlere bu dönemin karakteristik özelliklerini görmemize ve değerlendirmemize imkân vermiştir.

1963 yılı itibarıyla hayata geçirilen ve 1963 ile 1967 yılları arasında geçen Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda kültür/sanat başlı başına bir olgu olarak ele alınmamış, daha ziyade işgücü, istihdam, araştırma ve eğitim politikalarına ilişkin alanlarla birlikte değerlendirilmiştir. Söz konusu dönemde eğitim olgusundan hareketle bir kalkınma anlayışının model olarak benimsendiğini, genelde sanat türlerinin, özelde ise tiyatroyun topluma ulaştırılmaya ve halk arasında içselleştirilmeye çalışıldığını görürüz (Lüleci, 2020, s. 1207).

Toplumsal ve kültürel alanı şekillendiren bütün devletlere özgü bu “devletçi/şeyhçin” tavır, esasen tek parti döneminde uygulanmaya başlanan politikaların bir uzantısıdır. Ne var ki öncesinde tek parti anlayışının merkezinde daha genel ve süreklilik arz edebilecek bir “çağdaşlaşma” kavramı varken, söz konusu dönemin politikaları daha dar bir kavram olan “Batı/Batılılaşma” gibi bir noktaya sıkıştırılmıştır (Coşkun, 2008, s. 141).

İlginçtir ki, bazı görüşlere göre, sanat, kültür ve eğitimin araçsallaştırılarak memlekette bir hümanizma dalgası oluşturulacak ve böylece Batı’yla bütünleşmek mümkün hale gelecekti; nihayetinde Batı’yla sentezlenen yeni bir Türk kültürünün inşası Türk Hümanizması’nın kurulmasından geçiyordu. Bu doğrultuda Türklerin tarihsel süreci de yeni bakış açısına göre yeniden gözden geçirilerek yeniden konumlandırılacaktı. Lise müfredatına Latince dersler eklenmesi ve Batılı klasiklerin Türkçeye tercümesi ilk uygulamalar olması hasebiyle söz konusu anlayışın bir yansımasıdır (Yılmaz, 2020, s. 2674).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1968–1972 yıllarını içerir ve planda kültürel alan yine aynı gaye ve prensipler doğrultusunda muhafaza edilmekte, fakat daha ayrıntılı bir planlama öne çıkmaktadır. Söz konusu dönemin kültür politikası üç temel ilke çevresinde şekillendirilmiştir: Birinci ilke gereği, kültür mefhumu hayat standardını artıran, yaratıcılığı tetikleyen bir erdem yansımasıdır; bu nedenle devletin, kültürel ve sanatsal alana yatırım yapması bireylerin hayat kalitesini ve yaratıcılık edimlerini olumlu yönde etkileyecektir. İkinci ilkeye göre, Türk kültürü ülke sınırlarını aşarak başka memleketlere açılmalı, ama aynı zamanda farklı coğrafyalar ve memleketlerin kültür-sanat hareketleri de toplumumuzla buluşmalıdır. Üçüncü ilkede ise, kültür-sanat alanındaki etkinliklerin toplumun gereksinimleri ekseninde desteklenmesi hedeflenmiştir. Destek kapsamına alınan alanlar arasında, eski Türk sanatları, folklor, eski eserler, müzeler, kütüphaneler, sahne sanatları, radyo, sinema, müzik vb. alanlar yer alırken, toplumdaki izler-çevrenin de genişletilmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda planlamanın, belediyelerden kamu kuruluşları ve gönüllü kuruluşların işbirliğine değin geniş bir çerçeveye dayandığı ifade edilmektedir (Lüleci, 2020, s. 1208).

Dil ve Edebiyat Alanındaki Yapısallıklar

Dil Alanında Öne Çıkan Özellikler

Bir toplum için en önemli kurumların başında dil gelir ve yine toplum, dil aracılığıyla oluşturulur. 1960 ile 1980 yıllarını kapsayan dönemin siyaset dili ideolojik bir söyleme yaslandığı içindir ki bu durum kendini kültür ve sanatta da göstermiş, bu da dilin topyekûn siyasallaşmasıyla sonuçlanmıştır.

15 Temmuz 1960 yılında gerçekleştirilen 9. Türk Dili Kurultayı’nda, terimleştirme prensiplerini ve metotlarını saptayabilmek amacıyla bir inceleme kaleme alınmış, üst kurulda değerlendirilerek alınan kararlar ilgili kurumlara ve kişilere iletilmiştir. Söz konusu dönemden başlayarak süregelen terimlerin Türkçeleştirilmesi ve tanımlanma çalışması, 10. Türk Dili Kurultayı’ndan XVIII. Kurultayı’nı gerçekleştirdiği 1982 yılına değin Terim Kolu’nun denetiminde sistematik olarak devam ettirilmiştir. Kurulduğu gündün bu yana sözcük ve terimleştirme meselesine değer atfeden, aşırı hassasiyet gösteren Türk Dil Kurumu, bu alanda yardımcı kitaplar yayımlayarak önemli bir boşluğu doldurmuştur (Kahraman, 2017, ss. 1301–1302).

Türk Dil Kurumu’nun sözü edilen dönem boyunca “öz dil” ya da “öz Türkçe” olarak adlandırdığı Türkçeden Arapça-Farsça sözcükleri çıkararak “özleştirme” faaliyetini, yani “tasfiye” sürecini sürdürmesi, bu kurumu tenkitlerin odağına yerleştirmiştir. Fakat daha da kötüsü, TDK’nın Türk Dili dergisi de bu sürece dahil olması, dergiyi kurumun bültenine dönüştürmüştür. Sözgelimi 1970 yılı itibarıyla derginin sayfalarında, Türkçenin özleştirilmesine ilişkin tartışmalar, çok yönlü ve kapsamlı bir şekilde yürütülmüştür (Özdemir & Dağtaş, 2014, s. 33).

O yıllarda dil meselesi ideolojik bir forma bürünmüş, 1960’lı yıllarla birlikte “öztürkçeleştirme” faaliyeti hızlanma eğilimine girmiştir. 1965’te iktidara gelen Adalet Partisi (AP), bu harekete karşı bir tutum takınarak süreci durdurmaya çabalamış, ancak 1970 yılında iktidarı kaybedince de hareket 1973 yılı itibarıyla yeniden ivme kazanmıştır.

Bu harekete karşı tavır alanların temel gerekçesi ise bunun Türk kültürüne zarar vermesiydi; dahası, Türkçeyi ve Türk dünyasıyla kurulu olan ilişkiyi zedelediğini öne sürüyorlardı. Dolayısıyla bir toplumda kişilerin tarihi ve kültürüne ulaşması için köprü vazifesi gören dilden bir kelimeyi çıkarmak, birey ve toplumun tarihi ve kültürüyle bağının zayıflamasına, hatta çok sayıda kelimenin atılması durumunda ise kopmasına neden olurdu. 1980’lere değin tarafların birbirlerini karşılıklı suçlayarak çatışmalı bir halde geçen dil faaliyetleri, böylesine gergin bir atmosferde sürdürülmüştür.

Edebiyat Alanında Öne Çıkan Özellikler

Türkiye’de edebiyat alanı 1960’lardan itibaren yazılı basında gitgide dışlanmaya başlamış, gazete sayfalarında önce yarım sayfaya düşürülmüş, ardından bir iki basit köşeyazarlığına ya da tefrika veya fıkra yazarlığına değin küçük bir sütuna hapsedilmiştir. Halbuki geride

kalan yüz yıl boyunca, yani 1860'lı yıllardan 1960'lı yıllara değin, handiyse tüm romanlar kitaplaşmadan önce ilkin herhangi bir dergi ya da gazetede tefrika edilirdi (Çıkla, 2009, s. 52).

Öyle ki, evvelden beri geniş kitlelerin edebiyat eserlerine erişmesinde bir araç vazifesi gören gazetelerin 1960'lı yıllarla birlikte tutum değiştirmesi, ülkemizde bu alana ilgi duyan kişilerin sayısının da düşmesiyle sonuçlanmıştır (Çıkla, 2009, s. 54).

Türkiye'de edebiyat eserlerinin 1960 ile 1980 arasını kapsayan dönemine baktığımızda, siyasi ve ideolojik bir dille kaleme alınan, merkeze sıklıkla köy ve köylülerin konulduğu bir türe tanık oluruz.

Devraldığı edebiyat mirasının etkilerini 1960'lardan sonra da sergileyen Türk edebiyatının, aynı dönemde bazı yeni eğilimleri de barındırmasına tanık oluruz. Sözgelimi şiir yazmaya devam eden İkinci Yeni şairlerinin bu hareketten uzaklaşmaya başlaması, İkinci Yeni hareketinin ise bir akım olma niteliğini yitirmesi sözkonusudur. Şiir çevrelerinde anlam-biçim sorunsalını tartışmaya açan varoluşçuluk kavramı, bilindiği gibi İkinci Yeni hareketinin felsefi zeminini belirlemekle kalmamış, Türk öykücülüğünü de çepeçevre kuşatmıştır. Bu dönem salt şiir ve öykü türünde değil, aynı şekilde romanda da hiçbir akımla ilişkilendirilemeyecek yazarlar mevcuttur (Özdemir, 2017, s. 83).

Türk edebiyatı ve şiirinde 1960 ile 1980'li yılların genel görünümü, söylem düzeyinde sosyalist, Marksist, milliyetçi ve İslamcı bir çizgiden oluşmaktadır. Edebiyat yapıtlarında öne çıkan toplumcu gerçekçi düşünceye rağmen, bu dönemde tümünden azade yazarlar da görülecek, belki de 1980'li yılların ardından belirecek yeni yazınsal arayışın da ilk temsilcileri olacaklardır.

Sahne Sanatlarındaki Yapısal Görünümler

Tiyatro Alanında Öne Çıkan Özellikler

1960'ların ortalarında Muhsin Ertuğrul yönetiminde "altın çağı"ni yaşayan İstanbul Şehir Tiyatrosu bünyesinde, kentin farklı farklı noktalarında açılan tiyatrolar aracılığıyla çok sayıda izleyiciyle buluşulur. Kadro ve repertuar olarak yenilenen ve zenginleşen tiyatrodaki 1960'lı yıllar, oyun yazarlığının zirveye çıktığı ve genç kuşaktan yazarların oyunlarının sahnelendiği yıllar olmuştur (Erkoç, 1995, s. 18). Bu dönemde çeşitli tiyatro gruplarının yanı sıra, geleneksel tiyatrodan faydalanan popüler halk tiyatroları da ortaya çıkmıştır, bunlar geleneksel türün meddahlık ve tuluat tiyatrosu gibi yönlerinden faydalanmıştır (Erkoç, 1995, s. 19).

1960'lı yıllar, yazarlar ve tiyatro oyuncularının toplumsal hareketliliğe ve politik eylemlere dahil olması, toplumu dönüştürme çabalarının tiyatro faaliyetleriyle sınırlı olmadığını göstermesi bakımından önemlidir; öte yandan yazar ve oyuncuların bu özelliği, aynı zamanda onları kendilerinden önceki nesillerden kesin ve belirgin çizgilerle ayırır. 1960 ile 1980'li yılları kapsayan dönemde, sol hareketin tiyatroya ilgisinin artışına paralel siyasi temaları da yoğun bir biçimde ele aldığı görürüz. Bu bağlamda sol dünya görüşüne sahip yazarlar, politik fikirlerini kitlelere doğrudan iletebilmek amacıyla arka arkaya tiyatro grupları kurmuş, politik eksensiz metinler kaleme alarak seyircilere toplumsal yapıdaki hataları göstermeye çalışmış, politik tiyatro anlayışının eğiticiliği ve iyileştiriciliğini öne çıkarmışlardır (Özmen, 2015, ss. 422–423).

Çağdaş tiyatro anlayışına göre, tiyatro, sosyal meselelerin işlenmesinde bir araçtır ve sözü edilen dönemde Türkiye'de tiyatro alanında belli bir ideoloji çerçevesinde ajitatif/provokatif oyunlar sahnelenmiş, izleyicinin harekete geçmesi arzu edilmiştir. Aynı anlayışın bir ürünü olarak tiyatro, içi boşaltılmış, salt eğlenceden ibaret bir sanat dalı değil, düşünsel ve felsefi arka planı olan bir sanattır (Buttanrı, 2010, ss. 63–64). 1970'lerin siyasi konjonktürü toplumsal hareketliliğin yükselişine neden olmuş, bu durum tiyatro alanına da sirayet ederek sosyal meselelerin büyük bölümünün sahneler taşınması ve tartışılmasına, alabildiğine dinamik bir yapının ortaya çıkmasına kapı aralamıştır (Buttanrı, 2010, s. 68). Böylesi devingen bir süreçte Şehir ve Devlet Tiyatroları'nın yanı sıra özel tiyatrolarda da benzer bir durum yaşanmış, sahnelenen oyunlarda Batılı tiyatro anlayışının hâkimiyeti gözlemlenmiştir (Buttanrı, 2010, s. 75).

Sözkonusu yıllarda geleneksel çizgi ile Batılı anlayışın iç içe geçerek daha önce benzeri görülmemiş bir çoğalmaya yol açtığı tiyatro dünyası, geleneksel mirası yeniden yorumlayarak Batı seviyesine ulaşmaya, Doğu-Batı ekseninde kendini konumlandırmaya, bu alanda yeni bir sentez yaratmaya çalışmıştır. Aslında o yılların tiyatro alanındaki gelişimine bakılacak olursa, toplumsal hareketlilik ve sosyal değişimin izleri de kolaylıkla görülür (Ökten, 2010, s. 63).

Bu dönemde Türk tiyatrosunda, ağırlıklı olarak toplumcu tiyatro bakışı hâkimdir. Dolayısıyla halkın sorunlarına ve sömürülmesine vurgu yapılarak kitleler içinde bir farkındalık yaratmak, bilinç oluşturmak hedeflenmiştir. Öte yandan milliyetçi-muhafazakâr cepheye ise, edebiyat alanında kalem oynatan yazarların yapıtlarında kendini komünizm eleştirisi olarak gösterir; ancak buradaki eleştiri bu ideolojiden ziyade, çağdaş ve şehirli bireyin varoluşsal krizi, sosyal çözülme ve geleneksel değerlerin yitirilişidir. O dönemde salt politik mesajlar veren, yönlendirilmekten ibaret bir sanat anlayışı yoktur, aynı zamanda evrensel tiyatro düzeyini yakalamış bir tiyatronun mevcudiyeti de sözkonusudur (Ulaş, 2019, s. 409).

1960 ile 1980 yıllarını kapsayan süreçte toplumun siyasi ve iktisadi değişimi tiyatronun yapısını da şekillendirmiş, işlediği temalar üzerinde evvelki yıllara oranla daha belirleyici olmuştur. Politik tiyatroyu toplumsal gerçekçilikten ayrı tutmak neredeyse imkânsızdır; dolayısıyla bu dönem, sosyal meselelerin tiyatro oyunlarında yoğun bir biçimde işlenmesini, politik oyunların sıklıkla yazılıp sahnelenmesini de beraberinde getirmiştir. 1960'lı yılların Türkiye'sinde toplumun ana meselelerini gecekondulaşma süreci, kırsaldan şehirlere doğru gerçekleşen göç hareketleri ile yabancılaşma/yalnızlaşma duygusu ve kültürlerarası çatışma olgusu oluşturuyordu. Tiyatronun araçsal-laştırılarak seyirciyi bilinçlendirme çabasına yönelmesi de işte bu sebeptendir (Özmen, 2015, ss. 420, 422).

Opera ve Bale Alanında Öne Çıkan Özellikler

1957 yılı, bale alanında bir dönüm noktası niteliği taşımaktadır; o yıl devlet konservatuvarının bale bölümünden mezun olan ilk öğrencileri, Devlet Tiyatrosu'nun kadrosuna katılarak bu sürecin başlatıcısı olmuş, üç yıl sonra da *Büyüleyen Aşk* adlı eseri sahneye koyarak ilk gösterisini yapmıştır. Türkiye'nin bale sanatındaki ustalığının bir ölçüde tescillenmesi 1961 yılında sahneye konulan *Coppelia* balesi

olmuş, bu alanda önünü görmesini sağlamıştır. Sonrasında ise bu süreci 1964 yılında sahneye konulan, bestesini Ferit Tüzün'ün yaptığı, *Çeşmebaşı* adlı ilk Türk bale eseri takip etmiştir (Coşkun, 2008, s. 138).

Bale etkinlikleri dönem itibarıyla incelendiğinde, 1965–1966 yılında Türk seyircisine *Kuşu Gölü*, *Hançerli Hanım Balesi*'nin sunulduğu görülür. Aynı yıl Opera bölümleriyle birlikte Tiyatro Genel Müdürlüğü'nden ayrılan Devlet Balesi, artık ayrı bir genel müdürlük olmuştur. Tiyatro etkinliklerine ilaveten, bale ve opera gösterilerinin halkın eğlenebileceği etkinliklerin arasına girmesi 1950'li yılların sonlarına doğru olmuş; ancak opera ve balenin bir tek büyükşehirlerle bulunması nedeniyle ülke nüfusunun genelini kapsamadığı, birçok kentte hayata geçirilen tiyatroların ise geniş halk kitlelerine hitap edebildiği görülmüştür (Şahin, 2016, s. 1300).

Plastik Sanatlardaki Değişim

1970'li yıllar, Türkiye'de sanat piyasasının oluşumu doğrultusunda birtakım hamlelerin yapıldığı yıllardır. Bu yıllarda yabancı kültür merkezleri, bankalar, devlet galerileri ve eğitim kurumlarına ek olarak özel galerilerin de sayıca çoğalmasına paralel sergi düzenleme imkânları da artmış, koleksiyonculuğun gelişmesi sağlanmıştır. Ayrıca, mevcut eğitim ve öğretim alanına, kültür kurumlarına ve etkinliklere yönelik iyileştirme tartışmaları ve tavsiye süreçleri on yıllık bir dönemin düşünsel yapısını biçimlendirmiş, sanatçılar arasında dayanışma olgusunun gündeme gelmesi ve sanat yayınlarında niceliksel bir artışın ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır (Arat, 2007, s. 70).

Plastik sanatlarda, 1970'li yılların ikinci yarısında her ne kadar sanat piyasasının oluşumuna, etkinlik ve sergilerin artışına ve özel galeri sayılarının çoğalmasına tanık olsak da, devletin sanat çevrelerine destek sunmaması ciddi bir mesele olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal güvenceden yoksun olan sanatçılarla ilgili herhangi bir yasal düzenleme gerçekleştirilmediği gibi, kapalı duran İstanbul Devlet Resim ve Heykel Müzesi'nin durumunda da bir gelişme yaşanmamış, "ulusal müze" açılması noktasında ise en küçük bir adım dahi atılmamıştır (Arat, 2007, s. 71).

Güzel sanatlar alanında 1970 ile 1980 arası döneme bakıldığında, eğitim-öğretimde faaliyet yürüten üç akademik kurumun varlığı göze çarpar. Bu kurumlar arasında sadece İstanbul'da faaliyet yürüten Devlet Güzel Sanatlar Akademisi ve Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu'nun yanı sıra, bir de Ankara'da bulunan Gazi Eğitim Enstitüsü Resim-İş Bölümü aktiftir. Öte yandan, ortaöğretime resim öğretmeni yetiştirme görevini üstlenen, 1947 yılında yine İstanbul'da kurulan Atatürk Eğitim Enstitüsü Resim-İş Bölümü ile 1961 yılında Samsun'da ve 1963 yılında Buca'da hayata geçirilen Eğitim Enstitüsü Resim-İş bölümleri gibi enstitüler bulunmaktadır. Türkiye'de açılan ilk güzel sanatlar fakültesi unvanına sahip olan ve 1975 yılında İzmir'de kurulan Ege Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi ise, öğretim faaliyetine ancak 1980'li yıllar itibarıyla başlayabilmiştir (Arat, 2007, s. 89).

1970'ler, aynı zamanda pek çok müzenin de var olduğu yıllardır. Bunlar, Milli Savunma Bakanlığı'nın askeri müzelerinden Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün müzelerine, Kültür Bakanlığı bünyesindeki tarih, sanat, etnografya ve arkeoloji müzelerinden kimi kuruluşların müzelerine değin çeşitlilik içeren yapılar olmasının yanı sıra, evrensel normları yakalamaya ve müzeciliğe özgü temel problemleri aşmaya çalışan yapılar olmuşlardır (Arat, 2007, s. 83). Fakat yine de 1970 ile 1980 arasını kapsayan dönemde görsel sanatlarda varlığını hissettiren tek müze, İstanbul Devlet Resim ve Heykel Müzesi'dir ve bu müze, sanat çevrelerinin gündemine girebilmesi açısından da kayda değerdir. Ayrıca, İzmir Devlet Resim ve Heykel Müzesi de 1973 yılında müzeye dönüştürülmüş, ne var ki ekseriyetle bir galeri gibi faaliyet yürütmüştür. Öte yandan, Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi de ancak 1980 yılında hayata geçirilebilmiştir (Arat, 2007, s. 84).

Müzik Alanındaki Yapısal Görünümler

1960 yılların Türkiye'si, müzik alanında da önemli değişimlere işaret etmektedir; bilhassa büyük kentlerin özel okullarında eğitim gören gençlerin rock'n roll'dan etkilenmesi veya Anadolu Pop tarzı sentezler yapma arzusuyla müzik grupları oluşturması, müzik eğitimine de öncelikle gitarı ve diğer enstrümanları dahil ettirmeleriyle sonuçlanmıştır (Coşkun, 2008, s. 137).

Müzikte dönemin ruhuna uygun bir biçimde çoksesliliğin hâkim olduğu 1970'lerde, eğlence yaşamına genel olarak yön veren gazinolardır; TRT ekranlarında ise Türk Halk Müziği ya da Türk Sanat Musikisi'nin güzide örnekleri gösterilirken, herhangi bir şarkının burada kendine yer bulabilmesi ancak denetimden geçebilmesi halinde sözkonusudur (Arat, 2007, s. 35).

Televizyonun etkisinin giderek arttığı bu dönemde, arabesk müzik de halk arasında yaygınlık kazanmıştır. Fakat bir devlet/hükümet politikası olarak bunun önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Bu dönemde yine ilk kez, zorunlu müzik dersine ilaveten müfredata, çalgı ve çalgı grupları ismiyle seçmeli dersler de getirilmiştir. Yine bu dönemde Devlet Opera ve Bale Müdürlüğü sayesinde de İstanbul ve Ankara başta olmak üzere büyükşehirlerde operalar açılmaya başlanmıştır.

Türk Sinemasında Öne Çıkan Özellikler

Türkiye'de sinemamızın altın çağı olarak nitelendirilen 1960 ile 1970 yıllarını kapsayan dönem, star uygulamasının etkili olduğu, halkın da sinemaya yoğun ilgi gösterdiği bir dönemdir. Sosyalleşme ve kimlik edinme faaliyetinin yanı sıra büyüleyici bir etkinlik alanı olarak da görülen sinema, o yıllarda, geniş bir hayal âleminin kapılarını da aralayan bir fonksiyona da sahipti (İlbuğa, 2018, ss. 63–64). Halkın sinemaya olan özlemi 1960'lı yılların koşullarında Anadolu'yu sinema salonlarıyla doldurmuş, sonraki süreçte ise 1970'li yıllarda azalan taleple birlikte salonların kapılarına peş peşe kilit vurulmasıyla sonuçlanmıştır (Tüzün, 2013, s. 91).

Genel hatlarıyla 1960 ile 1980 arası, Türk sinemasının aynı zamanda mevcut toplumsal ve siyasi atmosferden bütün yönleriyle payını aldığı bir döneme işaret eder. Ancak bu, tek taraflı değil, karşılıklı bir etkileşim halinde olmuş; var olan değişim süreci sinemaya yansdığı ölçüde, sinema da toplumsal yapıya yansımıştır. Öyle ki sinemamızda önemli bir kesiti içeren 1960 ile 1980 arası dönem, makro düzeydeki değişim ve gelişmelerden geçerken, ülkenin sosyal-siyasal ortamını belki de en iyi yansıtan tek alan olmuştur (Tugen, 2014, s. 161).

Ülkemizde 1960 darbesinin ardından sinemanın merkezine toplumsal meselelerin konulduğu; 1960–1980 arası çevrilen toplumcu-gerçekçi filmlerde göç olgusunun yanı sıra, aile yapısındaki değişimlerin de ele alındığı ve bireylerin –yani kadın, erkek ve çocuğun– aile içindeki konumlanışının irdelendiği görülmektedir; sanayi alanındaki hızın ve kentleşmenin bireyler üzerindeki etkilerine değinilmekte, bu bağlamda yabancılaşma süreçlerine vurgu yapılmaktadır (Tugen, 2011, s. 55).

Sözkonusu dönemde çekilen filmler, aynı zamanda siyasal yaşamdaki hareketliliğe, politik süreçlere, ideolojik farklılaşmaya, zengin-yoksul ayrımına, propaganda faaliyetlerine ve sınıflar arası çekişmeye de yer vermiştir (Lüleci, 2020, s. 1201).

Dönemin sinema anlayışında da karşılığını bulan 1960 ile 1980 arasındaki sosyal-siyasal olaylar, beraberinde politik sinema kavramını getirmiş, o yıllarda çevrilen tüm filmler politik ekseninde yapılmıştır. Sözkonusu dönem, odağına sosyalist düşüncenin alındığı, fakat farklı düşüncelerin de etkisini göstermesi bakımından önemlidir. Kırsal kesimdeki çetin yaşam koşullarından sanayileşme süreçlerine, ülkenin sosyal yapısından işçi sınıfının niteliğine, göç olgusundan gecekondulaşma ve kentleşme sorunsalına değin bir dizi mesele ele alınmıştır (Tugen, 2014, s. 160).

1960'lı yıllar sinemada bir başka durumu da gündeme getirmiştir; o da dönemin filmlerinden bazılarının uluslararası festivallere katılarak ödülleri almasıdır. Benzer şekilde 1960'ların başından itibaren Türkiye'de de kısmen devletin desteğiyle İzmir, Ankara, Adana ve Antalya gibi kimi şehirlerde film şenlikleri tertip edilmiştir. Sözgelimi Antalya'da ilk defa bir film şenliğinin tertip edilmesi 1964 yılına rastlar. O dönem itibarıyla sinemaya ilişkin bu türden şenlikleri düzenlemenin amacı, geniş halk yığınlarına ulaşabilmenin araçlarından biri olduğuna inanılmasıdır (Uluç, 2009, s. 69).

Yönetmen Metin Erksan'ın çektiği *Susuz Yaz*, Berlin Film Festivali'nin en önemli ödülüne, Altın Ayı'ya değer görülmüş, bu da Türk yönetmenleri cesaretlendiren itici bir unsur olmuştur (Lüleci, 2020, s. 1226).

Türkiye'de Marksist bakış açısının sinemada temsil edilmesi ilk olarak toplumcu-gerçekçi yönetmenlerde görülmüştür; sonraki süreçte kendi aralarında anlaşmazlığa düşerek fikri düzeyde bir kopuş yaşanmış, Ulusal Sinema ve Devrimci Sinema akımları şeklinde ikiye bölünmüşlerdir. Kısa bir süre sonra ise bu kervana Milli Sinema Akımı da katılmış, böylece üç ayrı sinema akımı ortaya çıkmıştır (Lüleci, 2020, s. 1226).

Devletin 1950'li yıllarda kültür ve sanat alanından elini çekmesinin ardından 1960 ile 1980 arası dönemdeki sanat çevreleri tarafından askeri müdahaleyle gelen darbe yönetimine bu alanı gözeteciğine inanması nedeniyle pozitif bir gözle bakılmıştır. Birtakım teşebbüslerin de yaşandığı bu dönemde, iktidar mahfillerinde kültür ve sanata yönelik daha etkin bir politikanın yürütülmesi noktasında bazı çağrılarda bulunulur. Bir kısmı sonuçsuz kalan bu teşebbüsler, yine de bazı sanat dallarında bir hareketlenmeye neden olur, ancak devlet desteğinden en az payı da yine sinema alır. Zira o dönem, 1948 ve 1957'de üzerinde kimi küçük oyunmalar yapılan 1939 tarihli "Filmlerin ve Film Senaryolarının Kontrolüne Dair Nizamname" hâlâ yürürlüktedir. 1960'lı yıllar boyunca hem iktidar hem de sinema çevrelerinde bu nizamnamenin değiştirilmesi için verilen kanun teklifleri, yapılan toplantılar, sunulan raporlar ve düzenlenen şuralara karşın yine de bir gelişme kaydedilemediği gibi, bilhassa toplumcu yönetmenler ve filmler Film Kontrol Komisyonları'nın sansürüne takılır. Sözkonusu nizamname gereği çok sayıda film, daha senaryo veya vizyona girme ya da yurtdışına çıkma safhasındayken türlü yasaklar ve düzeltme süreçleriyle karşı karşıya kalır (Lüleci, 2020, s. 1226).

Moda ve Giyim Kuşamındaki Değişimler

Avrupa'da 1968'li yıllarda gençlerin başlattığı özgürlük hareketleri ve Türkiye'nin basın-yayınında meydana gelen kimi gelişmeler, bazı toplumsal değişimlere yol açmıştır. 1960 yılındaki askeri darbenin ardından çarşaf giymeyi yasaklamayı amaçlayan yerel tedbirlere karşın, 1961 Anayasası'yla birlikte yazılı basında o güne değin yayımlanmasına izin verilmeyen sayfaları Avrupa dergilerinden alınan ecnebi kadınların çıplak görüntüleriyle süslenirken, bir yandan da sansasyonel habercilik yapılmaya başlanır (Yetmen, 2011, s. 185).

1968 yılı ise kılık kıyafet alanında ciddi bir dönüşüme sahne oldu; siyasi hareketin taşıyıcısı olan genç erkekler önce takım elbiselerini çıkartıp ütülü pantolonlardan fitilli kadife pantolonlara geçiş yaparken, genç kızlar da frapan renkli, son moda elbiseleri kenara atıp mümkün mertebe sade giyinmeye başladılar. Dış görünüş, bağlı bulunulan fraksiyonun önemli bir işareti kabul edilerek, sarkık bıyıklılar ile pos bıyıklılar düşünsel ve fiili anlamda birbirinden ayrıldı (Yetmen, 2011, s. 186).

Türkiye toplumunda 1960 ile 1970 arasını kapsayan on yıllık dönemde salt giyim kuşam alanında değil, hayatın tüm alanlarında Batı modasının egemenliği görülmüştür. O dönem mağazacılık ve hazır giyimin henüz kıpırdanmaya başladığı yıllardı; mefruşatçılardan kumaş alan kadınlar sözkonusu dönemin kadın dergilerinden kalıplar ve modeller seçerek kendileri dikerler veya terziye sipariş verirlerdi. Bütün bir toplumun kılık kıyafetine dikkat ettiği, saçına ve oturuşuna özen gösterdiği, saygının ve görgü kurallarının ön plana çıktığı, tertiliğin bir el sanatı olmayı halen sürdürdüğü, moda haberleri ve fotoğraflarının dergi ve gazeteler vasıtasıyla o günlere anlam kattığı bir dönem olmuştur ve 60'lı yılların sonları bu dönemin son günleri olarak anılır. Böylece genç orta sınıfın giysi modasında kişisel zevkler ve göz alıcılık hâkim kılınarak "imaj devri"ni başlatılmış, dönemin ortalarında ise etek boyları kısaltılıp mini eteğe geçilerek bacıklar ön plana çıkarılmıştır. 1970'li yılların başları itibarıyla gündelik hayatı artık sadece sinema değil, televizyon da belirlemeye başlamış, kentten köye değin toplumun her kesimini etkilemiştir. Televizyonun köy yerlerine ulaşmasıyla birlikte kırsal alandaki kadın kıyafetleri de geleneksel yapıdan uzaklaşarak değişmeye başlamıştır. Gitgide bireyselleşen giyim kuşamı; farklı tarzlar, önceki yılların modaları, yerel giysiler ve köylü kıyafetlerinin ölçsüz bir karışımına dönüşmüştür. 68 kuşağının "çiçek çocukları" belki yaşam biçimleriyle değil ama kılık kıyafetleriyle Türkiye'de de belli kesimleri etkilemiştir; barış yanlısı olan bu kuşak, istediği şeyi yaşamaktan asla geri adım atmıyan ve bunu gerçekleştirebilen yapısıyla da bugüne değin en tutarlı hareket olarak görülmüştür. Kıyafetlerinde dünyanın çeşitli kültürlerinin folklorik özelliklerini de sergileyen bu kuşak, sentetik ve yapay kumaşlar yerine sadece doğal malzemelerle yapılan giysileri benimsemiş, o dönemin doğallık arayışı kendini el boyamaları, işlemeler, aplikeler ve el örgülerinde göstermiştir (Kumaş, 2018, ss. 246–247).

Moda tarihinde bugün bile benimsenen değerleriyle incelenmeyi hak eden önemli bir geçiş evresine işaret eden 1960 yıllar, o zamana değin var olan klasik giyimde kullanılan malzeme, model, biçim, tarz ve aksesuarlar gibi çok sayıda değişime imza atmıştır. Günümüz modasını biçimlendiren etkenler araştırıldığında bugün halen tercih edilen giysilerin biçim, model ve tarz olarak kökeninin o yıllara dayandığı görülmektedir. (...) 1960'ların kültür ve sanat hareketleri, bugünün yaşama biçimlerinden kadın kimliklerine ve modaya değin uzanan geniş bir alana yayılmaktadır (Yetmen, 2011, s. 14).

1960'larda meydana gelen kültürel değişimin giyim alanına en büyük katkısı, resmiyete uzak bir giyim anlayışını getirmesiydi. Bu durum özellikle kadınlar açısından, feminist hareketin tarih boyunca kadın bedenini sınırlandıran her türlü kıyafeti reddeden duruşunun bir uzantısıydı. Sözgelimi kadınların birçoğu zaten sutyen takmadığı gibi, otuzlu-kırkklı yıllarda bir çeşit bir üniformayı andıran, hareketleri kısıtlayan "korse" kullanımı da alabildiğine düşmüştü. Dahası artık genç erkekler ve kadınlar ordunun dağıttığı üniformalar ve blucin pantolonlarla dolaşarak hemen hemen aynı şekilde giyinirken, erkekler de artık kravat takma gereği duymuyordu (Yapıcı, 2005, ss. 69–70).

Sonuç

Türkiye'de 1960'lı yıllar, sanat alanındaki sorunların kamuoyu önünde dile getirildiği yıllardır. Söz konusu dönemde devletin desteği ve teşviki, sanatın ve sanatçının üretimleriyle geçinebilecek hale gelebilmesi, telif haklarının teminat altına alınması, sanatın yaygınlaşması, Türk sanatının yurtdışına çıkması, sanat müzeciliğinin hareketlendirilmesi gibi temel meselelere ilişkin öneri ve görüşler tartışılmıştır. Genel kalkınma planı doğrultusunda 1960 ile 1965 yılları arası kültürel alanda da kalkınmanın hedeflendiği planlama faaliyetleri hazırlanmış, Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde toplanan danışma kurullarında, devletin kültür ve sanat alanındaki çalışmaları ve tedbirleri değerlendirilmiştir. Sanat çevrelerinde ise bu dönem Kültür Bakanlığı'nın kurulması ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın genel ve mesleki eğitim haricindeki faaliyetleri bu bakanlığa devretmesi gerektiği fikri öne sürülmüştür (Arat, 2007 s. 70).

3 Kasım 1969'da tek başına iktidara gelen –ve 6 Mart 1970'e değin süren– Adalet Partisi'nin 12 Mart 1971 ara rejimi öncesinde kurduğu II. Demirel Hükümeti'nin programında, kültür meselesi, bölge tiyatrolarının kurulması, geleneksel değerlerin araştırılması ve tarihi turistik bölgeler ile arkeolojik bulguların yer aldığı müzelerin açılarak yurtiçi ve yurtdışında tanıtımlarının yapılması hedeflenmiştir (Arat, 2007, s. 74).

1971–1974 yıllarını kapsayan dönemde ise, II. Erim, Melen, Talu hükümetlerinin programlarında da kültür ve sanata hiç yer ayrılmadığını veya bir iki cümleyle savsaklandığını görürüz. Kültür politikalarında İrmak Hükümeti genel olarak "ahlakta, kültürde ve eğitimde millilik" ilkelerini benimsemiş; "ulusal kültür ve değerlerin korunması ve yaygınlaştırılması" noktasında da gerekli tedbirlerin ayrıca kurulacak bir bakanlığın denetimine verilmesi öngörülmüştür (Arat, 2007, s. 74).

Milli Selamet Partisi'yle 26 Ocak ile 17 Kasım 1974 tarihleri arasında koalisyon oluşturan I. Ecevit Hükümeti'nin programında ise kültür-sanat meselesi; "Kültür ve sanat kuruluşlarının daha verimli hale getirilmesini, sanatın halka dönük ve herkesin faydalanabileceği bir biçimde gelişmesini ve bu faaliyetlerin yurdun en uzak bölgelerine kadar yayılmasını sağlayacak tedbirler alınacaktır" ifadeleriyle yer almıştır (Arat, 2007, s. 75).

I. Milliyetçi Cephe Hükümeti olarak adlandırılan, 31 Mart 1975 ile 21 Haziran 1977 tarihlerinde ülkeyi yöneten IV. Demirel Hükümeti programında da, yine genel hatlarıyla eğitim politikaları temel alınmış, kültürel alandaki gelişmelerin, yeni kuşaklara aktarımının "milli kültüre" dayalı bir eğitim anlayışıyla gerçekleştirilebileceği belirtilmiştir (Arat, 2007, s. 75).

Nihayetinde, 1970 ile 1980 yılları arasında, on yıllık bir zaman dilimi içinde sanatçılar, mevcut sistemi değiştirmek arzusuyla hareket etmiş, 1970'li yılların sanatçı kuşağının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bunun yanı sıra, sanat galerileri, bağımsız oluşumlar, yayınlar, dışarı açılma süreçleri, sanatın ticari değerini tespit etmeye dönük teşebbüsler ve koleksiyonerler ile sanat ortamı devletten bağımsızlaşmaya başlamış, disiplinler arası ayrımları ortadan kaldıran tartışma ve sorgulamalar aracılığıyla da çağdaş Türk sanatında zamana kadar var olan anlayışların değişimine zemin oluşturmuştur (Arat, 2007, s. 199).

27 Mayıs 1960 yılında gerçekleştirilen askeri müdahale, sosyal ve iktisadi alanda yapısal değişikliklere yol açmış, kültür ve sanat alanı da bu değişimden payına düşeni almıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Declaration of Interests: The author has no conflicts of interest to declare.

Funding: The authors declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Arat, G. B. (2007). *1970–1980 yılları arasında Türkiye'de kültürel ve sanatsal ortam* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
 Buttani, M. (2010). Cumhuriyet devri Türk tiyatrosunda batı etkisi. *Turkish studies dergisi*, 5(2), 50–91.
 Çıkla, S. (2009). Tanzimat'tan Günümüze gazete-edebiyat ilişkisi. *Türkbilgi Dergisi*, Sayı, 18, 34–63.

- Coşkun, M. (2008). *Türk müzik kültürüne yönelik Planlı kalkınma dönemi politikaları ve türk müzik eğitimine Etkileri* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Erkoç, G. (1995). Çok Partili dönemde tiyatro ortamı ve kimlik arayışı. *Tiyatro Araştırmaları Dergisi*. 12(12), 17–25.
- İlbuğa, E. (2018). 1960–1970’li Yıllarda Antalya’da sinema İzleme Deneyimleri. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*. 5(1), 61–90.
- Kahraman, M. (2017). Türk Dilinin Cumhuriyet devri Terimsel Gelişim Sürecine tarihi bakış üzerine. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. 6(2), 1289–1312.
- Kumaş, Ş. N. (2018).yy Türk Kadın Giyimine Genel Bakış. *Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Öğrencileri Dergisi*, 20(4), 239–251.
- Lülecı, Y. (2020). 1960’lı Yıllarda Türkiye’de İktidar ve Sinema İlişkileri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 8(2), 1201–1233.
- Ökten, Ö. (2010). *1960 sonrası türk tiyatro Eleştirisinde ulusal tiyatro tartışmaları* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Özdemir, M., & DAĞTAŞ, A. (2014). Dilde Sadeleşme tartışmaları: 1970 yılı "türk dili" Dergisinde Arapça, Farsça ve batı Dillerinden gelen Kelimelere karşı Takınılan tavır. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisi*. 11(26), 27–51.
- Özdemir, Z. (2017). *Türkiye’de edebiyat eleştirisi (1960–1970)* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Özmen, Ö. (2015). Türkiye’de politik tiyatronun Gelişimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*. 1(55), 422–436.
- Şahin, K. B. (2016). 1960–1980 dönemi Türkiye’sinde boş zaman etkinlikleri eğlence spor üzerine makale. *IJSSER Uluslararası Dergi*. 2(4), 1297–1309.
- Tugen, B. (2011). *Türk Sineması’nda düşünce oluşumu: 1960–1980 dönemi yönetmenleri ve filmleri* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Tugen, B. (2014). 1960–1980 Darbeleri arasında Türk Sinemasında düşünce oluşumu ve Filmlerin Sosyolojik Görünümleri, 21. *Yüzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi*, 7, 160-175.
- Tüzün, S. (2013). Multipleks sinema Salonları ve Türkiye Örneğinde sinema Sektöründe Değişen güç Dengeleri. *Sinema Araştırmaları Dergisi*. 4(1), 85–115.
- Ulaş, M. (2019). *1960–1980 arası türk tiyatro edebiyatı Metinlerinin Tematik Tahlili* [Basılmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Yapıcı, M. (2005). *Giyimde Pop-Art (1960’lı Yıllarda Pop-Art’ın Giyim Tasarımına Etkisi)*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Yetmen, G. (2011). *Türk Toplumunda 1960’lı Yılların Yaşam Tarzı Dinamiklerinin Kadın Dış Giyim Modasına Etkileri* [Sanatta Yeterlilik Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Yılmaz, L. (2020). Türkiye’de Batıcılık-Bağımsızlıkçılık Karşıtlığının 1960–1980 döneminde yeniden Üretilmesi. *Belgi Dergisi*. 2(20), 2657–2683.

Bir Sorun Olarak Çeviri Etkinliğinin Anatomisi

Anatomy of Translation Activity as a Problem

Melik BÜLBÜL 

Atatürk Üniversitesi, Kazım
Karabekir Eğitim Fakültesi, Yabancı
Diller Eğitimi Bölümü Alman Dil &
Eğitimi, Erzurum, Türkiye



ÖZ

Dil olgusunun gizemli yapısı içinde pek çok yaşamsal bileşenin kodlarını bulmak mümkündür. Bu durum, dilin kendi deseni içinde varlık bulan yanını gösterir. Dil ve kültür bileşenleri veya dizgesi içinde yakın bir ilişkinin varlığı göz önünde bulundurulursa bir kültür taşıyıcısı olan dil evreninin çok yanlı bir etki alanının olduğu tespit edilebilir. Bu saptamanın kültürler arası yakın ilişkinin veya etkileşim ağının, çeviri etkinliği üzerinde yapıldığı; daha doğrusu işlendiği dikkate alındığında, çeviri etkinliğinin dil ve kültür ağında çokgenli bir ilişki alanı yarattığı görülür. Bir dilden başka bir dile o dilin dilsel kodları ile şifrelenmiş anlam katmanlarının aktarılması veya taşınması çevirmenin, çeviri olgusunun, kültürün, dilin kültür potasındaki algısının, dönemsel algı biçimlerinin, bireysel dil algısı ve standart dil normlarının kurallarının bütün olarak çeviri etkinliği içinde hamule olmuş bir bulamaç olduğuna tanık olunur. Bu çalışmada, dil, kültür, çeviri, anlam katmanları, metin türlerinin özellikler bağlamında söz konu ilişkilerin boyutu irdelenmiştir. Dilin kültürle olan yakın ilişkisinin çeviri etkinliğinde pek çok sorunları da beraberinde getirdiği uygulamalı olarak ele alınmıştır. Geniş bir etki alanı olan dil olgusunun kültürel boyutunun, insan yaşamında iletişime yönelik olarak getirdiği çok katmanlılığı, günümüzde üzerinde önemle durulan bir uğraşı olmuştur. Çalışmada bu bağlamda, kültürel farklılıklardan kaynaklanan çeviri etkinliğinin güçlüklerinin ortaya konulmasına çalışılmıştır. Dil evreni, kendi malzemesiyle kültür evreninden geçerek çeviri ürünleri sayesinde diğer dillere, kültürlerle dolayısıyla evrenlere ulaşma imkânı bulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: dil, anlam, çeviri, kültür, metin dili, anlam katmanları

ABSTRACT

It is possible to find the codes of many vital components within the mysterious structure of the language phenomenon. This situation shows the side of the language that finds itself in its own pattern. Considering the existence of a close relationship within the language and culture components or system, it can be determined that the language universe, which is a culture carrier, has a multilateral domain of influence. It is stated that this determination was made on the translation activity of the close intercultural relationship or interaction network; rather, considering that it is processed, it is seen that the translation activity creates a polygonal relationship area in the language and culture network. Transferring or transferring the layers of meaning encoded with the linguistic codes of that language from one language to another is a slurry of the translator, the phenomenon of translation, the culture, the perception of the language in the cultural pot, the periodic perception forms, the individual language perception, and the rules of standard language norms as a whole is witnessed. In this study, the dimensions of the relations in question in the context of language, culture, translation, layers of meaning, and text types were examined. The close relationship between language and culture, which brings many problems in translation activity, has been discussed in practice. The multi-layeredness of the cultural dimension of the language phenomenon, which has a wide area of influence, for communication in human life, has become an important occupation today. In this context, in this study, it has been tried to reveal the difficulties of translation activity arising from cultural differences. The language universe, with its own material, passes through the cultural universe and finds the opportunity to reach other languages, cultures, and therefore universes, thanks to translation products.

Keywords: Culture, language, layers of meaning, meaning, translation, text language

Geliş Tarihi/Received: 27.04.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 29.09.2022

Sorumlu Yazar/Corresponding author:

Melik BÜLBÜL

E-mail: bulbulm@atauni.edu.tr

Cite this article as: Bülbül, M. (2023). Anatomy of translation activity as a problem. *Current Perspectives in Social Sciences*, 27(1), 67-73.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

İnsan dil ile varlık buldu, dil ile yaşıyor ve dil ile var kalacaktır. Son yıllarda bilimsel çalışmalarda görülen baş döndürücü gelişmelere tanık oluyoruz. Bu gelişmelerin daha çok dil, kültür ve toplum ilişkisi

üzerinde yoğunlaştığı bilinen bir gerçektir. Dil alanındaki bu gelişmeler toplumsal değişikliklere, buna bağlı olarak da kültür ve düşünce alanındaki gelişmelerle açıklanabilmektedir. Toplumsal potadaki bu tür değişiklikler dil ile ilgili diğer alanlar arası bir etkileşimi beraberinde getirmiştir (Interseksionslinguistik). Toplumsal etkileşime (soziale Interaktion) bağlı olarak gelişen bu tür faaliyetler ifadesini dil sisteminde bulduğu içindir ki, dil de yaşayan bir canlı olması örneğindeki gibi bir değişim süreci yaşar. İmer'in (1990, s. 9) felsefe hazinesinden aktararak, ifadesiyle bu da bize; evrende değişmeyen tek şeyin her şeyin değiştiği gerçeğini ve düşüncesini hatırlatmaktadır.

Bu gelişmeler ışığında milletlerin özgün kültürü, ulusal tarihi ve ulusal bütünlüğünü içine alan ve bunların dil ile olan ilişkisi üzerinde duralım: milletlerin milli bütünlüğünün vazgeçilmez unsuru olan kültür, Mevlana'dan Goethe'ye ve Dante'den Eckart'a, Kant'a ve Hegel'e kadar uzanan doğu-batı uzantısında evrensel hümanizmin kültürel değişim ile ilgili boyutunu formüle etmektedir (Damrosch, 2013, s. 45). Kültürü bu bağlamda insan-ruh, insan -doğa ve insan-toplum ile oluşturulan etkileşim ağı, olarak değerlendirmek kaçınılmaz olacaktır. Aynı dili konuşan toplumlar, ortak sanatsal değerlerini, birlikteliklerini, yazılı ve sözlü miraslarına sahip çıkarak koruma şansına kavuşabilirler. Zaten kültür de bir bütün olarak toplumun değerler toplamıdır ve toplumun ürünüdür (Göktürk, 2008, s. 87). Yanı sıra yine kültür, her biri sadece kendisi için varolan çeşitli ve az çok birbiriyle ahenk içinde olan değişimler ve devinimler yumağıdır. Dili canlı bir varlık ve devingen bir süreç olarak değerlendirdiğimizde (Humbold, 1995, s. 145), onu kendini çevreleyen diğer yaşamsal unsurlarla etkileşim ağı içinde incelememiz gerekmektedir. Dil bir yandan tarih ile süreklilik kazanırken bu iki paralel faktör kültür kavramıyla ancak bir bulamaç halinde ulusal oluşun temel yapı taşlarını oluştururken, diğer yandan dil olmaksızın ne tarih olgusundan, ne kültür, ne medeniyet, ne de bir bakıma "varoluş"dan söz edebiliriz. Dil, tarih ve diğer kültürel değişkenler bir etkileşim yörüngesi oluştururlar. Grimm'in *dilimiz aynı zamanda tarihimizdir* (akt. Akarsu, 1984, s. 59), ifadesi bu görüşü/savı doğrular niteliktedir.

Dil, Kültür ve Çeviri

Kültür, dil ve tarih üçlemi, bir takım ara unsurları beraberinde koşullar ve biz de ancak bu ivme sayesinde düşünce tarihi denilen sonlu sonsuz bir süreci tanıyabiliriz. Çünkü düşünce tarihi, kültür tarihiyle, dil tarihiyle, eğitim ve toplum tarihiyle yakından ilgilidir. Zamanın alt katmanlarından değişik oluşumlarla günümüze dek süregelen dil olgusu, kültürle daha yakından ilişkili olmasındandır ki, toplumu da içine alarak oldukça geniş bir alan oluşturur. Konumuz olan dil, kültür ve çeviri bağlamı nedeniyle toplum olgusu üzerinde durmamız gerekmektedir. Alt ve üst katmanlara sahip olan dil tüm bu değişik fonksiyonları toplum içinde toplumsallaşma (İmer, 1990, s. 35) sürecinde doğal olarak geliştirmektedir. Bu süreçten çıkarak, aile, okul ve geniş kitle olgusunun yaşama ilintili olduğu açık bir gerçektir. Dolayısıyla yaşam dediğimiz akıcı süreç, toplumda kolektif bir düzen oluşturan toplumsal yaşamın kendisidir.

Bunun etki alanı birey ve toplum eksenli olup, tüm duyularını, heyecanları, sezisleri, yaşam tarzını, beklentileri, istekleri, değerleri, yargıları, alışkanlıkları... vb. gibi yaşamsal kesitleri sarar. Humbold'un *ulusların gerekliliği* üzerinde durması da bize bu konuda fikir vermektedir. Jespersen'e (1925) göre ve Rask da bu görüştedir, bir milletin tarihi hakkında en iyi bilgi veren olgunun dil olduğu düşüncesindedir. Gerçekten de dili bir gelişim süreci içinde ele almak gerekir. Dolayısıyla dil, gelişimini sürdürmesi için tarihsel bir sürece ihtiyaç duyar. Doğal olarak kültür de dil, tarih ve toplum üçlemesini içine alan daha geniş bir toplumsal öge durumundadır. Dil, kültüre temel oluşturduğundan bir milletin sözlüğü, yazılı tüm ifade dünyası kültür potasının mayasıdır (Kaplan, 1986, s. 186). Çünkü bir toplum eriştiği en üst düzeydeki kültür ve dil zenginliğini, yüzyıllar boyunca tarihsel gelişim sürecinde temin eder ve bir nehir gibi geçtiği her yer ve zamandan o toplumun karakter ve ruhuyla ilgili tanıtıcı argümanlarını beraberinde varılan son noktaya taşır. Grimm'in, dili geçmiş ve geleceği ile birlikte bulunulan anda da zamana bağlı değişim olarak incelenmesi de bu yüzdendir (Porzig, 1957, s. 338).

Kültürlü toplumların zaman içinde belli dönemlerde belli pratik bir takım gereksinimlerden, kişilerin, ailelerin, sınıfların ve toplumların ortak alışkanlıkları ve yaşama ait kurumsal hal almış şubeleri olarak da tanımlamak olasıdır. Çünkü birey- toplum ilişkilerinin ortaya çıktığı ortak yer ve zaman dilimi aynı birey ve toplumun sezis, duyuş istek beklenti ihtiyaç eğlence zevk ve estetik gibi doğal ve ruhsal toplumsal düşünce kalıplarıyla ve zenginlikleriyle düşünce biçimleri ile ilgili olarak kültür olgusunda şekillenirler (Güttinger, 1963, s. 135). Şekillenme böyle olunca *iyi ve kötü kültürden* bahsetmek, üzerinde durulması gereken bir konu olacaktır. Kültürün kötü olduğu kanısında olanlar kendilerini bu yargı hakkını tanıyan sosyal realite içinde beliren özgün değer yargılarıdır. Bunlar aynı zamanda yaşamsal kesitler de dikkate alınan kriterlerdir. *İyi kültür* kavramı da aynı düşüncelerle ilgilidir. Değerlerimizi ve yargılarımızı sağlamlaştırıcı ve destekleyici olan maddi çıkarlarımızı bize sunan her davranış biçimi sözü edilen bu kriter içinde iyi tanımlanmasıyla iç içedir. O halde iyi veya kötü kavramları anlam olarak bu bağlamda geneli değil, özeli niteliler.

Toplumlararası yaşamsal değişikliğin ve gereksinimlerin aynı zamanda karakterlerin bir sonucu olarak mizah anlayışının, mutfak, eğlence, acı, zevk anlayışı gibi olguların da toplumlarda farklı yansımalar olarak ortaya çıktığına tanık oluyoruz. Farklılıklar iyi- kötü çizgisinde değil, özgün yabancı bağlamında ele alınmalıdır. Whitehead'in bu konudaki düşüncesi dikkate değerdir: *İnsan topluluklarının kültürleri arasındaki farklılıklar insan ruhunun hiç bitmeden gerçek arayışında gerekli olan tahrik ve malzeme kaynağını oluşturduklarından, vazgeçilmez unsurlarıdır. Bizimkinden farklı adetlere sahip olan milletler, bizim düşmanlarımızı değildiler. Onlar bize Tanrı'nın lütfudurlar. İnsanlar başkalarıyla anlaşabilmek için gerekli benzerlikler dikkat ve tecessüslerini harekete geçirecek farklar ve takdirlerini kazanabilecek yüce değerler bulmak isterler* (Eliot, 1983, s. 46). Zaten bir özgün kültürün hem alıcı, hem de verici olarak yabancı kültürlerle ilişki kurmak suretiyle daha üstün bir kültür seviyesine ulaşabileceği de ayrı bir gerçektir. Çeviri eyleminin bunu sağlamadaki işlevi çok açıktır.

Günümüzdeki gelişmiş ülkelerin diğer toplumlara tanıdığı self-determinizm hakkının doğruluğu oranında yukarıda sözü edilen varlıkların kullanılmasının olanaklı oluşu da önemli bir gerçektir. Ne de olsa toplumlar oluşurken, en iyi kültür ortamını seçme gibi bir hakka sahip bulunmamaktadırlar. Ancak bu konu bu düzlemde sonlu sonsuz bir olgu olan düşünceyle ilgili olduğundan, tüm gelişmişlik süreçleri ve dolayısıyla kültürel ayrılıklar düşünce revizyonundan geçmektedir (Altay, 2001, s. 43). Bu revizyonda sosyal fayda oranı ne denli yüksek ise kültür için kullanılan iyi tanımlaması da aynı oranda yüksektir. Demek oluyor ki düşünce, kültürü de dili de aşan üst bir olgudur. Bu uzantıdan çıkarak dil, kültür ve çeviri bağlamını aynı potada ele almak daha doğru olacaktır. Çünkü bir kültürün değeri tarih sürecinde

gelişen diğer kültürlerle yaptığı katkı ölçüsünde artar. Bu katkıda çeviri ürünlerinin önemi başta gelmektedir. Bu aynı zamanda dillerin korunmasını da sağlar (Venuti, 2013, s. 79). Dillerin çok sayıda yabancı için ifade ortamı oluşturması sevindirici bir olaydır. Unutulmalıdır ki sözcüklere anlam veren ruh, aynı zamanda toplumun ruhunu ve o toplumun kendine özgü duyuş, düşünüş ve davranış özelliklerinin bütününe oluşturan kültürü de beraberinde taşımaktadır. Şiirsel nitelikte olmasıyla da yakından ilişkilidir (Erten, 1993, s. 315). Dünya kültürleri arasındaki geçiş ve etkileşimlerin önemli ölçüde yazın dili sayesinde gerçekleştiği göz ardı edilmemelidir. Çünkü kültür, medeniyetten farklı olarak yaşamın içe dönük ruh ve estetik fakültelerini özelden kapsar.

Her dil zamanı kendine göre dilimler ifadesiyle Akerson (1989, s. 71), zaman kavramına dikkat çekerek, geçmiş, an ve geleceğe yönelik insan zihninin ayırım yapabilme özelliğinden söz eder. Değişik kültürlerin amaç öğelerinden olan dil, zaman dilimlerini yine bu kültürel yapılarına göre belirlemiştir. Dilin ortaya koyduğu bu genel toplumsal çerçeve, özgün değerlerin biçimlenmesine de öncü güç olur. Türkçemizde, Almandan İngilizceden ayrı olarak çekim çizelgelerinin ve değişik zaman biçimlerinin olması, yine sözünü ettiğimiz değişik kültürel yansımalarına dil dizgesindeki algılayış ve uygulayımının bir sonucudur. Doğal olarak burada ana sorun, hangi dilsel forumların hangi durumlarda kullanılması gerektiğidir.

Şimdi zaman boyutunu, anlam boyutuyla birlikte ele alıp somutlaştıracak olursak; *alırım* sözcüğü ile an'a, geleceğe ve geniş zamana yönelik anlam boyutları kazandırabiliriz. Zaman bildiren bir sözcük ile gelecek hafta, her zaman gibi bu anlam biçimine zaman formu açısından anlam kazandırmak olasıdır. Gerçekte bu zaman sözcükleri anlam akışına göre geçmişe dönük biçimleri de içerebilir. Yani bir biçimin çok işlevi olabilir. *Gelecek hafta geldim ve alacağımı aldım*, tümcesinde gerçekleşmemiş ama gerçeklik kazandırıcı, kesinlik bildiren bir ifade vardır. Anlatımda geleceğe yönelik bu ve benzeri formları kullanmaktan da söz edilebilir. O halde kullanılan zaman sözcüğü ve eylem biçimi, kullanıldığı konuma/bağlama göre anlamsal boyut ve değer kazanır. Her gösterge grubu, bir mana taşıyıcı ve bir de kullanıldığı yerde kazandığı anlamsal değer veya değerlere sahiptir (Aktaş, 1986, s. 17). Felsefeciler ve dil bilimcilerin dilsel göstergelerin önemi üzerinde yoğun olarak durmalarının nedeni de burada saklıdır. Göz ardı edilmemesi gereken nokta, çeviri etkinliğinde sözcüğün anlamsal değerinin bu değişiklikler bağlamında değerlendirilmesinin kaçınılmaz oluşudur. Bu da çeviri etkinliğinin, en zor uğraşı olduğu yanını gösterir.

Dili kültürü ve çeviriyi birbirinden ayırmayan Uygur'un (1989), şu sözleri konumuz açısından büyük önem taşımaktadır: *...tek dile sığmaz bir yaşamı insanınki*, (s. 11) dil ve kültür yumağındaki yaşamsal zenginlikleri, tek bir ulusun yaşam kaynağı olarak değerlendirmesi insanlık namına haksızlık olsa gerek. İnsanlığın ortak malı olan bu zenginlikleri diğer uluslarla paylaşması kadar doğal bir istem yok gibidir. Arzularımız ve diğer eylemlerimiz, dil dışı ortamla ilgili olsalar da varlığını dil ile sürdürür. Çeviri uğraşı diğer diller söz konusu olunca daha karmaşık ve ciddi bir boyut kazanır. Şöyle ki, çok seslilik, çok kültürlülük gibi olguların olmadığı çağımızda diğer kültürlerin ve kültürel etkinliklerin tanınmaması halinde sanatsal ürünlerin diğer uluslara aktarımı hiç de kolay olmayacaktır (Hermans, 2009, s. 45). Çeviri etkinliği bu yönüyle çok katmanlı bir faaliyeti beraberinde sürükler.

Çeviri faaliyeti bir yaşam biçimidir. Yaşamı yorumlamak ve anlamlandırmaktır. İşin içine anlama anlam katma yani üretim mekanizması girince, bir bakıma yeniden yapılandırma, oluşturma uğraşısı olur çeviri etkinliği. Bu yaratıda kültürel arkaplanın önemi göz ardı edilemeyecek kadar büyük çaplıdır. Bu önem, çeviri etkinliğinin sorunsal boyutuyla ilgili olduğunda ise daha kendi varlığını daha da hissettirerek anlamlı kılar (Özbek, 1988, s. 35). Çeviri uğraşısıyla yaşanan dünyada boyutlanarak genişlemek, öylesine gerçeğe yakın bir olgudur ki, güncel olandan aşkın olana yani deneyüstü boyuta ulaşmak mümkündür. Dilin yapısı, metnin türü, anlamsal işlevi, dönemsel algı formları, amaç, iletişimsel bağlam, özgün-yabancı dil dizgesinin dayatmaları, anlamsal katmanlar örtüşmeleri ve ayrışmaları, eş değerlilik ve yoruma dayalı eklentiler hepten bu prizmanın anlam dünyasında yeniden envirilerek varlık bulurlar. Çeviri süreciyle ilgili olarak, Akbulut da (1995, s. 15), *... çevirinin amacı çevirinin içinde oluşturduğu ve çevirinin yapılmasını öneren, yani süreci başlatan etkenden oluşan bir sac ayaktır*. Düşüncesiyle değerlendirmede bulunur. Bu noktada sözü edilen çokgene, Balci'nin (1997) da vurguladığı gibi, dildeki *her ulam bağlama aittir ve yerine göre, kullanımına göre anlamsal değer taşıyıcı* (s. 51).

Bu bağlamda, şu çıkarımlarda bulunmak konunun kavranmasına olumlu etkiler yapacaktır:

- Dil, kültür ve çeviri olguları birbirinden ayrılamayan, birbirleriyle ortak anlamsal ilişkileri olan olgulardır.
- Dil, varlığımızın her alanını kendisine borçlu olduğumuz, iç ve dış dünyamızı kuşatan çok boyutlu bir güçtür.
- Yaşamı, içten sarmalamayan dil, kültür ve çeviriyle ilgili hiçbir öge ve alan yoktur. Bu üçlü uğraş ikliminde soluk alıp verir insan.
- İnsanlar arası, kültürler arası ve toplumlar arası küresel değer geçişlerinin vaz geçilmez kaynakları olan çeviri faaliyetleri ve bu sayede kapılarını araladıkları yeni kozmik boyutlara ulaşmak hayati öneme sahiptir.
- Zaman ve uzamın ötelere, aklın, duygunun, merakın ve bilincin derinliklerine dil ve çeviri faaliyetlerinin dipsiz evreni ile ulaşılabilir.
- Bir kültürel aktarım ve yaşama faaliyeti olan çeviri etkinliği, dil evreninin en keskin kültür taşıyıcısıdır. Özgün ve yabancı değer karşılaştırmaları ve kimlik bilincinin şekillenmesi de bu faaliyetlerden payına düşeni her zaman alır.

Metinsel İletişim ve Çeviri Sorunu

Çeviri etkinliği, metin türleri söz konusu olunca daha sorunsal bir ağa dönüşmektedir. Özellikle metin türlerinin kendine özgü içyapısı, barındırdıkları anlamsal örü ve katmanları, çeviri etkinliğinin daha da özen gösterilmesi gereken bir uğraşı olmasını zorunlu kılmaktadır. Yazınsal metinler, felsefi içeriği olan metinler çeviri etkinliği sürecinde, anlamsal kaymaların ve özel yaklaşımların içeriklendiği yorumların yoğun olduğu alanlardır. Sözcük seçimlerinden, dönemsel anlam bağlamına varana değin, çok katmanlı bir güçlüğün sürece dâhil olduğuna tanık olunur. Yazarın dil kullanım formu, düşünsel arka planı, dönemin kavram kuşağı ve çağırışım halkaları metinde şifrelenmiş biçimde kullanılmıştır. Çeviri etkinliği esnasında bu şifrenin çözümü okur tarafından beklenen faaliyettir. Sonuçta metnin anlamsal değeri okurun beklenti ufkuyla örtüşmelidir. Yağın bir örnek olarak Kafka'nın değişim/dönüşüm romanının (Kafka, 1999) künyesinden başlayarak içeriğinin anlamsal değerlerine varana değin yukarıda sözü edilen sorunsal ağa rastlamak olasıdır. Bu da değinildiği üzere,

çeviri etkinliğinin çok genli bir sorunsal ağla sarmalanmış ciddi bir uğraşı olduğunu anatomik olarak ortaya koymaktadır. Konunun daha somut olabilmesi adına, örnek çeviri kesitleriyle gösterilmesi yararlı olacaktır:

Değişim/dönüşüm ikircikliği bile daha çevirmenleri ilk basamakta sorunsal bir sürece sokmaktadır. Değişimin dış özellikler bakımından bir başkalaşmayı, buna karşın dönüşümün içyapısal olarak temelli bir başkalaşmayı içeren tanımlar olduğu göz önüne alınırsa çevirinin metinsel anlam bağlamında, aktarım sürecine takılmadan edemediği görülmektedir. Bu bağlamda, Konmuş, *Artık sorgulama gereği duyulmayan yasamın kemikleşmiş kurallarına, insan ilişkilerine, toplumsal yaşayışa bir başkaldırı öyküsü olan "Die Verwandlung" Değişim/Dönüşüm*), *bilincini yitirmeden sadece görünüşte bir böceğe dönüşen Gregor Samsa'nın hala kendisi olduğunu bir türlü ailesine ve çevresine anlatamamasının tragedyasıdır. Öykü aynı zamanda eleştirmeyen, teslim olmuş birey kimliğine açık bir başkaldırıdır* (2007, s. 46). Saptamasıyla bu iddiayı doğrulamaktadır. Daha da somutlaştırılacak olursa,

Als Gregor Samsa
eines Morgens aus
unruhigen träumen
erwachte, fand er
sich in seinem Bett
zu einem
ungeheueren
Ungeziefer
verwandelt.
Gregor Samsa, bir sabah
korkulu bir düşten uyanınca yatağının
içinde kendini korkunç bir böcek olarak
buldu. Yazarın "un" ön ekini üç kez üç ayrı
kelimede
kullandığı görülmektedir.
Böylelikle ses benzeşmesi
yapmıştır. Çevirmen de
korkulu ve korkunç
kelimelerini kullanarak bu
ses benzeşmesini aktarmaya çalışmıştır.
Ancak *verwandelt* kelimesinin çıkarılmış
olduğu göze çarpmaktadır. Oysa eserin
başlığına bakacak olursak,
"verwandelt" kelimesinin
önemi ortaya çıkmış oluyor. Çünkü eserin
temel konusu bir insanın dönüşümüdür
aslında. Çünkü
Gregor Samsa, bir sabah korkulu rüy-
alardan sonra uyandığı zaman yatakta
kendini kocaman
bir böcek olarak buldu.
Çevirmen "sonra" ve
"zaman" kelimelerini
Eklemiş; *verwandelt*
kelimesini çıkarmıştır, ki bu da kaynak
cümleye ciddi bir müdahaledir. Eserin
başlığına bakacak olursak, "verwandelt"
kelimesinin önemi ortaya çıkmış oluyor.
Çünkü eserin temel konusu
bir insanın dönüşümüdür
aslında. *Ungeheuer* kelimesi *kocaman*
olarak aktarılmış. "In seinem Bett,"
"yatakta"

olarak çevrilmiştir. Böylece kelimenin
anlamı zayıf kalmıştır. "seinem"deki
iyelik zamiri böylelikle
aktarılmamış. Kafka sıra
dışı bir yazardır ve bu sıra
dışılığını çeviride de
yansıtmak gerekiyor. Bu
nedenle kaynak metindeki
"Ungeziefer" yani
Gregor Samsa bir sabah,
sıkıntılı rüyalar gördüğü
uykusundan uyandığında,
kendini yatağında ürkütücü
dev bir böceğe dönüşmüş
buldu.
"Ungeheuer" kelimesi
dilimize "ürkütücü dev"
olarak aktarılmıştır. Burada
"dev" kelimesi yetersiz kalır düşüncesiyle
"ürkütücü" kelimesi eklenmiştir. Ayrıca
"uykusundan" ve
"gördüğü" kelimeleri
eklenmiştir. "verwandelt"
kelimesi isabetli bir biçimde
"dönüşmüş" olarak
aktarılmıştır. Kafka sıra dışı bir yazardır
ve bu sıra dışılığını çeviride de yansıtmak
gerekir. Bu
nedenle kaynak metindeki
"Ungeziefer" yani "haşarat/böcek"
kelimesini
irdelemek gerekir. Çünkü
aynı "verwandelt" sözcüğü
gibi bu kelime de eser içinde büyük
bir önem taşıyor. Bu kelimenin Türkçe
sözlükteki
karşılığına bakıldığında
Gregor Samsa, kâbuslarla dolu rüyasından
uyandığı bir sabah, kendini yatağının
içinde dev bir
böceğe dönüşmüş olarak
buldu. "unruhig" kelimesi
Türkçe 'ye "kabus" olarak

aktarılmış, kelimedeki anlam
değişikliği yapılmıştır. Bu
aktarım dolayısıyla da
"dolu" kelimesi eklenmiştir. "verwandelt"
kelimesi isabetli bir biçimde "dönüşmüş"
olarak aktarılmıştır.
Kafka sıra dışı bir yazardır
ve bu sıra dışılığını çeviride de yansıtmak
gerekir. Bu nedenle kaynak metindeki
"Ungeziefer" yani
"haşarat/böcek" kelimesini
irdelemek gerekir. Çünkü
aynı "verwandelt" sözcüğü
gibi bu kelime de eser
içinde büyük bir önem
taşıyor. Bu kelimenin
Türkçe sözlükteki
karşılığına bakıldığında
Almanca 'ya çevirmeye
çalışırsak, birbirine anlam olarak yakın gibi
görünen
"Ungeziefer" ve "Insekt"
kelimelerini buluyoruz. İki
kelime arasında aslında
düşünüldüğünde önemli bir
fark vardır. "Ungeziefer"
daha çok istenmeyen,
korkulan ve öğrenilen bir
varlıktır, yani insan
üzerinde olumsuz bir etki
yaratır. "Insekt" yani
"böcek" kelimesinin ise
hem olumlu hem de
olumsuz bir etkisi vardır. (Konmuş, s. 59).
Metnin algı düzeyinden yorumlanma
alanına dek önemli farklılıkların ortaya
çıkmasına tanık olunmaktadır. Bu da
çeviri etkinliğinin oldukça zor bir uğraş
olduğunu ve çok bileşenli bir donanımı
gerektirdiğini ortaya koymaktadır.

Çeviride "Çevrilemezlik" Sorunu

Yeryüzünde en önemli sanatçılardan birisi de, çevirmen olmalı. Bir aktör rolünü üstlenen çevirmenin, uluslararası arenada cereyan eden olayların fertlere ve kuşaklara kazandırılmasındaki rolü küçümsenecek kadar değildir. Küresel ve coğrafi farklılıklardan, uluslararası ilişkilerden, dünyada sanat ve bilim adına meydana gelen olaylardan yola çıkarak, olayların izlenmesinde, yeni yeni iletişim köprülerinin yaygınlığında çevirinin taşıdığı önem herkesçe bilinmektedir. Çeviri biliminde "çevrilemezlik" sorunu da öteden beri süre gelen tartışmaların merkezinde bulunan bir konudur. Bu sorun daha çok farklı çevrelerin, kültür yapılarının ve sosyal ortamının gereği olan kültürel edinimlerden ortaya çıkmış bir sorundur. Toplumlararası bir iletişim aracı olan çeviri, dili bilimle bütünleştirip doğruya, edebiyatla bütünleştirip

sonsuzluğa ulaştıran geçit olmalıdır. Toplumların farklı kültürel ortamlardan oluşuna ilişkin olarak Aşık Veysel'in şu ritmik dörtlüğünü anmakta yarar görüyorum:

Kim okurdu, kim yazardı

Bu düğümü kim çözerdi

Koyun kurt ile gezerdi

Fikir başka başka olmasa

Toplumların ortak yönü olan fikir dünyasındaki başkalık, özümseme ve değerlendirmede bir başkalaşmayı beraberinde getirecektir. Dış dünyaya ve yorum iklimine akan bu başkalaşmayı beraberinde getirecektir. Dış dünyaya ve yorum iklimine akan bu başkalaşma, kültür zenginliği oluşumundaki bilgi aktarımında da farklı yönelimleri ve bakış açılarını gerekli kılacaktır. Çevirmen kültürlerarası aracılık görevini üstlenirken, dilici ve dil dışı bağlamları tümünden olarak dikkate alması gerekecektir. Çünkü hiçbir toplumun yukarıda sözü edilen gelişmeler dışında kalamayacağı göz önüne alınırsa çevirmen farklı kültürlerdeki algılama ve yorum şekillerini derin ve yüzeysel olarak tam aktarma sorumluluğunun bilinciyle hareket etmek durumundadır. Konunun derinliği ve genişliği bakımından burada dil ve üslup konularında ortaya çıkan değişebilirlikler ve kalıcı olması gereken noktalar üzerinde fazla durmak mümkün değildir. Ancak çeviride yazarıns üslubu hissedilmelidir (Hamidov, 1995, s. 7).

Bugüne değin çeviri bilim ve sorunları deyince akla gölgede kalmış pek çok konu geldi. Öğrenci eğitiminde, yazınsal çeviride, yazın dışı metinlerde, bilimsel olan ve olmayan çevirilerde... vb. gibi alanların ayrı ayrı ele alınması gereken konuları vardır. Tüm bunları ele almak doğal olarak imkân dâhilinde değildir. Ancak konu başlığımız gereği ve bizce önemli görülen "çevrilmezlik" sorunu ele alınması gereken bir noktadır. Çeviride izlenecek yol öteden beri sorun olagelmektedir. Çeviriye bağımlı kalınarak yöntem, sözcüğüne göre mi? Yoksa anlama (serbest) göre mi izlenmeli? Bu iki kutupsal kavram (bağımlılık ve ihanet) dikkatlerden uzak tutulamamış, neredeyse çevirinin ihanet olabileceği fikrine kadar varılmıştır. Bu da güzelinin sadık olmadığı, sadığının da güzel olamayacağı ironisini anımsatmaktadır. Burada çeviri faaliyetinin önemi yadsınamaz. Ancak bilgilendirme, bilgilendirme, bilgi aktarımı ve toplumsal enformasyon ağında yaşayabilme gibi zorunluklar çevirmenlik rolünü üstlenmeyi kaçınılmaz kılmaktadır. Çevirmen bu şartlarda kime, neye bağlı kalacak? Çevirinin güzelliğinin sadık, sadığının da güzel olmayacağı bir kadına benzetilmesi boşuna değildir. Ne var ki, çeviride aktarılabilecek olanın sözcükler değil, onlarla birlikte anlamları ve onların gönderme yaptıkları manaları olmalıdır görüşünü taşımaktayım.

Çeviri, iki değişik kodlama biçiminde eşdeğerli iki ayrı bildirim kapsar. Farklı bir dildeki bir eşyanın çağrıştırdığı anlam alanının dolaylı mı, direkt mi olduğunu kesin bilmek lazım gelir. Her sözcük grubunun belli bir kodlama şekli olduğundan, eşyanın niteliğini, niceliğini, kullanımını, işlevini... Vb. gibi yöntemlerini hesaba katarak tanımlaması gereklidir. "Ekmek" sözcüğünün farklı dillerde gönderme yaptığı anlam frekansları da yine bu kavramın özelliklerinin göz önüne alınarak belirtilmesine bağlı olan alanlara işaret eder. Nafaka, geçim, ekonomik bağımsızlık... gibi ifadeler aynı kavramla eşdeğerlik gösterebilen ifadelerdir (Çakır, 1996, s. 103).

Çeviride, sözcük sözcüğe (wortwörtlich) çeviri mi, yoksa anlama dönük (sinnlich) çeviri mi, sorunu da aynı sorunsallık çizgisinde öneminden hissettiren bir konudur. Şurası unutulmamalıdır ki, çeviride sözcükleri bilmek yeterli değildir. Zaten sözcük tek başına yeterli gelmediği içindir ki, çevirmen başka başlangıçlara büyük gereksinim duymaktadır. Bunların başında, dile tam vakıf olmak, dili konuşan kültürü ve uygarlığı bilmek, halkın yaşamını, etnografyasını tanımak gelmektedir. Durak'ın (1998) çeviri sorunlarıyla ilgili şu ifadelerini burada anmakta yarar görüyorum: *Eğer çeviri sorunlarını çözümlemek istiyorsak öncelikle nesnel gibi görünen metinlerden yola çıkılması gerektiğini düşünüyorum. Bu en azından sorunları daha net görmemizi sağlayabilir ve daha karmaşık sorunlu çeviri metinlerinin anlaşılmasını ve sorunların tartışılmasını, çözüme kavuşturulmasını kolaylaştırabilir*(s. 8).

Çeviri kavramıyla birlikte "sorunsallık" kavramının da anılması, konunun giriftliğiyle ve hassas oluşuyla ilgilidir. Çevirmen leksik anlamları, kendi dilinde büyük bir titizlikle ayırıştırarak, çevirisinde anlamı yansıtmaya çalışmalıdır. Burada gözden uzak tutulmaması gereken şudur ki, yazar ve çevirmen arasındaki ayırım çoğu kez dikkatten kaçır. Günün beğenisi denilen olgu, elbette toplumsal ve yazınsal konularla sıkı ilişki içindedir. Böyle olunca da çevirmen- yazar ve çevirmenin üslubu- yazarın üslubu gibi ayırımı zor olan durumlarda giriftlik görülür. Üslubu yansıtabilme sorununun yanında birtakım sapmalar da görülmektedir. Çevirmenin kendi tutumu, dil, şekil ve yazın bilim gibi olgulardan doğan sorunlar, konular, düz ve yan anlamlar gibi durumlardan doğan sapmalar... Çeviri işleminde eşdeğerlik bakımından yüzdesi büyük bir denkliliğin sağlanması esas alınmalıdır. Bu yüzden çevirmenin yalnız iki dili yeterli ölçüde bilmesi yanında, iki kültürü ve bu iki kültüre dönük yaşamsal kesitleri de iyi tanıması gerekir (Boztaş, 1999, s. 53). Yazının söz anlam varlığı kültürlerarasılık bağlamında çeviri faaliyetleriyle kültürden kültüre taşınmakta ve bu sayede yazınsal değer, evrensel boyuta ulaşmaktadır. İnsanlık tarihinin ortak değeri diğer kuşaklara aktarılmaktadır.

Gerçekte çeviri olgusuyla günlük yaşamımızda dil içi olaylarda da sıkça karşılaşmış oluyoruz. Anadilimizde bize şekil ve anlamca kapalı olan kelimelerin açıklanmasını, başkalarından sormamız da veya birçoğunun bilmediği kavramların açıklanmasına ve tanınmasına yönelik annesiyle giriştiği iletişim şeklinde çeviriyle ilgili pek çok ayrıntı ve bütünlük vardır. Zaten çeviri bir dille konuşmayı, yazmayı, iletişime girmeyi öğrenmektir. Dik öğretimi ve öğreniminde de etkin bir rolü vardır. Bu yanı sıra günlük hayatımızın bir parçası olmasına rağmen zorlu ve güç bir faaliyet olarak görülen çeviri hâlâ "güçlük," "imkânsızlık," "sadakat" ve "çevrilemezlik" gibi soyut kavramlarla tanımlanmaktadır. Çeviriye ve iletişime karşı kültürel bir direnç olarak görülen "çevrilemezlik" zaman zaman çevirinin kalitesini ölçmede kullanılan bir ölçü olarak ortaya çıkar. Örnek olarak şiirin çevrilemezliği ve buna bağlı olarak ortaya çıkan polemikleri gösterebiliriz (Aliyev, 2019, s. 2033).

Ayrıca aynı dil ve kültür dünyası içinde teknik bilgilerin uzmanlarca halka açıklanması da dil içi bir çeviri şeklidir. Bir bakıma yazılanların (şifrelerin) başka yazıya dönüştürülme işleri olan (deşifre) çeviri faaliyeti, düz ve derin anlam, anlam katmaları ve manaları vermek işleminde bir çevrilmezlik sorununu kendiliğinden getirmektedir. Bu sorun teknik dilde yapılan çevirilerde az da olsa, derin yapı, örtüşük

manalı edebi metinlerde daha fazlasıyla ortaya çıkar. Dil eğitimi açısından da çeviri etkinliğinin rolü oldukça büyüktür. Bir tanımlamayla çeviri, anlamda eşleşmenin sağlanıp yüzeysel yapıya (söze) dönüştürülmesi olduğuna göre, dil eğitiminde dil içi ve dil dışı bağlamda, yani dilsel tüm etkinlikte bu dönüşüm sağlanmalıdır. O halde ders yardımıyla dil sistemlerinin karşı karşıya getirildiği bu faaliyette öğrenci, kendi anadilini ve yabancı dili söz varlığıyla birlikte, düz ve derin yapılarıyla tanıma, öğrenme ve kullanma imkânını yakalayacaktır. Yine burada da çevrilmezlik sorunu ortaya çıkacaktır. Öğrenci bireylerarası, kültürlerarası iletişimin öngördüğü ilkeler gereği her iki dilin de etkin bir biçimde kullanılabilmesi gerekliliğini hissedecektir. Kaynak dil ile amaç dil arasındaki bu etkinlik çevirmene sağlıklı bir güven ortamı sunarak, çevrilmezlik sorununu önemli ölçüde ortadan kaldıracaktır. Yani çevirmen, kusur, hata, yanlış üçleminde daha güvenli bir konuma gelecektir. Burada özgür kültür kimliğinin iyi tanınmasının, yabancı kültür kimliğinin kesin konturlarının belirlenmesiyle ilgili olduğu açıktır. Paker (1997), “Çeviride Yanlışın Sorgulanması” adlı yazısında öğrencilerin çevrilmez sorununa sadakat olgusuyla nasıl yaklaştıklarını şöyle dile getirir:

Çeviri eğitimine zaman zaman aşırı bir “sadakat” tutkusuyla başlayan öğrencilere “nasıl çevirmeli” sorusuna karşılık olarak (ve çeviriye erek odaklı yaklaşımla bağdaşmayan “sadakat” kavramını bir kenara iterek) kaynak ve erek dilin dilbilgisi kurallarına/ normlarına saygılı bir biçimde, kaynak metne göre “yeterlilik” erek dil de “ kabul edilebilirlik” ilkeleri gözetilerek çevrilen metinde “eşdeğerlik” nasıl dengelenir, eldeki metin hangi “amaç” la çevrilmiş/mektedir; ve bunun “ kabul edilebilirlik” ilkesiyle ilişkisi nedir gibi öğrencilere bilinç kazandıran sorular bağlamında bir eğitim yapılsa bile “yanlış/ doğru” kavramları kaçınılmaz biçimde karşımıza çıkar, çıkacaktır (Paker, 1997, s. 23).

Derse ve öğrencilere dönük olarak, çeviri eğitimi, öğrenciyi ben-merkezli olmaktan çıkaracak, başkalarının doğrularını da benimsemek durumuna getirecektir. Böylece dış dünyayı daha bilinçli algılayacak ve yaşanır olmasını sağlayacaktır. Zaten çeviri faaliyetinde ulusal, kültürel hoşgörü, katı tutumdan vazgeçme ana ilkedir. Hegel’e (1994) göre de çeviri bir bakıma başkasını ön plana çıkarmaktadır. Başkasıyla var olmadır. Çeviri eğitiminde eleştiri olgusunun da etkinliği büyüktür. Öğrenci eleştiri yoluyla hata/yanlış sorgulaması yaparak, anlamlı, verimli, barışık bir işleve girer. Öğrencinin analiz ve eleştiri yeteneğini yine bu tür eleştirel yaklaşımla kazanacağı bilinen bir olgudur. Bu da öğrencide hata-yanlış kavramlarını ihtiyatla ve derinlemesine sorgulama yeteneği oluşturur.

Çeviri etkinliğinde çevrilmezlik sorununun en sıkça ortaya çıktığı alan yüzey yapı – derin yapı alanıdır. Günümüzün uluslararası alandaki yakınlaşmaları göz önüne alınacak olursa, yoğun bir kültürel alışverişin cereyan ettiği görülür. Burada dil olgusu en işlevsel şekliyle karşımıza çıkmaktadır. Çünkü kültür ve ona bağlı her yaşamsal çizgi dil ile birlikte yaşar, değişir ve gelişir. O halde kültürle, yaşamla, medeniyetle sıkı bir ilişki içerisinde. Dil olgusu çeviri işlevinin de sağlıklı olabilmesi için bu noktalara ait tüm ilkelerin bilinmesi gereklidir. Çevirmen şekil- içerik uzantısında sıkça çevrilmezlik gerilimine gireceğinden, ne zaman serbest, ne zaman sadık kalabileceğini kestirmede zorlanacaktır. Burada çevirinin aynı zamanda bir yorum sanatı olduğu unutulmamalıdır. Burada yine gözden uzak tutulmaması gereken bir nokta da anlama ve yorumlama işlevinde algılayanın sönmez bir serbestliğe sahip olmadığı bilincinden uzaklaşmamasıdır. Düşünce bütününde yapılacak aktarmalar en ince ayrıntıya kadar inmelidir. Bu konuda Tolstoy’la aynı dönemde yaşayan Sergienko (1998) şu ifadelerle yer verir: *Sanat yapıtlarında hiçbir ayrıntı göz ardı edilmemelidir; çünkü bazen gözden kaçırılan en ufak bir özellik kişinin yaşam çizgisini karanlıkta bırakabilir. Bu nedenle elbiseden kopan bir düşmeyi bile betimlemek gerekir, çünkü buna benzer bir ayrıntı kendiliğinden önemli olmasa bile, anlatılan konuyla bütünleşir.*” (s. 9) Bu ifadelerden de anlaşılacağı gibi çeviri faaliyetinde kültürel boyutun önemi oldukça fazladır. Böylelikle kaynak dilde okurun üzerinde oluşan etki, amaç dilde de korunmak suretiyle çevrilmezlik gerilimi aşılmış olur.

Çalışma çizgimizin diğer yanını da aynı sorun açısından, edebi çevirinin ortaya koyduğu yeni yönelimler ve yeni yaklaşımlar oluşturur. Edebiyat için içine girince söz sanatı bakımından ne denli zorlu, dikenli ve taşlık bir alanda yürüdüğümüzü fark ederiz. Örtüşük manalı ifadelerle ve söz sanatlarıyla yoğrulmuş bir yaşam haline gelmiş edebi yapıtlar incelenirken ve en önemlisi, ikinci bir dile aktarılırken çok titizlik ister. Derin yapılarıdaki anlam boyutluluğu burada ayrı bir renge bürünür. Süreç, deneyim ve birikim gibi etkin dinamikler kendisini bu tür faaliyetlerde daha da çok hissettirir. Duyuşsal davranış düzeyinde bir takım özelliklere sahip olmak gereklidir. Kültür dünyalarının edebiyat eserlerine yansımaları kaçınılmazdır (Zima, 1992, s. 232). Bu dünyaların farklı farklı olacağı düşünülürse, her edebiyat dünyasını kendi kültür ve medeniyet potasında tanımak kaçınılmaz olacaktır. Bu bakımdan edebi çeviride bir bakıma farklı medeniyetler ve kültürler arasında kurulmuş bir köprü işlevi saklıdır.

Sonuç

Sonuç olarak şunları söyleyebiliriz: Çeviri işlevi basit görünümüne karşın oldukça karmaşık bir işlev olup, dil içi ve dil dışı bağlamda pek çok unsuru bir arada gerekli kılar. Yazınsal olsun, yazın ötesi olsun, tüm metin çevirileri belli bir ileti aktarımını gerekli kıldığından kaynak ve amaç dile tam hâkimiyet esastır. Bilgi donanımı, kültürlerarası tahlil yeteneği, anlam düzeyinin iyi belirlenmesi gibi özellikler bu faaliyette vazgeçilmez temel taşlardır. Demek oluyor ki, çeviri faaliyeti bir çevirilemezlik sorununu da beraberinde barındırmaktadır. Bu sorunsalın ortadan kalkması her yeni metinsel değerlendirmede yeni okumaların yol açacağı dönemselleşme ve anlam formlarını sürece dâhil etmek gerekmektedir. Yabancı yazın ürünlerinin anlam barınakları olan metinsel varlık, bu süreçte karşılaştırmalı anlam aralıklarının ortak bir dizgede anlam alanı oluşturmasını zorunlu kılmaktadır. Özgün ve yabancı yazınsal değerler arasındaki anlam örtüşmeleri bu bağlamda önem taşımaktadır. Çeviri faaliyetinin bir anlamsal dönüştürme faaliyeti olduğu burada kendini göstermektedir. Çevirilemezlik sorunu, bu düzlemde kendini kültür, dil ve anlam aralığında, özellikle yazınsal ürünlerin çok bileşenleri anlam katmanlarında kendini hissettirmektedir. Çeviri faaliyeti bu anlamda dilin ötesine geçmekte ve anlam kültürel bağlamda yeniden değer kazanmaktadır.

Çevirmenin çoklu bakış sahibi/özgün ve yabancı dil varlığına vakıf bir işleve sahip olması gerektiği açıktır. Sadece dil varlığı hakkında değil, onun dönemselleşme anlam uzantılarına da hâkim olması kaçınılmazdır. Bu noktada dilsel sezgi ve anlamsal yaratıcılık, dil-kültür bağlamında büyük önem taşımaktadır. Her çevirinin ya azaltacağı ya da bozacağı noktasını da göz önünde tutmak gerekir. Çevirmen ilk ifadeyi nasıl bir döküm kalıbına koyacağını, kişisel izlenimlerini harmanlayarak kullanmasını bilmesi gerekmektedir. Dil içi çevirilerde, eş anlamlılık, eş değeri (aquavalenz), yan anlamlılık gibi kodlanmış değerler vardır. Bu da yorumlamada ve değerlendirmede bir takım güçlükleri

beraberinde getirir. İnsanlar arası, kültürler arası ve toplumlar arası küresel değer geçişlerinin vaz geçilmez kaynakları olan çeviri faaliyetleri ve bu sayede kapılarını araladıkları yeni evrensel boyutlara ulaşmak hayati öneme sahiptir. Zaman ve uzamın ötelere, aklın, duygunun, merakın ve bilincin derinliklerine dil ve çeviri faaliyetlerinin dipsiz evreni ile ulaşılabilir. Bir kültürel aktarım ve yaşama faaliyeti olan çeviri etkinliği, dil evreninin en keskin kültür taşıyıcısıdır. Özgün ve yabancı değer karşılaştırmaları ve kimlik bilincinin şekillenmesi de bu faaliyetlerden payına düşeni her zaman alır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir– XXXX; Tasarım – XXXX; Denetleme – XXXX; Kaynaklar – XXXX; Malzemeler – XXXX; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi – XXXX; Analiz ve/veya Yorum – XXXX; Literatür Taraması – XXXX; Yazıyı Yazan – XXXX; Eleştirel İnceleme – XXXX

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: XXXXXXXXXX

Q2 **Peer-review:** Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – XX; Design – XX; Supervision – XX; Resources – XX; Materials – XX; Data Collection and/or Processing – XX; Analysis and/or Interpretation – XX; Literature Search – XX; Writing Manuscript – XX; Critical Review – XX; Other – XX

Declaration of Interests: The authors declare that they have no competing interest.

Funding: XXXXXXXXXXXXXXXX

Kaynaklar

- Akarsu, B. (1984). *Wilhelm von Humboldt'un Dil-Kültür Bağlantısı*. Remzi Kitabevi.
- Akbulut, A. N. (1995). *Çeviri Eğitiminde öğrenciye çeviri Edinci Kazandırma*. Çeviribilim1, Tömer.
- Akerson, F. E. (1989). *Yarın geliyorum, söz, Metis çeviri* (s. 7). Metis Yayınları.
- Aktaş, Ş. (1986). *Edebiyatta üslup ve Problemleri üzerine*. Akçağ Yayınları.
- Q3 Aliyev, J. (2019). Dünya Edebiyatı açısından Çevrilemezlik/ Çevrilebilirlik. *Türkish Studies Dergisi*. 14(4).
- Q4 Altay, A. (2001). Şiir Çevirisinde Çevrilemeyenler. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*.
- Balcı, T. (1987). *Ortaçlı ya da Eksiltili Tümcelerde çeviri ve öğrenme sorunları*. 6. Germanistik sempozyumu, Mersin Üniversitesi. Mersin: Fen Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Boztaş, İ. (1999). Çeviri, çevirmen, dilbilim ilişkisi, Çeviride Eşdeğerlik ve kayıplar. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 10(2), 55–65.
- Çakır, M. (1996). Çeviride Eşdeğerlik ilişkileri. Anadolu üniversitesi. *Eğitim Fakültesi Dergisi*. 6(1). 93–107.
- Damrosch, D. (2013). *Dünya Edebiyatı nedir?* (O. Köseoğlu, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Q5 Durak, M. (1998). *TÖMER Çeviri Dergisi*. 3(10).
- Eliot, T. S. (1983). *Kültür üzerine düşünceler* (S. Kantarcıoğlu, Çev.). Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Erten, A. (1993). Çeviri Ediminde kayıplar sorunu. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 10(1), 315–330.
- Even-Zohar, I. (2008). Yazınsal Çoğuldizge İçinde Çeviri Yazının Durumu. İçinde S. Paker (Çev.), *Çeviri Seçkisi II: Çeviri(bilim) Nedir? Haz. Mehmet Rifat* (ss. 125–133). Sel Yayıncılık.
- Göktürk, A. (2008). *Çeviri: Dillerin dili*. Yapı Kredi Yayınları.
- Güttinger, F. (1963). *Zielsprache. Theorie und Technik des Übersetzens*. Manesse Verlag.
- Q6 Hamidov, H. (1995) Düz yazıların çevirisinde yazarın dil üslubunun yeniden yaratmak problemleri. *TÖMER Çeviri Dergisi*. 11.
- Hegel, G. W. F. (1994). *Encyclopédie des sciences Philosophique I, la science de la logique, traduction Bernard Bourgeois*. Librairie Philosophique J. Vrin.
- Hermans, T. (2009). Translatability. In M. Baker & G. Saldanha (Eds.). *Routledge encyclopedia of translation studies* (pp. 300–303). Routledge.
- Humboldt, W. V. (1949). *Über die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaues und ihren Einfluß auf die geistige Entwicklung des Menschengeschlechts*. Claassen & Roether.
- Humboldt, W. V. (1995). *Schriften zur Sprache* (M. Böhler, Çev.). Reclam.
- İmer, K. (1990). *Dile ve toplum*. Gündoğan Yayınları.
- Jespersen, O. (1925). *Die Sprache, ihre Natur, Entwicklung und Entstehung*. Hittmair-Weibel.
- Kafka, F. (1999). *Dönüşüm* (A. Cemal, Çev.). Can Yayınları.
- Kaplan, M. (1986). *Kültür ve dil*. Dergâh Yayınları.
- Koller, W. (1979). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Quelle und Mayer.
- Konmuş, S. (2007). *Türkçe'de Franz Kafka ve Dönüşüm; Çeviribilimsel Karşılaştırmalı Bir İnceleme* [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özbek, Y. (1988). *Die Quellen der Übersetzungsprobleme*. Atatürk Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Paker, S. (1997). Çeviride yanlışın sorgulanması. *TÖMER Çeviri Dergisi*. 10.
- Porzig, W. (1988). *Das Wunder der Sprache*. France Verlag.
- Uygur, N. (1989). *İnsan açısından edebiyat*. Yapı Kredi Yayınları.
- Venuti, L. (2013). *Translation Studies and World Literature: Translation changes everything: Theory and practice*. Routledge.
- Zima, P. V. (1992). *Komparastik, UTB*. Francke Verlag.

Author Queries

JOB NUMBER: JSSI-2022-57 - (168)

JOURNAL: CPSS

- Q1 AQ: Please consider rephrasing the sentence 'Transferring or transferring,....' for clarity.
- Q2 AQ: Please check and provide complete texts for the missing 'XXX.' information in these sections.
- Q3 AQ: Please provide the page-range for this reference.
- Q4 AQ: Please provide the volume and page-range for this reference.
- Q5 AQ: Please provide the article title and page-range for this reference.
- Q6 AQ: Year added as per the citation. Please check.
- Q7 AQ: Please provide the volume for this reference.
- Q8 AQ: Please provide the volume for this reference.

Calculating Digital Transformation Index with Geographically Weighted Regression

Coğrafi Ağırlıklı Regresyon ile Dijital Dönüşüm Endeksinin Hesaplanması

Ahmet Kamil KABAKUŞ^{ID}
Merve YORULMAZ^{ID}

Department of Management
Information Systems, Atatürk
University, Erzurum, Turkey



*Bu çalışma, Ahmet Kamil KABAKUŞ'un danışmanlığında Merve Yorulmaz tarafından hazırlanan "Türkiye'deki dijital dönüşüm endeksinin alansal regresyon yöntemi ile hesaplanması" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Geliş Tarihi/Received: 01.12.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 12.01.2023

Corresponding Author:
Ahmet Kamil KABAKUŞ
E-mail: kkabakus@atauni.edu.tr

Cite this article as: Kabakuş, A. K., & Yorulmaz, M. (2023). Calculating digital transformation index with geographically weighted regression. *Current Perspectives in Social Sciences*, 27(1), 74-83.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the factors affecting the regional digitalization processes of information and communication technologies with the spatial regression method in Türkiye. In the research, separate models were created for the regions where 81 provinces are located from the data obtained from the household information technologies usage survey covering the years 2017, 2018, and 2019 by the Turkish Statistical Institute, and an index related to the factors affecting digital transformation was calculated. As a result of the study, according to the digital transformation index, significant differences were observed between regions depending on the factors telecommunication infrastructure, education, labor force, employment opportunities, and the ability to use electronically provided services. As a result, this research will serve as a road map for what needs to be done to develop digital transformation in cities.

Keywords: Digital transformation, digital transformation index, geographically weighted regression, geographic information systems, digital divide

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de bilgi ve iletişim teknolojilerinin bölgesel dijitalleşme süreçlerine etki eden faktörlerin mekânsal regresyon yöntemi ile incelenmesidir. Araştırmada Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2017, 2018, 2019 yıllarını kapsayan hane halkı bilgi teknolojileri kullanım anketinden elde edilen verilerden 81 ilin bulunduğu bölgeler için ayrı modeller oluşturulmuş ve dijital dönüşümü etkileyen faktörlere ilişkin bir endeks hesaplanmıştır. Çalışma sonucunda, dijital dönüşüm endeksinde göre, telekomünikasyon altyapısı, eğitim, iş gücü, istihdam olanakları ve elektronik olarak sağlanan hizmetleri kullanma becerisine bağlı olarak bölgeler arasında önemli farklılıklar gözlemlendi. Sonuç olarak bu araştırma, kentlerde dijital dönüşümü geliştirmek için yapılması gerekenler için bir yol haritası görevi görecektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, dijital dönüşüm endeksi, coğrafi ağırlıklı regresyon, coğrafi bilgi sistemleri, dijital uçurum

Introduction

The development of digital technologies has greatly changed and affected our lives, needs, and expectations. Digital transformation is the deep and accelerating transformation of business activities, processes, competencies, and models by integrating technology to take full advantage of their impact on society in a strategic and priority way (Demirkan et al., 2016, p. 14). Because of the diversity of digital technologies and their applications, digital transformation is present in almost every field such as healthcare, education, manufacturing, retail, automotive, mining, and telecommunications (Lerch & Gotsch, 2015, pp. 48–50; Rachinger et al., 2018, pp. 1154–1157).

The ideas of digital products and services started the digital transformation at the end of the twentieth century. Digital transformation got placed in every single detail of our life with the increment of smartphones and social media usage (Schallmo & Williams, 2018, pp. 3–8). Public services are delivered to citizens quickly through a portal, shopping is carried out simply in an electronic environment, education is provided electronically, new business areas are developed, and bureaucratic obstacles are reduced by the realization of digital transformation.

Despite of the advantages of information and communication technologies (ICT) in digital transformation, not all regions have been able to adopt digital transformation immediately and directly. The reason for this is the differences in the level of development, external environments and basic conditions between regions. Due to get the most out of information and communication technology, countries must reduce the digital divide because it is one of the most challenging problems facing the information society (Aissaoui, 2021, p. 4). The digital divide is the difference between those who have access to new forms of information technologies and those who do not (Dijk, 2006, pp. 221–222).

At this time of globalization and digital age, access to ICTs shows significant inequalities between countries and regions (Çapar & Vural, 2013, p. 1676). The fact that there are developed countries that use ICT and that have this infrastructure makes these countries advantageous in the globalization process and widens the gap with other underdeveloped and developing countries (Kılıç, 2011, p. 84). Therefore, countries and some people are excluded from the digitalization process.

Numerous studies have analyzed the impact of ICT at the individual (Fernández-Gutiérrez et al., 2020, pp. 11–12) or country level (Niebel, 2018, pp. 199–200) and have confirmed its positive impact on personal life (Fu, 2020, p. 102), financial development (Cheng et al., 2021, p. 662), and organizational operations (Yunis et al., 2018, p. 345). Based on these studies, this study aims to extend existing research by analyzing the impact of ICT on urbanization.

This study aims to examine and reveal the factors influencing digital transformation, as well as to calculate the digital transformation index of Türkiye's regions using the geographically weighted regression (GWR) method. In the study, a separate model was established for each region and the map was shaped according to the factors that most affected this index with the parameters obtained. Solutions were offered to the regions with a low digital transformation index based on the data received from the map.

Methods

The Scope of the Research

In this study, separate models will be established for the regions where 81 cities are located. The research consists of 12 regions at level 1 of the Classification of Territorial Units for Statistics (NUTS). These regions are TR1 (Istanbul), TR2 (Western Marmara), TR3 (Aegean), TR4 (East Marmara), TR5 (Western Anatolia), TR6 (Mediterranean), TR7 (Central Anatolia), TR8 (Western Black Sea), TR9 (East Black Sea), TRA (Northeast Anatolia), TRB (Middle East Anatolia), and TRC (Southeast Anatolia).

Data Set and Variables

The study includes NUTS level 1 data. This geocoding system is used to obtain statistics on a regional basis. The data of the regions in NUTS level 1 were obtained from the Turkish Statistical Institute (TURKSTAT). In this context, TURKSTAT Household Information Technologies usage survey data was used.

The research includes 32 parameters affecting digital transformation. These parameters are as follows: Information equipment in households: desktop computer, portable computer, tablet computer, mobile phone, game console, TV connected to the internet; household internet access status, household internet usage status, types of internet connections used at home; fixed broadband connection, mobile broadband connection, dial-up connection, dial-up connection or ISDN connection, narrowband connection over the mobile phone; household monthly total income, literacy status, education level, internet usage, portable devices used to connect to the internet; mobile phone, portable computer, wireless network, other devices; obtaining information from public institutions' websites, downloading forms from e-government platforms, sending forms, purchasing goods or services via e-commerce, downloading over the internet; movies-music, books, magazines-newspapers, computer software; transferring files between computers and other devices, installing software or mobile applications, copying files and folders, using ready-made programs, editing photos, videos, or audio files using the software.

The dependent variable in the analysis was calculated by taking the weighted average of 32 parameters affecting the digital transformation index. First, the weighted averages of the parameters were calculated according to the formula:

$$W = \frac{\sum_{i=1}^n \omega_i \cdot X_i}{\sum_{i=1}^n \omega_i}$$

where W is the weighted average; n is the number of terms; w_i is the weights to be applied to x values, and; x_i is the data values to be averaged.

Each year's digital transformation index is calculated using the parameters of the relevant year. Furthermore, the index of the relevant year is included in the dependent variable column in the analysis.

Data Analysis

The GWR model was used to model spatial data in the research. The GWR method is one of several spatial regression techniques that are increasingly used in geography and other disciplines. Geographically weighted regression provides a local model of the variable or process we are trying to predict by fitting a regression equation to each feature in the data set (Zhou et al., 2019, pp. 843–844).

The regression equation is a mathematical formula applied to the independent variables to best predict the dependent variable that we try to model. The dependent variable used in the regression equations is always represented by the letter y . Also, the independent

or explanatory variables are always symbolized by the letter x . Each independent variable is associated with a regression coefficient that describes the strength and sign of that variable's relationship with the dependent variable. This relationship is not uniform across regions because of differences in attitudes, preferences, or other contextual influences. These differences can be estimated using GWR analyses. The classical regression model showing that this relationship is constant for each unit is as follows (Scott & Pratt, 2009, pp. 41–43).

$$Y_i = \alpha_0 + \sum \alpha_k \cdot X_k + U_i$$

In the equation, the dependent variable (y) is the variable that represents the process that we try to predict or understand. The independent variable (x) is the variable used to model the dependent variable value. The regression coefficient (a) is the value that represents the strength and type of the relationship between the independent variable and the dependent variable. The number of observations is represented with n and the margin of error with U_i . This model is estimated using the output least square method. The sum of the squares is minimized according to the distance of the n values to the regression line. This model, in which local parameters are used instead of global parameters in GWR models, is as follows:

$$Y_i = \alpha_{i0} + \sum \alpha_{ik} \cdot X_{ik} + U_i$$

In the GWR model, an observation is weighted according to its proximity to the point " i ," so the weight of it varies with " i ." Data from observations closer to " i " are weighted more than data from observations further away (Fotheringham et al., 2001, pp. 51–52). Spatial regression calculated with this formula is a technique that models and analyzes spatial data in which spatial autocorrelation between regression parameters is considered and helps to explain the factors between models.

There are many methods to measure spatial autocorrelation in GWR models. One of these methods is the autocorrelation tool developed by Patrick Alfred Moran in 1950 and expressed as Moran's I (Moran, 1950, p. 22). This tool measures spatial autocorrelation and allows similar or different values to be clustered rather than randomly positioned on a map. When given a set of features and an associated feature, it evaluates whether the model is clustered, scattered, or random (Griffith, 1992, p. 266). Spatial weight matrices w_{ij} is created to show the degree of interaction between the analyzed regions. These weight matrices show that regions that are close to each other interact more than those that are far apart. The spatial autocorrelation formula is as follows (Zhang et al., 2017, p. 1461):

$$I = \frac{n \sum_i \sum_j w_{ij} (x_i - \bar{x})(x_j - \bar{x})}{\left(\sum_i \sum_j w_{ij} \right) \sum_i (x_i - \bar{x})^2}$$

In the formula, n represents the sum of the number of pixels, x_i is the observation value, w_{ij} is the spatial weight index of neighboring observation points, \bar{x} is the average scalar property value for all observation points (Özçelik & Barut, 2018, pp. 102–103).

The formula for the expected value is

$$E(I) = -1/(n+1).$$

The tool calculates both a Z -score and a p -value by evaluating the index value of Moran's I and the significance of this index. The Z value tests whether the difference is statistically significant. In general, a Moran's index value near +1.0 implies clustering (positive autocorrelation), whereas an index value near -1.0 shows negative autocorrelation (Goodchild, 1986, pp. 16–17). In the geographical distribution of the examined variable, positive autocorrelation indicates similarity between nearby objects, while negative autocorrelation means no similarity between objects. In the Spatial Autocorrelation tool, the null hypothesis (the Moran I value being equal to zero) points that there is no spatial clustering of values associated with geographical features in the study area. The null hypothesis can be rejected when the p value is small and the absolute value of the Z -score is large enough to exceed the desired confidence level ($z > 1.96$ or < -1.96). If the index value is greater than zero, the feature set exhibits a clustered pattern. On the contrary, if the value is less than zero, the feature set shows a dispersed pattern (Fu et al., 2014, p. 2403). As a result of the spatial analysis, R^2 and the Akaike Information Criterion (AIC) values are also calculated. The R^2 value is obtained depending on the regression model and is the power of the independent variables to explain the dependent variable. If the R^2 value is close to zero, the model is incompatible. Conversely, if it is close to one, the model is compatible. The AIC allows testing how well the studied model fits the dataset. The AIC value should be low in the analyzed regression model. A lower AIC value indicates a better model fit.

ArcGIS 10.3 analysis program was utilized for the spatial analysis of the research. The Moran I value was calculated using the tools from the Spatial Statistics Toolset.

Findings

Density Maps for 2017, 2018 and 2019

The density maps (Figure 1) colored according to the digital transformation index values in Türkiye cover the years 2017, 2018, and 2019. The maps in the left column show the year 2017, the maps in the middle column show the year 2018, and the maps in the right column show the year 2019. The colors red, yellow, green, blue, and dark blue used on the maps represent the lowest, low, medium, high, and highest values of the coefficients, respectively.

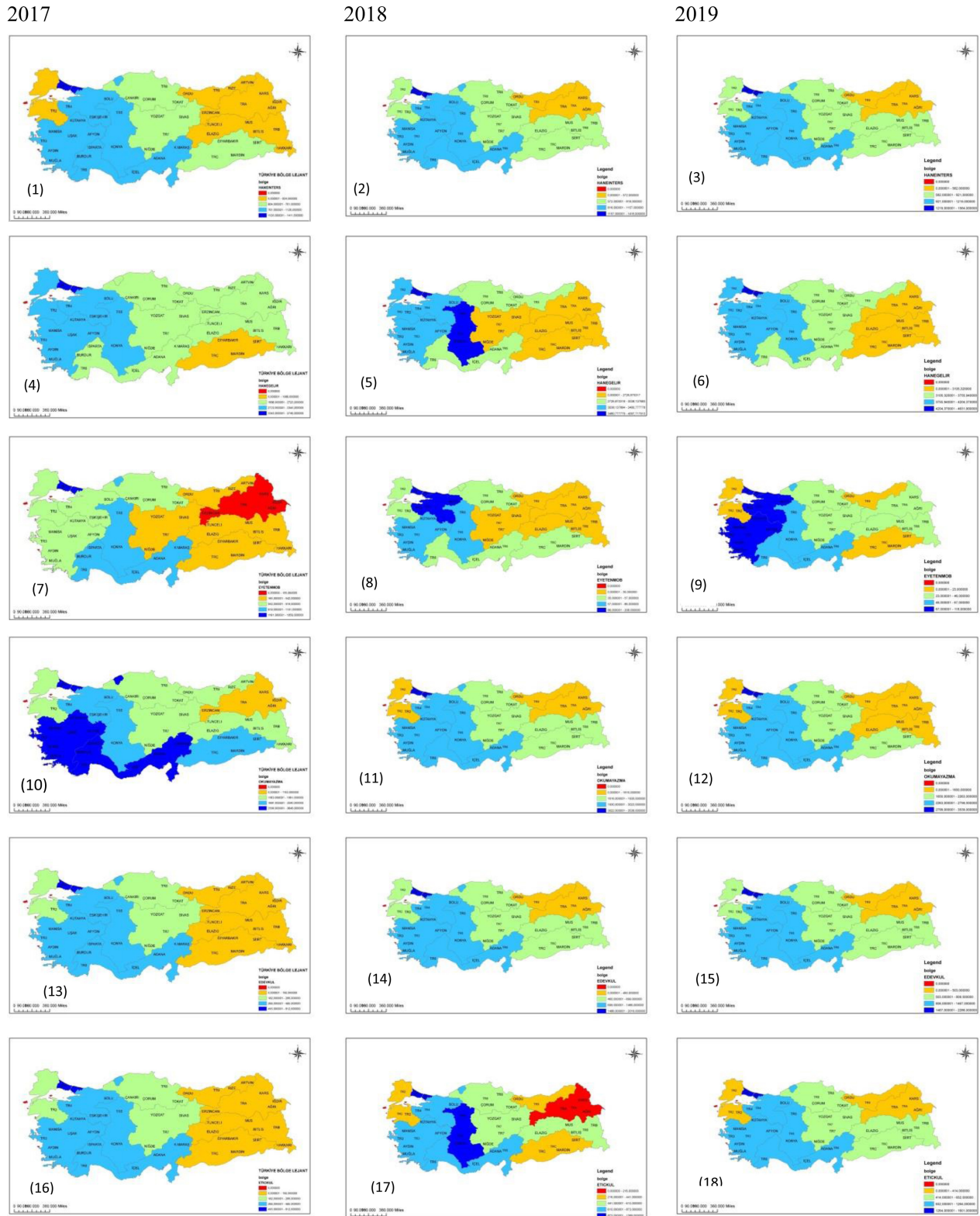


Figure 1. Distribution of GWR Analysis Results of Local R^2 , and Its Coefficients by Years: Household Internet Access (1-2-3), Household Income (4-5-6), Software or Mobile Application Download (7-8-9), Household Literacy (10-11-12), E-Government Usage (13-14-15), E-Commerce Usage (16-17-18), E-Talent Software Usage (19-20-21), Mobile Connection (22-23-24), Internet Connection (25-26-27), E-Commerce Music Acquisition (28-29-30), and Mobile Application Installation Ability (31-32-33). GWR=geographically weighted regression.

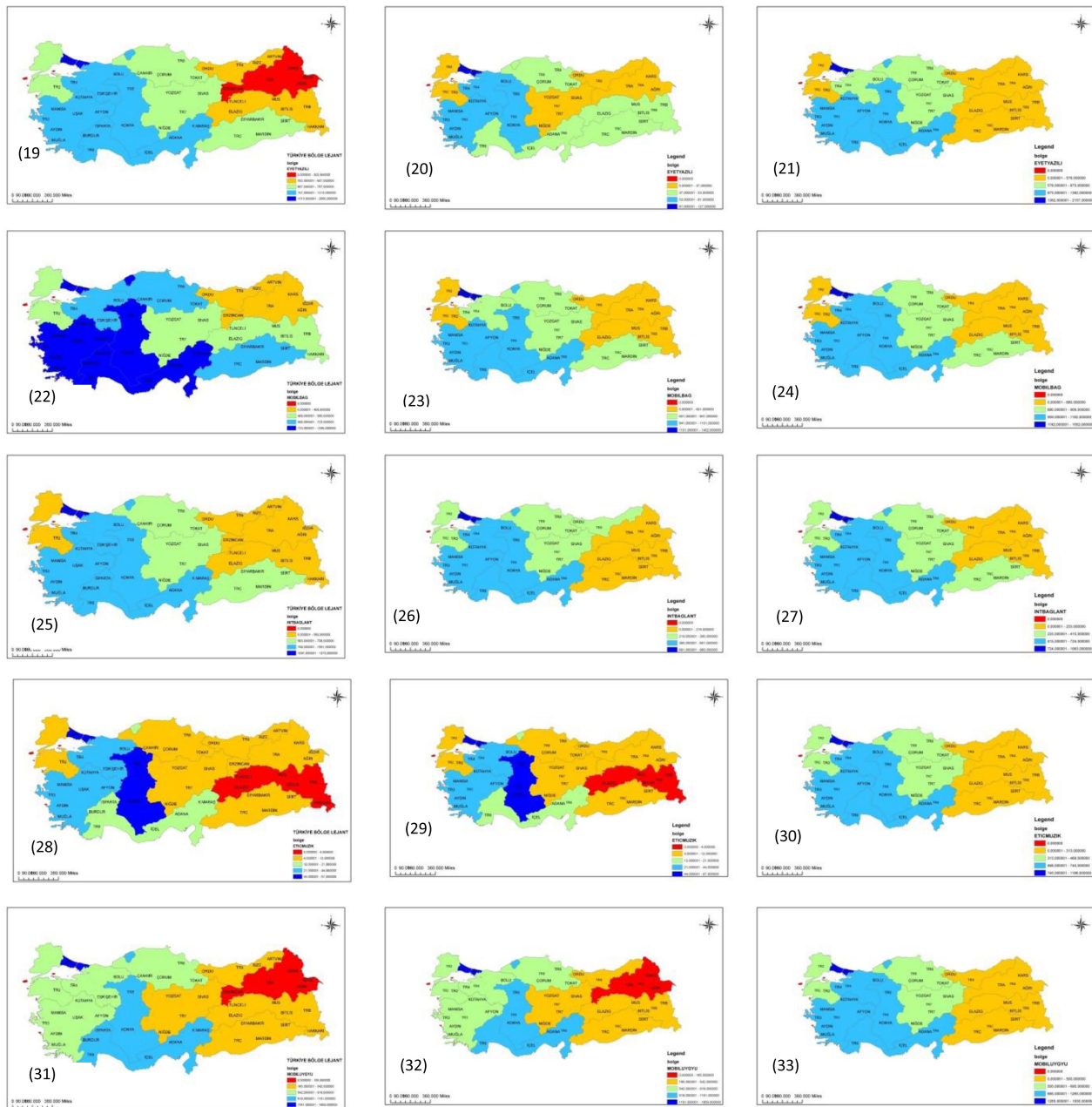


Figure 1. (Continued)

Distribution of GWR Analysis Results of Local R^2 , and Its Coefficients by Years: Household Internet Access (1-2-3), Household Income (4-5-6), Software or Mobile Application Download (7-8-9), Household Literacy (10-11-12), E-Government Usage (13-14-15), E-Commerce Usage (16-17-18), E-Talent Software Usage (19-20-21), Mobile Connection (22-23-24), Internet Connection (25-26-27), E-Commerce Music Acquisition (28-29-30), and Mobile Application Installation Ability (31-32-33). GWR=geographically weighted regression.

According to the Household Internet Access Density Maps (1-2-3), in comparison to 2017, internet access increased in the Middle East Anatolia region in both 2018 and 2019.

According to the Household Income Density Maps (4-5-6), household income raised in the West Anatolia region in 2018 compared to 2017, whereas it decreased in the Central Anatolia, Northeast Anatolia, and Middle East Anatolia regions. Moreover, in 2019, household income rose in the Central Anatolia region compared to 2018, whereas it lowered in the Western Anatolia region.

According to the E-Talent Mobile Density Maps (7-8-9), software or mobile application installation increased in the Aegean, East Marmara, Northeast Anatolia, and Southeast Anatolia regions in 2018 compared to 2017. Also, the Aegean, Mediterranean, Central Anatolia, Northeast Anatolia, and Middle East Anatolia regions saw an increase in software or mobile application installation in 2019 compared to 2018, while the West Marmara and Southeastern Anatolia regions saw a fall.

According to the Household Literacy Density Maps (10-11-12), literacy decreased in the West Marmara, Aegean, Mediterranean, Eastern Black Sea, and Southeastern Anatolia regions in 2018 compared to 2017. Furthermore, literacy declined in the Middle East Anatolia region in 2019 compared to 2018.

According to the E-Government Usage Density Maps (13-14-15), e-government usage rose in the Middle East Anatolia and Southeastern Anatolia regions in 2018 compared to 2017. Nevertheless, it remained unchanged from 2018 to 2019.

According to the E-Commerce Usage Density Maps (16-17-18), e-commerce usage increased in the Western Anatolia and Middle East Anatolia regions in 2018, compared to 2017, but fell in the West Marmara and Northeastern Anatolia regions. Also, in 2019, the Northeast Anatolia and Southeastern Anatolia regions witnessed a rise in e-commerce usage, whereas the West Anatolian region saw a reduction.

According to the E-Talent Software Usage Density Maps (19-20-21), software usage rose in the Northeast Anatolia and Middle East Anatolia regions in 2018 compared to 2017, while it fell in the West Marmara, Mediterranean, and Central Anatolia regions. Moreover, in comparison to 2018, software usage raised in the Mediterranean and Central Anatolia regions and lowered in the East Marmara, Middle East Anatolia, and Southeastern Anatolia regions in 2019.

According to the Mobile Connection Density Maps (22-23-24), in comparison to 2017, mobile connection decreased in the West Marmara, Aegean, East Marmara, West Anatolia, Mediterranean, West Black Sea, Middle East Anatolia, and Southeastern Anatolia regions in 2018. However, mobile connection rose in the East Marmara region in 2019 compared to 2018.

According to the Internet Connection Density Maps (25-26-27), internet connection raised in the West Marmara and East Black Sea regions in 2018 compared to 2017, while it declined in the Southeastern Anatolia region. In addition, in comparison to 2018, internet connection increased in the Southeastern Anatolia region while it fell in the Eastern Black Sea region in 2019.

According to the E-Commerce Music Acquisition Intensity Maps (28-29-30), there is no change in music acquisition via e-commerce in 2018 compared to 2017. On the other hand, in comparison to 2018, the West Marmara, Mediterranean, Central Anatolia, West Black Sea, and Middle East Anatolia regions saw a rise in music acquisition through e-commerce in 2019, while the West Anatolia region saw a reduction.

According to the Mobile Application Installation Ability Density Maps (31-32-33), mobile application installation ability remained unchanged in 2018 compared to 2017. However, this ability increased in the Aegean, East Marmara, Central Anatolia, and Northeast Anatolia regions in 2019 compared to 2018.

Geographically Weighted Regression Analysis Findings

The maps obtained by analyzing the digital transformation index in Türkiye with the GWR method are shown in Figure 2.

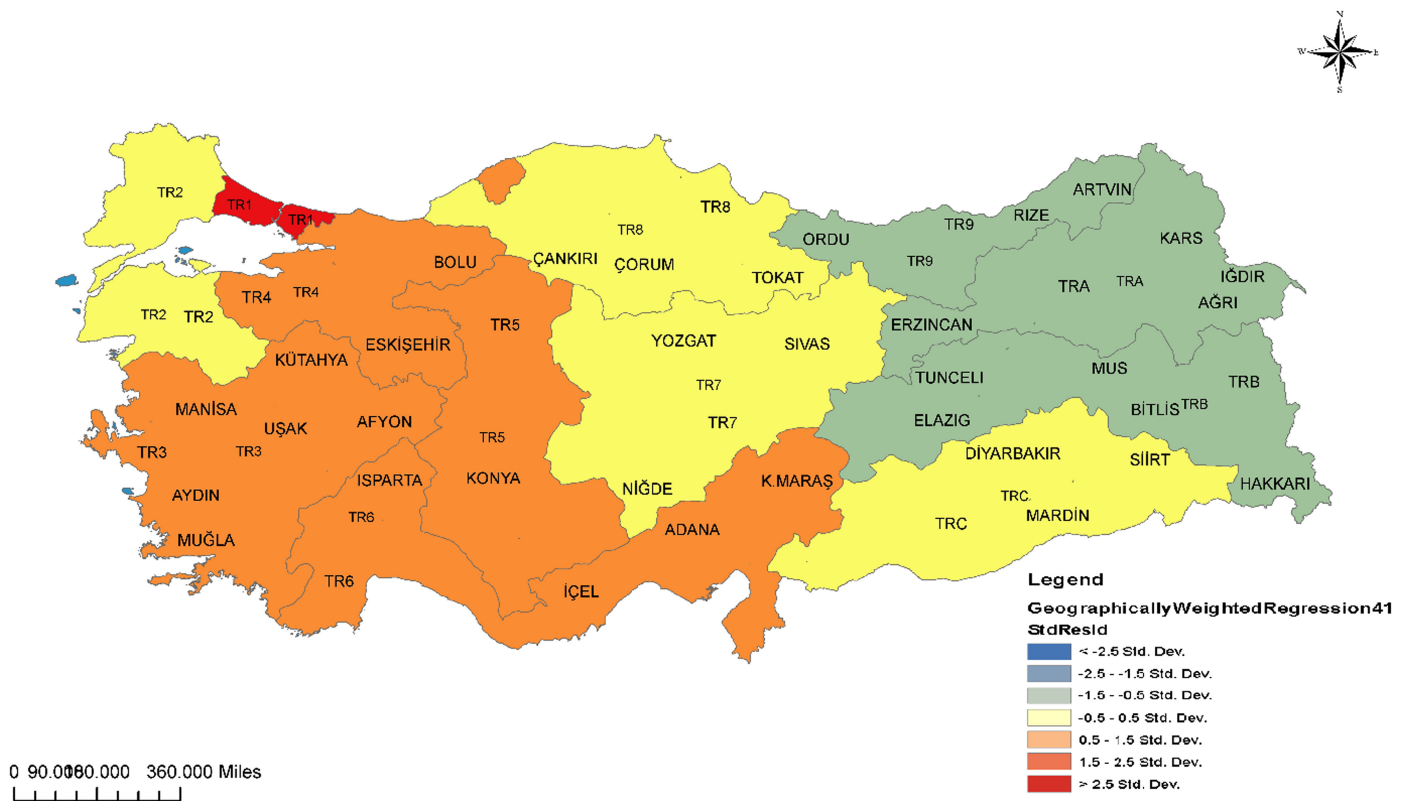


Figure 2.
 Türkiye Digital Transformation Index Spatial Regression Analysis Map and Outputs for 2017.

Table 1.
GWR on the Impact of Dependent Variables on the Digital Transformation Index for 2017

Geographically Weighted Regression				
Residual Squares	Sigma	AIC	R ²	Adapted R ²
1107.712	11.777	120.738	.98777	.97868

Note: AIC = Akaike Information Criterion; GWR = geographically weighted regression.

Table 2.
Spatial Autocorrelation Analyses for 2017

Spatial Autocorrelation Analysis of Geographically Weighted Regression Residues				
Spatial Weight Matrix	Moran's I Index	Z-Value	P	
First Degree Polygon Neighborhood	.2124	3.1766	.0414	

According to the map in Figure 2, the region with the highest digital transformation index is Istanbul. It has the highest R² value. In the digital transformation index map, the Aegean, East Marmara, West Anatolia, and Mediterranean regions are in the second rank, while West Marmara, Central Anatolia, West Black Sea, and Southeastern Anatolia regions are in the third rank. The regions with the lowest digital transformation index are the East Black Sea, Northeast Anatolia, and Middle East Anatolia regions. These regions have the lowest R² value.

The results of the model's GWR analysis tested by considering the digital transformation index as the dependent variable are given in Table 1. According to this table, the value of R² is .98777. To the analysis results, the AIC value is 120.738.

According to Table 2, the Moran I value for the 2017 digital transformation index is .2124. This value means that there is positive autocorrelation between the variables. To the analysis results, the Z value is 3.176. It is seen that the value is greater than the desired confidence level. This value shows the significance of the general model of the digital transformation index map obtained.

In line with the map in Figure 3, Istanbul is the region with the greatest digital transformation index. It has the highest R² value. In the digital transformation index map, the Aegean and Western Anatolia regions are ranked second, the Eastern Marmara and Mediterranean regions are ranked third, the Western Marmara, Central Anatolia, Western Black Sea, Central Anatolia, and Southeastern Anatolia regions are ranked fourth, and the Eastern Black Sea region is ranked fifth. The Northeast Anatolia region has the lowest digital transformation index of all the regions.

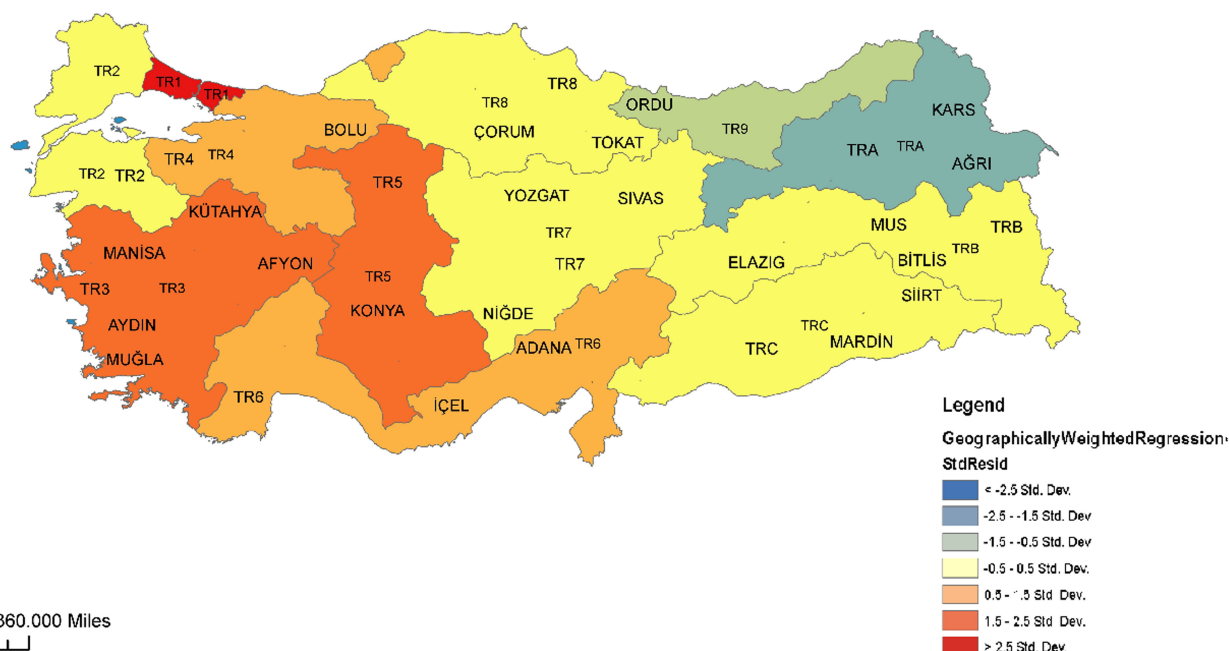


Figure 3.
Türkiye Digital Transformation Index Spatial Regression Analysis Map and Outputs for 2018.

Geographically weighted regression analysis results of the model are presented in Table 3. According to Table 3, the value of R^2 is .99465. To the analysis results, the AIC value is 137.681.

According to Table 4, Moran I value for the 2018 Digital transformation index is .1932. To the analysis results, the Z value is 2.9587.

According to the map in Figure 4, the regions with the highest digital transformation index are Istanbul, Aegean, East Marmara, West Anatolia, and the Mediterranean. The West Marmara, Central Anatolia, West Black Sea, Middle East Anatolia, and Southeastern Anatolia regions are ranked second in the digital transformation index map. The regions with the lowest digital transformation index are the Eastern Black Sea and Northeastern Anatolia. Geographically weighted regression analysis results are given in Table 5. Accordingly, the R^2 value is .9978. To the analysis results, the AIC value is 131.8512.

Table 6 illustrates that the Moran I value for the 2019 Digital Transformation Index is .3012. According to the analysis results, the Z value is 4.7841.

According to the analyses obtained by examining the maps showing the digital transformation index distribution, the R^2 value is .9877 for 2017, .9946 for 2018, and .9978 for 2019. These values present that the model is compatible.

The AIC value is 120.738 for 2017, 137.681 for 2018, and 131.851 for 2019. A lower AIC value indicates a better model fit. On the other hand, the Moran I value is .2124 for 2017, .1932 for 2018, and .3012 for 2019. These values mean that there is a positive autocorrelation between the variables.

Table 3.
GWR on the Impact of Dependent Variables on the Digital Transformation Index for 2018

Geographically Weighted Regression				
Residual Squares	Sigma	AIC	R^2	Adapted R^2
4076.626	22.599	137.681	.99465	.99133

Note: AIC = Akaike Information Criterion; GWR = geographically weighted regression.

Table 4.
Spatial Autocorrelation Analyses for 2018

Spatial Autocorrelation Analysis of Geographically Weighted Regression Residues				
Spatial Weight Matrix	Moran's I Index	Z -Value	P	
First Degree Polygon Neighborhood	.1932	2.9587	.0325	

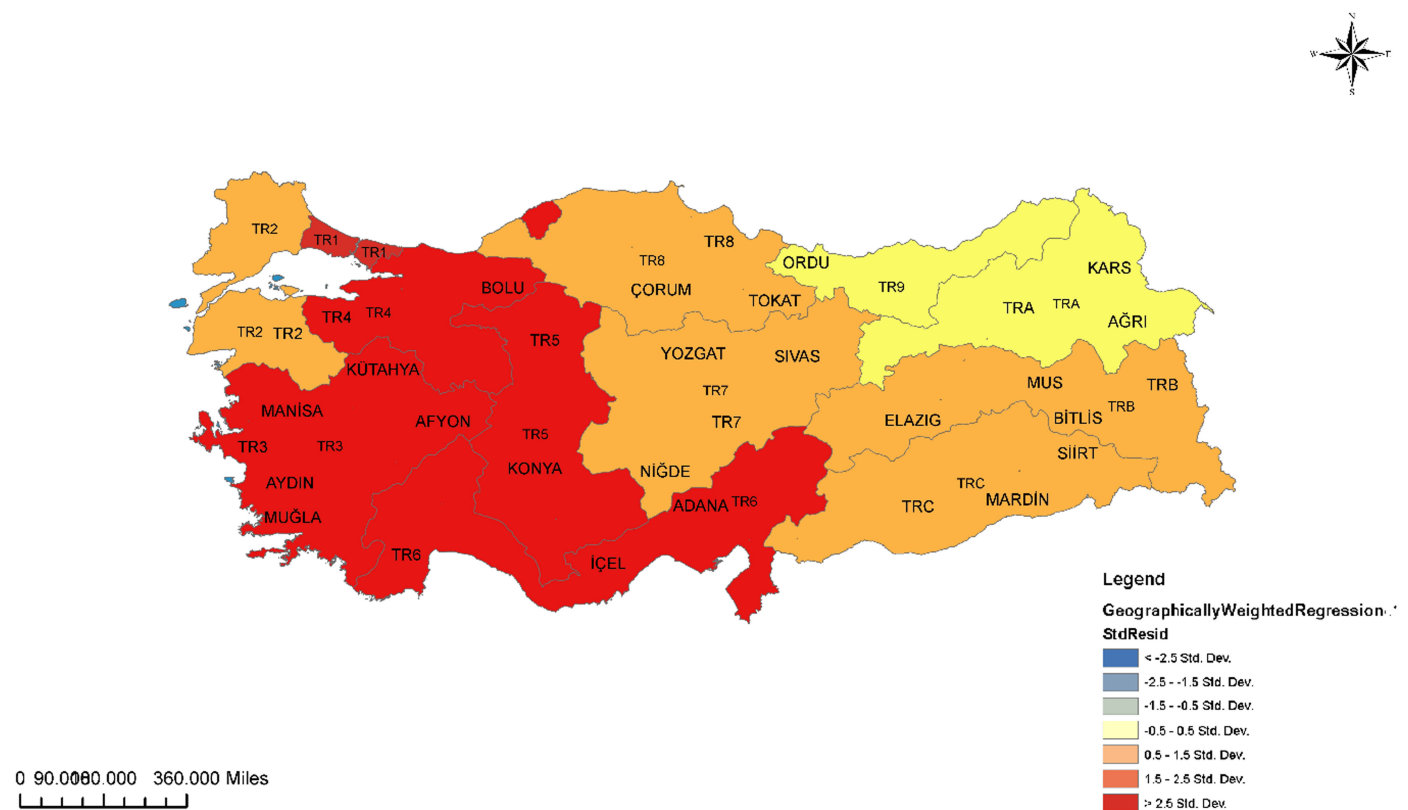


Figure 4.
Türkiye Digital Transformation Index Spatial Regression Analysis Map and Outputs for 2019.

Table 5.
GWR on the Effect of Dependent Variables on the Digital Transformation Index for 2019

Geographically Weighted Regression				
Residual Squares	Sigma	AIC	R ²	Adapted R ²
2604.336	18.085	131.851	.9978	.9968

Note: AIC = Akaike Information Criterion; GWR = geographically weighted regression.

Table 6.
Spatial Autocorrelation Analyses for 2019

Spatial Autocorrelation Analysis of Geographically Weighted Regression Residues			
Spatial Weight Matrix	Moran's I Index	Z-Value	P
First Degree Polygon Neighborhood	.3012	4.7841	.0214

The Z value is 3.1766 for 2017, 2.9587 for 2018, and 4.7841 for 2019. The fact that the Z values are greater than the desired confidence level shows the significance of the general model of the digital transformation index map obtained.

Discussion

This study examined the calculation of the digital transformation index in Türkiye using the spatial regression method and observed that the differences between the regions change over the years. Aydın et al. (2018, pp. 31–32), in their study, performed the display, research, and modeling of spatial data using economic and sociocultural variables to determine the total fertility rate in Türkiye. The research results showed that the relationship between the total fertility rate and sociodemographic co-variables could be explained by using spatial data analysis methods. When the mobile connection densities calculated by the spatial regression method between 2017 and 2019 are examined, it was seen that the regions with the highest level of mobile connectivity are compatible with the regions in which negative autocorrelation was detected in the study.

In their research, Ferronato et al. (2020, p. 929) aimed to evaluate the selective collection systems for urban wastes using the Geographic Information System in La Paz city of Bolivia. As a result of the study, they determined that the costs decreased by 10%, the recycling rate increased by 3%, and the distance covered by the compactor trucks decreased by 7%. Similarly, according to the household income density map discussed in the findings section of this study, there was no change in the top ranks between 2017 and 2019, but there was a year-on-year change in the remaining rankings.

In their research, Zhang et al. (2017, p. 1461) aimed to examine the relationship between e-commerce development and geographical features by using e-commerce, economy, internet, express, delivery, and population data between 2011 and 2015. As a result of the study, they determined that the spatial clustering of e-commerce development complies with certain rules and reflects a strong imbalance feature. Similar to the research done by Zhang et al. (2017, p. 1465), according to the E-commerce Usage Intensity Maps of this study, in comparison to 2017, e-commerce usage increased in the Western Anatolia and Middle East Anatolia regions in 2018, while it decreased in the West Marmara and Northeastern Anatolia regions. Also, e-commerce usage raised in the Northeast Anatolia and Southeastern Anatolia regions in 2019, compared to 2018, while it decreased in Western Anatolia.

This research, in which the digital transformation index in Türkiye is calculated by the spatial regression method, first revealed which elements must be together to fully realize digital transformation in a country. It utilized the factors included in the Digital Roadmap report published by the Ministry of Science, Industry, and Technology of the Republic of Türkiye, the United Nations E-Government Survey study, where the e-government development index is calculated, NRI report published by the World Innovation, Technology and Services Alliance (WITSA), and the Global Competitiveness Index 4.0 report published by the World Economic Forum (WEF) to determine the elements that make up the framework of digital transformation. Accordingly, these elements are technology, human, and process.

In conclusion, the study calculated the digital transformation index of the regions in Türkiye and revealed the regions with high and low indexes. According to the digital transformation index, significant disparities were detected between regions based on the factors which are telecommunications infrastructure, education, workforce, employment opportunities, and the ability to utilize electronically offered services. While Istanbul, which has the greatest digital transformation index of all years, has these factors, the Northeast Anatolia, East Black Sea, and Middle East Anatolia regions, which have the low index, do not.

With digital transformation, it is possible to improve the quality of life in the Northeast Anatolia, East Black Sea, and Middle East Anatolia regions, where the index is low. Especially with digitization, technology is directly infused into life, and problems in daily life are solved. This transformation cannot be accomplished merely by incorporating digital interfaces into existing traditional infrastructure. It is also of great importance to have qualified human resources and the ability to use technology. In this regard, training in the field of ICTs should be given by investing in human resources in regions with a low digital transformation index.

To realize digital transformation effectively, problems should be handled geographically, not in general, and the problems of each geography should be emphasized. By increasing the number of science centers, environments for the reciprocal exchange of ideas should be created, and this awareness among young people should be improved. Countries that have progressed in digital transformation should be used as models, and a digital ecosystem should be built by prioritizing digital investments. The reports prepared by organizations such as WEF and WITSA should be utilized, and opportunities should be assessed. The state should support the low-income regions with funds and try to boost the use of the internet and digital technologies there.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Author Contributions: Concept – A.K.K.; Design – A.K.K.; Supervision – A.K.K.; Resources – A.K.K., M.Y.; Data Collection and/or Processing – A.K.K., M.Y.; Analysis and/or Interpretation – A.K.K., M.Y.; Literature Search – M.Y.; Writing Manuscript – M.Y., A.K.K.; Critical Review – M.Y., A.K.K.

Declaration of Interests: The authors have no conflicts of interest to declare.

Funding: The authors declared that this study has received no financial support.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Fikir – A.K.K.; Tasarım – A.K.K.; Denetleme – A.K.K.; Kaynaklar – A.K.K., M.Y.; Malzemeler – A.K.K., M.Y.; Veri Toplanması ve/veya İşlemesi – A.K.K., M.Y.; Analiz ve/veya Yorum – A.K.K., M.Y.; Literatür Taraması – M.Y.; Yazıyı Yazan – M.Y., A.K.K.; Eleştirel İnceleme – M.Y., A.K.K.

Çıkar Çatışması: Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

Finansal Destek: Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

References

- Aissaoui, N. (2022). The digital divide: A literature review and some directions for future research in light of COVID-19. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 71(8/9), 686–708. [CrossRef]
- Aydın, O., Aslantaş Bostan, P., & Özgür, E. M. (2018). Spatial distribution and modelling of the total fertility rate in turkey using spatial data analysis techniques. *Journal of Geography*, 27–45. [CrossRef]
- Çapar, F., & Vural, Ö. F. (2013). Obstacle to e-government : Digital division. *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 1674–1692.
- Cheng, C. Y., Chien, M. S., & Lee, C. C. (2021). ICT diffusion, financial development, and economic growth: An international cross-country analysis. *Economic Modelling*, 94, 662–671. [CrossRef]
- Demirkan, H., Spohrer, J. C., & Welsler, J. J. (2016). Digital innovation and strategic transformation. *IT Professional*, 18(6), 14–18. [CrossRef]
- Dijk, J. v. (2006). *Digital divide research, achievements and shortcomings*. Poetics.
- Fernández-Gutiérrez, M., Gimenez, G., & Calero, J. (2020). Is the use of ICT in education leading to higher student outcomes? Analysis from the Spanish autonomous communities. *Computers and Education*, 157. [CrossRef]
- Ferronato, N., Preziosi, G., Gorrity Portillo, M. A., Guisbert Lizarazu, E. G., & Torretta, V. (2020). Assessment of municipal solid waste selective collection scenarios with geographic information systems in Bolivia. *Waste Management*, 102, 919–931. [CrossRef]
- Fotheringham, A. S., Charlton, M. E., & Brunson, C. (2001). Spatial variations in school performance: A local analysis using geographically weighted regression. *Geographical and Environmental Modelling*, 5(1), 43–66. [CrossRef]
- Fu, W. J., Jiang, P. K., Zhou, G. M., & Zhao, K. L. (2014). Using Moran's I and GIS to study the spatial pattern of forest litter carbon density in a subtropical region of southeastern China. *Biogeosciences*, 11(8), 2401–2409. [CrossRef]
- Fu, X. M. (2020). Does heavy ICT usage contribute to the adoption of ride-hailing app? *Travel Behaviour and Society*, 21, 101–108. [CrossRef]
- Goodchild, M. F. (1986). *Spatial autocorrelation*. GeoBooks.
- Griffith, D. A. (1992). What is spatial autocorrelation? Reflections on the past 25 years of spatial statistics. *L'Espace Géographique*, 21(3), 265–280. [CrossRef]
- Kılıç, Ç. (2011). Digital divide problem in global World. *Erzincan University Journal of Education Faculty*, 13(1), 81–91.
- Lerch, C., & Gotsch, M. (2015). Digitalized product-service systems in manufacturing firms: A case study analysis. *Research-Technology Management*, 58(5), 45–52. [CrossRef].
- Moran, P. A. (1950). Notes on continuous stochastic phenomena. *Biometrika*, 37(1–2), 17–23. [CrossRef]
- Niebel, T. (2018). ICT and economic growth – Comparing developing, emerging and developed countries. *World Development*, 104, 197–211. [CrossRef]
- Özçelik, Ö., & Barut, A. (2018). The cost and spatial analysis of solid waste management in Kutahya Province. *Academic Review of Economics and Administrative Sciences*, 11(1), 93–110.
- Rachinger, M., Rauter, R., Müller, C., Vorraber, W., & Schirgi, E. (2019). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(8), 1143–1160. [CrossRef]
- Schallmo, D. R. A., & Williams, C. A. (2018). *History of digital transformation* (pp. 3–8). [CrossRef]
- Scott, L., & Pratt, M. (2009). Answering why questions: An introduction to using regression analysis with spatial data. *Arcuser (ESRI)*, (Spring), 40–43.
- Yunis, M., Tarhini, A., & Kassar, A. (2018). The role of ICT and innovation in enhancing organizational performance: The catalysing effect of corporate entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 88, 344–356. [CrossRef]
- Zhang, Y., Chen, J., & Zhang, S. (2017). Analysis of spatial pattern and influencing factors of e-commerce. *International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, XLII–2/W7, 1461–1467. [CrossRef]
- Zhou, Q., Wang, C., & Fang, S. (2019). Application of geographically weighted regression (GWR) in the analysis of the cause of haze pollution in China. *Atmospheric Pollution Research*, 10(3), 835–846. [CrossRef]

The Effect of Trade Costs on the Foreign Trade Size: A Comparative Study of High-Income Countries and Upper-Middle-Income Countries

Nasim ROUYGARI 

¹Department of Economics, Atatürk University Institute of Social Sciences, Erzurum, Turkey

ABSTRACT

Objective: In theories of microeconomics, exchange costs are not taken into account when discussing exchange benefits, and an implicit assumption is made that exchange costs are zero. On the other hand, in the traditional international economy, the cost of trade was not considered very carefully. However, in the modern economy, trade costs constitute a significant portion of global trade. Method: This article examined the effect of trade costs on trade volume in two groups, high-income, and upper-middle-income countries, over the period of 2006-2015 using the Panel data analysis method. Result: The results of the study show that transportation costs and the number of commercial documents have a negative effect on the trade volume in high-income countries. Conclusion: In high-income countries, trade costs lead to a decrease in trade volume, while in upper-middle-income countries, transportation costs and the number of trade documents do not have a significant impact on trade volume.

Keywords: Documents in international trade, export and import, high-income countries, middle-high-income countries, trade cost, transportation cost

ÖZ

Geleneksel dış ticaret teorisi uluslararası ticarete taşıma maliyetlerinin sıfır olduğunu iddia etse de gerçek yaşamda taşıma maliyetleri işlem maliyetlerinin önemli bir kısmını oluşturur. Bu çalışmada 2006-2015 döneminde yüksek gelirli ülkeler ve üst orta gelirli ülkeler olmak üzere iki grupta ticaret maliyetlerinin ticaret hacmi üzerindeki etkisini Panel veri analizi yöntemini kullanarak incelenmektedir. Çalışmanın sonuçları, yüksek gelirli ülkelerde taşıma maliyetlerinin ve ticari belge sayısının ticaret hacmi üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla sonuçlar, yüksek gelirli ülkelerde ticaret maliyetlerinin ticaret hacminde azalmaya yol açtığını, üst orta gelirli ülkelerde ise taşıma maliyetlerinin ve ticari belgesi sayısının ticaret hacmi üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Ticaret maliyeti, ulaştırma maliyeti, ihracat ve ithalat, uluslararası ticarete belgeler, yüksek gelirli ülkeler, orta-yüksek gelirli ülkeler

Received/Geliş Tarihi: 07.07.2022

Accepted/Kabul Tarihi: 05.05.2022

Yayın Tarihi/Publication Date:

XX.XX.XXXX

Corresponding author:

Nasim Rouygari

E-mail: nasim.rouygari@gmail.com

Cite this article as: Rouygari, N. (2022).

The effect of trade costs on the foreign trade size: A comparative study of high-income countries and upper-middle-income countries.

Current Perspectives in Social Sciences, 27(1), 84-94.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Introduction

Countries around the world seek to investigate and identify the factors affecting exports and imports so that they can adopt appropriate economic policies (Fatali, 1997 p. 9). Therefore, this article examines the effect of trade costs, which play an important role in international trade and the competitiveness of countries in global trade. In international trade, costs include production costs and trade costs. Production costs are related to the structure and economic conditions of the production sector of exporting or importing countries. However, trade costs are related to non-production costs and depend on both exporting and importing countries, which can be referred to as the transportation cost or trade barriers such as tariffs and administrative costs of export and import (Anderson & Van Wincoop, 2004 p. 694-695).

The question is that "do trade costs in groups of countries with different income levels have a similar effect on their trade value?" Therefore, the main question of the present article is about the effect of trade costs on the trade value in the group of high-income countries and upper-middle-income countries. It is expected that the income level of countries can influence the effect of trade costs on their

Q1

Q3

Q4

trade value. Therefore, in this study, the effect of trade costs on trade value during the period 2006–2015 is discussed using panel data analysis.

The rest of this study is organized as follows: The theoretical foundations and research background are discussed in the second section, the methodology and introduction of the research method in the third, the analysis of research data and findings in the fourth, and in the final section, summation, conclusion and policy suggestions are presented.

Theoretical Literature and Literature Review

International trade is affected by many variables such as economic growth, exchange rates, exchange rate fluctuations, monetary and fiscal policies of countries, and the economy's openness degree. However, in addition to these variables, certainly in the discussion of international trade, one of the reasons for the increase in trade is the trade cost. Among these costs, we can mention transportation costs, reduction of trade tariffs between exporting and importing countries, and the time required for exports and imports. (Anderson and Van Wincoop, 2004, p. 698)

Factors Affecting International Trade

The volume of trade or the summation of exports and imports is affected by several economic variables, some of which are described in this section. Among the variables examined, we can refer to trade costs, exchange rates, economic growth, and the degree of economy's openness (Ahmadishadmehri & Ahmadianyazdi, 2012, p. 118).

Trade Cost and International Trade

Trade costs include all costs required to deliver the product to the final consumer and of course, do not include the production costs. These costs include transportation costs (including transportation costs and time costs), policy barriers (including tariff and non-tariff barriers), information costs, contract execution costs, costs associated with using different currencies, legal and regulatory costs, and regional distribution costs (intentional sales and retail) (Anderson & Wincoop, 2004, p.700-701).

Trade costs are also defined (Ahmad & Hina, 2019) as the difference between the final cost of production in one country and the price paid by consumers in another. These costs can be divided into two parts: trade costs in the country of origin and trade costs in the importing country (Ahmad & Hina, 2019, p. 73).

Exchange Rates and International Trade

According to the international trade foundations, one of the moderating exchange rate policies is the policy of devaluing the national currency (increasing the real exchange rate). Based on economic theories with the implementation of this policy, the value of the country's exports increases and the value of imports decreases. Thus, the consequence of these two effects leads to improving the country's balance of trade. Accordingly, it is expected to be a direct relationship between changes in a country's exchange rate and balance of trade (Ahmadishadmehri & Ahmadianyazdi, 2012, p. 119).

Economic Growth and International Trade

Two functions of import demand and export supply are used to discuss the effect of economic growth on trade. Exports are one of the main pillars of international trade. Classical and neoclassical theories of growth have emphasized the relationship between increased exports and economic growth, and it is believed that the development of the international economy has led to increased expertise and efficiency in the export sector. Finally, it redistributes resources from non-commercial and inefficient sectors to commercial sectors and can help to increase production (Lam, 2015, p. 608).

As gross domestic product (GDP) grows, the demand for goods and in-demand services is met, and the export of excess domestic demand becomes possible.

The Degree of Economy's Openness and International Trade

The degree of economy's openness or economic liberalization means reducing trade restrictions and tariffs, which reduces trade barriers for countries; in this way, their foreign trade increases. In other words, increasing foreign trade means increasing the countries' exports and imports and bringing significant benefits to countries on the path of economic growth and development. Therefore, according to the aforementioned, the higher the economy's openness degree (the ratio of total exports and imports to GDP), the more open that economy is in international trade. Thus, trade exchanges are more important and account for a larger share of GDP. (Rodrik, 1997, p. 3-5).

Literature Review

Q6 Sugiharti et al. (2020, p. XX) presented a study using the Autoregressive Distributed Lag (ARDL) model during the monthly period 2006-2018. The results of their study showed that the effect of the exchange rate on many export goods from Indonesia to India, Japan, South Korea, and the United States has been significant both in the short and long term, and this relationship has been negative for most export goods from China.

Vieira and MacDonald (2020, p. XX) examined the effect of exchange rates on the current accounts of 58 selected countries during the period 1994-2014. The results of their study showed that the current account has deteriorated, and in countries where the exchange rate has risen, the current account has improved. Q7

Xu et al. (2020, p. XX) examined the effect of tariffs on Chinese export destinations using the panel data method. Their study period was 2002–2013. The results of their study showed that tariffs have a negative effect on exports at the national level and exports at the level of enterprises.

Ahmad and Hina (2019, p. XX) examined the effect of trade cost, in particular, tariffs on the volume of trade (exports) of Pakistan with its trading partners during the period 2005–2017. For this purpose, they used the panel data method. The results of their study showed that population, GDP, and tariffs have a direct effect on Pakistan's exports to its trading partners. The results also showed that the exchange rate and the distance between the countries have a negative effect on Pakistan's exports to its trading partners.

Cam Tu and Giang (2018, p. XX) examined the effect of trade costs on exports in Vietnam. They used the panel data method of the gravity model in their study during the period 2001–2013. The results obtained from their study by fixed effect methods showed that trade costs play a crucial role in Vietnam's trade with its trading partners. The results also showed that the population of importing countries, the degree of economy's openness in importing countries, the GDP of the importing country, and the GDP of Vietnam have a significant effect on bilateral exports with its trading partners.

Wangpit (2013, p. XX) examined the effect of export facilitators and distance on Thailand's exports to Singapore and the European Union using panel data method during the period 1999–2010. The results of his study showed that the commercial cost of industrial goods in Thailand has decreased over time because of reducing tariffs and also the distance between Thailand and the EU accounts for a significant share of business costs.

Q8

Methods

The present study in terms of purpose is an applied research and in terms of research method is correlation analysis. The statistical population used in this study includes 30 high-income countries and 31 upper-middle-income countries (see Appendix A for the list of countries).

Empirical Model Specification and Econometric Model

The model is specified as follows:

$$Trade_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 TC_{it} + \alpha_2 TT_{it} + \alpha_3 DT_{it} + \alpha_4 GDP_{it} + \alpha_5 EXC_{it} + \alpha_6 OP_{it} + \alpha_7 Tarrif_{it} + \varepsilon_{it}$$

- Trade value: it refers to the total exports and imports of countries, and the required statistics and information have been collected from the World Development Indicators (WDI) (2019) World Database. The figures for this variable are in million dollars.
- Transportation cost: The total cost of relocation of export and import containers is in dollars and its statistics and information are collected from the statistical database of the Global Business Group.
- Export and import time: the total duration of exports and imports is given in days and its statistics and information are collected from the statistical database of the World Business Group.
- Documents of trading: it is the total of registered documents for export and import (document), and its statistics and information have been collected from the statistical database of the World Business Group.
- Gross domestic product: it is the monetary value of all goods and services produced per year in a country, and in fact, it will be compared to the base year of 2010. Gross domestic product statistics and data are also collected from the WDI (2019) Global Database. The figures for this variable are in million dollars.
- Exchange rate: it indicates the value of the national currency against the US dollar; GDP statistics and data are also collected from the WDI (2019) World Database.
- Trade openness: it is equal to the ratio of total exports and imports to GDP (percentage of GDP), and its statistics and data are also collected from the WDI (2019) World Database.
- Tariff: the cost of export and import tariff is in dollars, and its statistics and data are also collected from the WDI (2019) World Database.

Q9

Trend of Research Variables

In the present section, we examine the average trend of indicators during the period 2006–2015 in a group of high-income countries and upper-middle-income countries.

The Average Trend of Trade Value in the Studied Countries

The average trend of trade value in both groups of studied countries during the period 2006–2015 is shown in Figure 1.

As shown in Figure 1, the trend of trade value in the group of studied countries is increasing during the period under consideration. Also, high-income countries have the highest volume of trade compared to the other group. In fact, as income levels increase in the studied countries, trade value also increases.

The Average Trend of Transportation Costs in the Studied Countries

The average trend of transportation cost in both groups of studied countries during the period 2006–2015 is shown in Figure 2. As shown in Figure 2, high-income countries have the lowest transportation costs compared to upper-middle-income countries.

The Average Trend of Export and Import Time in the Studied Countries

The average trend of export and import time (number of export and import days) in the studied countries during the period 2006–2015 is shown in Figure 3.

As shown in Figure 3, the average trend of export and import days in the group of countries with high-income levels is the number of days of exports and imports is the lowest (under 30 days) and countries with average income levels are in the range of 45 and 60 days. Thus, an increase in the income level of the countries has led to a decrease in the days of exports and imports.

Q10

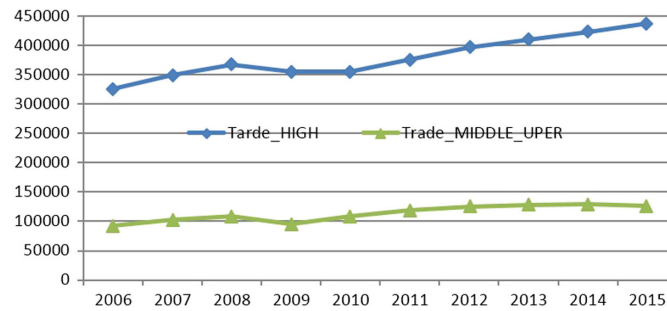


Figure 1.
Average Trend of Trade Value in the Group of Studied Countries During the Period 2006–2015. Source: Research Calculations and WDI (2019).

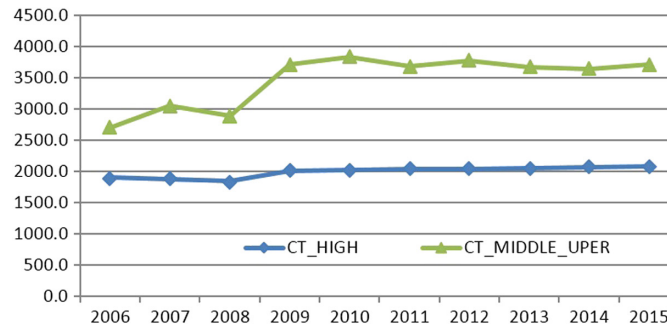


Figure 2.
Average Trend of Transportation Costs in the Group of Studied Countries During the Period 2006–2015. Source: Research Calculations and WDI (2019).

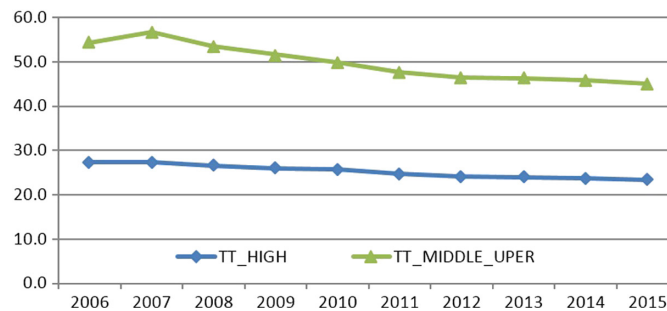


Figure 3.
The Average Trend of Export and Import Time in the Studied Countries During the Period 2006–2015. Source: Research Calculations and WDI (2019).

The Average Trend of Documents of Trading in the Studied Countries

The average trend of documents of trading in the studied countries in both groups of studied countries during the period 2006–2015 is shown in Figure 4.

As shown in Figure 4, the trend of the number of documents of trading in the group of high-income countries is the least number (10 documents) and in upper-middle-income countries is between 14 and 15 documents. Therefore, as countries' incomes increase, the number of documents of trading will decrease.

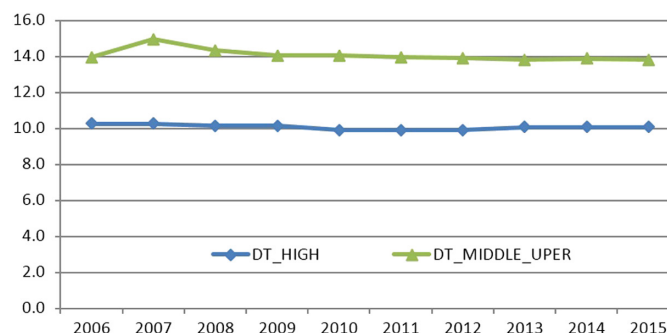


Figure 4.
The Average Trend of Documents of Trading in Group of Studied Countries During the Period 2006–2016. Source: Research Calculations and WDI (2019).

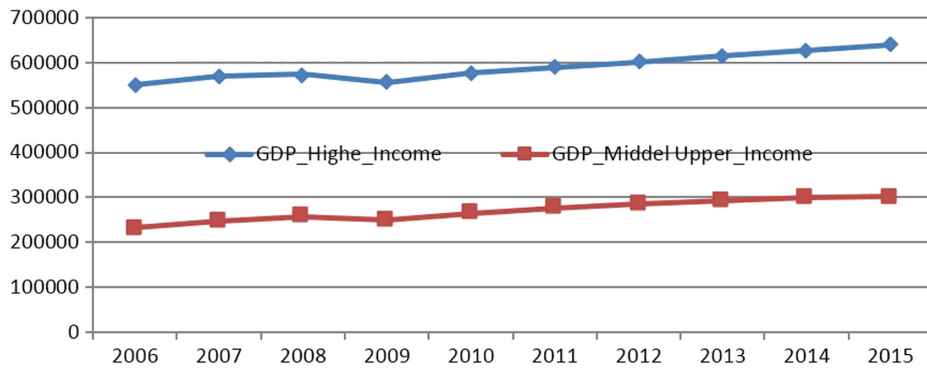


Figure 5. Average Trend of Documents of GDP (billion dollars) in the Group of Studied Countries During the Period 2006–2015. Source: Research Calculations and WDI (2019). Note: GDP=gross domestic product.

The Average Trend of Documents of Gross Domestic Product in the Studied Countries

The average trend of trade value in the studied countries during the period 2006–2015 is shown in Figure 5.

As shown in Figure 5, the average trend of real GDP has an upward trend in the group of studied countries. There is also a significant difference between the real GDP in the group of studied countries.

Average Trend of Exchange Rate in the Studied Countries

The average trend of exchange rates in the studied countries during the period 2006–2015 is shown in Figure 6.

As shown in Figure 6, the average trend of exchange rates in the group of high-income countries is lower than in upper-middle-income countries.

Average Trend of Economy's Openness Degree in the Studied Countries

Average trend of economy's openness degree in two groups of studied countries during the period 2006–2015 is shown in Figure 7.

As shown in Figure 7, the average trend of economy's openness degree in high-income countries is the highest and in upper-middle-income countries is less than in high-income countries.

The Average Trend of Tariff Cost in Studied Countries

The average trend of tariff costs in the two groups of studied countries during the period 2006–2015 is shown in Figure 8.

As shown in Figure 8, the average trend of tariff costs in high-income countries is the less than upper-middle-income countries.

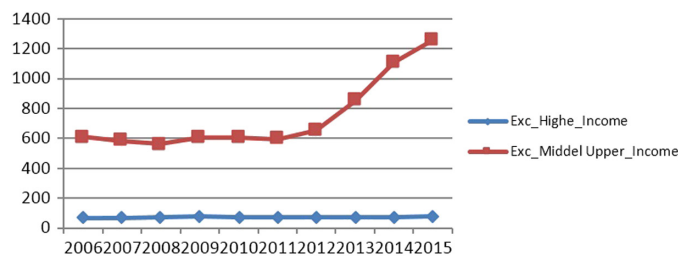


Figure 6. The Average Trend of Exchange Rates in the Group of Studied Countries During the Period 2006–2015. Source: Research Calculations and WDI (2019).

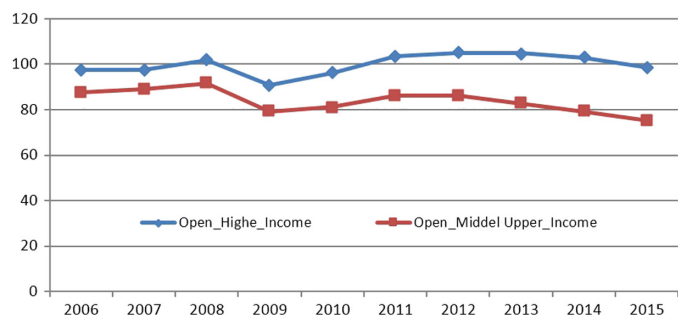


Figure 7. The Average Trend of Economy's Openness Degree in two Groups of Studied Countries During the Period 2006–2015. Source: Research Calculations and WDI (2019).

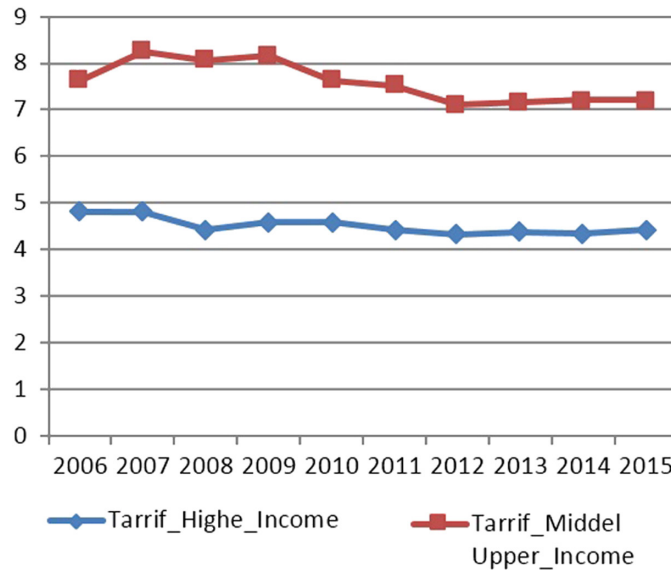


Figure 8.

The Average Trend of Tariff Costs in the Group of Studied Countries During the Period 2006–2015. Source: Research Calculations and WDI (2019).

Empirical Findings of Model Estimation

In this section, first, we examine the reliability test of the article variables, and then, the model is estimated. The estimates have been done using Eviews software version 11.

The Reliability Test of Model Variables in High-Income and Upper-Middle-Income Countries

The reliability test of the model variables is presented in Table 1.

Results obtained from reliability test of the model variables in Table 1 show that probability value of Levin, Lin, and Chu test statistics for variables of trade volume, transportation cost, export and import time, GDP, exchange rate, tariff rate and economy's openness degree, and documents of trading in the studied countries is less than five hundredths; and this result indicates that the null hypothesis based on having a unit root of variables is rejected and its opposite hypothesis that is the reliability of the variables is accepted.

Results for Diagnostic Tests for High-Income Countries Model

The F-Limer test statistical probability value is less than 1% in the model of high-income and upper-middle-income countries. Therefore, at a 99% confidence level, the calculated F statistic based on group estimation method indicates the rejection of the null hypothesis, or the opposite hypothesis acceptance based on the data panel, the estimation method in this group of countries.

Hausman Test Results for the Model of High-Income Countries and Upper-Middle-Income Countries

Probability value of Hausman test statistics for the model of high-income countries and upper-middle-income countries is zero, which is less than the significance level of 1%. Therefore, the null hypothesis that indicates compatibility of estimates with random effects is rejected as opposed to the hypothesis that the estimation is consistent with the fixed effects.

Kao Co-Integration Results for the Model of High-Income Countries and Upper-Middle-Income Countries

Kao co-integration test is used to examine the variable co-integration; and the Kao co-integration results for the model of high-income countries and upper-middle-income countries are shown in Table 4.

The probability value of the Kao test statistic is less than one hundredth. The null hypothesis of this test that there is no coherence between the variables is rejected, and the opposite hypothesis that there is a combination of variables is accepted. Therefore, there is a

Table 1.
Results for Panel Unit Root Tests, the Model Variables for High-Income Countries, and Upper-Middle-Income Countries Using (Levin-Lin-Chu) LLC Test

Variable	Abbreviation	Test Conditions	High-Income Countries		Upper-Middle-Income Countries	
			Test Statistics	Probability	Test Statistics	Probability
Trade value	Trade	With intercept and trend	-15.32	.0000	-7.66	.0000
Transportation cost	TC	With intercept and trend	-10.57	.0000	-15.76	.0000
Export and import time	TT	With intercept and trend	-4.60	.0000	-41.32	.0000
Documents of trading	DT	With intercept and trend	-1.88	.0299	-20.42	.0000
GDP	GDP	With intercept and trend	-9.94	.0000	-7.61	.0000
Exchange rate	EXC	With intercept and trend	-4.32	.0000	-21.84	.0000
Tariffs	Tariffs	With intercept and trend	-5.18	.0000	-15.53	.0000
Economy's openness degree	OP	With intercept and trend	-9.28	.0000	-17.74	.0000

Source: Research Calculations.

Table 2.
Model F-Limer Test Results for High-Income Countries Model and Upper-Middle-Income Countries

Test	High-Income Countries		Upper-Middle-Income Countries	
	Statistics	Probability Value	Statistics	Probability Value
F Limer	234	.0000	239	.0000
Chi square	975	.0000	946	.0000

Source: Research Calculations

Table 3.
Hausman Test Results for the Model of High-Income Countries and Upper-Middle-Income Countries

Test	High-Income Countries		Upper-Middle-Income Countries	
	Test Statistics	Probability Value	Test Statistics	Probability Value
Hausman	162	.0000	34.27	.0000

Source: Research Calculations

Table 4.
Kao Co-Integration Results for the Model of High-Income Countries and Upper-Middle-Income Countries

Test	High-Income Countries		Upper-Middle-Income Countries	
	Test Statistics	Probability Value	Test Statistics	Probability Value
Kao co-integration test	-6.19	.0000	-3.07	.0011

Source: Research Calculations

co-integration between the model variables of high-income countries and upper-middle-income countries, and a long-term relationship is established.

Results Obtained from the Estimates for Model of High-Income Countries and Upper-Middle-Income Countries

According to the results obtained from F-Limer and Hausman tests, the results of the model estimated with fixed effects in high-income, and upper-middle-income countries during the period 2006–2015 are shown in Table 5.

Results obtained from model estimation based on the effect of trade cost on trade volume in high-income and upper-middle-income countries in Table 5 can be discussed as follows.

Transportation costs in high-income countries with a coefficient of -2.9 have a significant negative effect on the trade volume at a significant level of 5%. Thus, with a 1-unit increase in transportation costs in high-income countries, trade volume will decrease by 2.9 units and in upper-middle-income countries, with a coefficient of -0.17 , it has a negative effect on trade volume which is not statistically significant.

Export and import time with a coefficient of 102.6 does not have a significant effect on trade volume in high-income countries. But with a coefficient of 68.82, it has a direct and significant effect on the trade volume in upper-middle and high-income countries. In other words, in these countries, the increase in the number of export and import days has led to an increase in trade volume.

Real GDP by a coefficient of 0.84 has a direct and significant effect on the trade volume in high-income countries at a significant level of 1%. It means that by increasing 1 unit in real GDP in high-income countries, trade volume increases by 0.84 units. Also, real GDP with a coefficient of 0.43 has a direct and significant effect on the trade level in upper-middle-income countries with a significant level of 1%. It means that by increasing 1 unit in real GDP in upper-middle and high-income countries, trade volume increases by 0.43 units.

Exchange rates in high-income countries with a coefficient of -58.7 have a negative and significant effect on the trade volume at a significant level of 1%. It means that by increasing 1 unit in exchange rates of these countries, trade volume decreases significantly by 58.7 units. Also, exchange rates in upper-middle-income countries with a coefficient of -9.64 have a negative and significant effect on the

Table 5.
Results Obtained From the Estimates for Model of High-Income Countries and Upper-Middle-Income Countries (Dependent Variable: Trade Volume)

Variable	Abbreviation	High-Income Countries			Upper-Middle-Income Countries		
		Coefficient	T Statistics	Probability	Coefficient	T Statistics	Probability
Intercept	C	19340.2	.51	.6040	785.7	.09	.9240
Transportation cost	TC	-2.9	-2.49	.0131	-0.17	-.59	.5491
Export and import time	TT	102.6	.93	.3504	68.82	2.93	.0036
Documents of trading	DT	-16392.7	-4.71	.0000	-91.72	-.86	.3880
GDP	GDP	0.84	30.1	.0000	0.43	16.46	.0000
Exchange rate	EXC	-58.7	-3.45	.0006	-9.64	-4.11	.0001
Economy's openness degree	OP	236.5	5.89	.0000	62.59	10.16	.0000
Tariff	Tariff	-74.9	-.24	.8072	-878.13	-6.64	.0000
R^2	0.99	Statistics F		3513	0.99	Statistics F	
R^2 adjusted	0.99	Statistical probability F		.0000	0.99	Statistical Probability F	
Number of countries	30	Observation number		295	29	Observation Number	

Source: Research Calculations

trade volume at a significant level of 1%. It means that by increasing 1 unit in exchange rates of these countries, trade volume decreases significantly by 9.64 units.

The economy's openness degree in high-income countries with a coefficient of 226.5 has a direct and significant effect on the trade volume at the significant level of 1%. Therefore, by increasing 1 unit in economy's openness degree of these countries, trade volume increases significantly by 226.5 units. Also, the economy's openness degree in upper-middle-income countries with a coefficient of 62.59 has a direct and significant effect on the trade volume at the significance level of 1%. Therefore, by increasing 1 unit in economy's openness degree of these countries, trade volume increases significantly by 62.59 units.

Tariff with a coefficient of -74.9 has a negative effect on trade volume in high-income countries, which is not statistically significant. Also, tariff with coefficient of -878.13 has a direct and significant effect on the trade volume in upper-middle-income countries at the significant level of 1%. Therefore, with a 1-unit increase in tariffs in upper-middle- and high-income countries, trade volume decreases significantly by 62.59 units.

The number of trading documents with a coefficient of -16392.7 has a significant negative effect on trade volume in high-income countries, which is not statistically significant. Therefore, with a 1-unit increase in documents of trading in these countries, trade volume decreases significantly by 16392.7 units. Also, the number of trading documents with a coefficient of -91.7 , has a significant negative effect on trade volume in upper-middle-income countries at the significant level of 1%. Therefore, by increasing 1 unit in number of trading documents in these countries, trade volume decreases significantly by 91.7 units.

Finding Analysis

Transportation costs in high-income countries have a significant negative effect on trade volume. According to the results obtained by estimating the models, it is observed that transportation costs in high-income countries are higher than upper-middle-income countries.

The duration of exports and imports in high-income countries does not have a significant effect on trade volume.

The number of documents in the group of high-income countries and upper-middle-income countries significantly reduces the trade volume and its impact is higher in high-income countries than in other countries.

Real GDP in both high-income countries and upper-middle-income countries has a direct and significant effect on trade volume.

Exchange rates in the group of high-income countries and upper-middle-income countries have a negative impact on trade volume.

The economy's openness degree in both groups of countries has a direct impact on trade volume. In other words, in each group of the country with different income levels, the economy's openness degree increases with the trade volume.

Tariffs in upper-middle-income countries have a negative impact on trade volume. But, in high-income countries, it has no significant effect on the trade volume of these countries.

Conclusion and Policy Suggestions

Q13

In international trade, costs include production costs and trade costs. Production costs are related to the structure and economic conditions of the production sector of exporting or importing countries, while trade costs are related to non-production costs and depend on both exporting and importing countries, which include transportation costs or trade barriers such as tariffs and administrative costs of exporting and importing.

As exports increase the total demand level and increase the economic activity volume in the exporting country, it can lead to production in countries. Also, increasing the import of goods, especially intermediates and raw materials, will increase the mobility of the domestic economy of the importing country and will have a direct impact on production and economic growth. Accordingly, countries want to remove obstacles and problems related to exports and imports to take advantage of exports and imports in order to improve the internal conditions of their economies. One of the biggest obstacles in international trade is related to trade costs. This, in turn, requires the study of the trade costs' impact on trade value. But the question is, Do trade costs in groups of countries with different income levels have a similar effect on their trade value? Therefore, the main question of the present study is related to the trade cost impact on trade value in a group of countries with different income levels. Accordingly, countries were selected based on the division into groups of high-income countries and upper-middle-income countries, and the effect of trade costs on their trade value was examined. In fact, it is expected that the income level of countries can influence the impact of trade costs on the trade value in these countries.

The results and findings of this study are given as follows: transportation costs in high-income countries with a coefficient of -2.9 have a negative and significant effect on trade volume at the significant level of 5%. Therefore, by increasing 1 unit in transportation costs in these countries, trade volume decreases significantly by 2.9 units. Also, the transportation costs in upper-middle-income countries with a coefficient of -0.17 have a negative impact on trade volume where its effect is not statistically significant.

The expansion and prosperity of international trade, and the success in globalization process in developed and developing countries, are not possible without addressing the international trade costs. Because, one of the solutions to succeed and improve the competitiveness of developed and developing countries in the field of international trade is to discuss international trade costs such as transportation costs, tariff costs, and bureaucracy costs. Trade costs include political barriers (tariff and non-tariff), transportation costs (transportation costs and time), communication and information costs, executive costs, currency, legal, regulatory costs, and local distribution costs.

According to the results, it has been observed that transportation costs in both groups of countries with different income levels have a negative and significant effect on trade volume. Therefore, it is considered that transportation is one of the most important indicators of international trade. Therefore, countries are required to make appropriate and efficient policies to reduce transportation costs. Among these policies, we can refer to the formation of international transport union, the development of rail and sea transport, and the reduction of tariffs in the transport sector. Export time also has a negative impact on trade volume; therefore, countries must take some action such as reducing administrative bureaucracies and creation of electronic infrastructure for the export and import process in order to reduce trade costs.

: Peer-review: Externally peer-reviewed.

Declaration of Interests: The author declared that they have no conflict of interest.

Funding: The author declared that this study has received no financial support.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar, çıkar çatışması bildirmemiştir

Finansal Destek: Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Reference

- Aggarwal, A. (2004). *Impact of tariff reduction on exports: A quantitative assessment of Indian exports to the U.S* (p. 120). Indian Council for Research on International Economic Relations.
- Ahmadishadmehri, M. T., & Ahmadian Yazdi, F. (2012). The study of the impact of real exchange rate on the Iran's non-oil trade. *Journal of Economy and Regional Development*, 19(4), 114–155
- Ahmed, S. S., & Hina, H. (2019). The impact of trade cost on exports of Pakistan: An empirical modelling. *Research Journal of Social Sciences*, 6(1), 73–81.
- Anderson, J. E., & Van Wincoop, E. (2004). Trade costs. *Journal of Economic Literature*, 42(3), 691–751. [\[CrossRef\]](#)
- Chemingui, M. A., & Dessus, S. (2008). Assessing non-tariff barriers in Syria. *Journal of Policy Modeling*, 30(5), 917–928. [\[CrossRef\]](#)
- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386–405. [\[CrossRef\]](#)
- De, P. (2006). *Impact of trade costs on trade: Empirical evidence from Asian countries*. Working Papers from Asia-Pacific Research and Training Network on Trade (ARTNeT), an initiative of UNESCAP and IDRC
- Djankov, S., Freund, C., & Pham, C. S. (2010). Trading on time. *Review of Economics and Statistics*, 92(1), 166–173. [\[CrossRef\]](#)
- Dollar, D., & Kraay, A. (2001). *Trade, growth and poverty* [World Bank working paper]. World Bank.
- Dowlinga, M., & Cheang, C. T. (2000). Shifting comparative advantage in asia: New test of the flying geese model. *Journal of Asian Economics*, 11(4), 443–463. [\[CrossRef\]](#)
- Ezeala-Harrison, F. (1999). *Theory and policy of international competitiveness*. Praeger.
- Fatali, A. (1997). *International Trade* (1st ed). Moinyan.
- Hodge, J. (2002). Liberalizing of trade in services in developing Countries. In B. Hoekman, P. English & A. Matoo (Eds.) *Development, trade and the WTO. A handbook*. World Bank.
- Hoque, S. (2005). *The impact of tariff reduction on Bangladesh economy: A computable general equilibrium assessment*. Center of Policy Studies. Monash University.
- Islam, R., Siwar, C., Islam, S., & Bhuiyan, A. B. (2010). Impacts on trade barriers to timber in Malaysia. *World Journal of Management*, 2, 13–21.
- Jacks, D. S., Meissner, C. M., & Novy, D. (2010). Trade costs in the first wave of globalization. *Explorations in Economic History*, 47(2), 127–141. [\[CrossRef\]](#)
- Kaldor, N. (1970). The case for regional policies. *Scottish Journal of Political Economy*, 17(3), 337–348. [\[CrossRef\]](#)
- Khan, I. U., & Kalirajan, K. (2011). The impact of trade costs on export: An empirical modelling. *Economic Modelling*, 28(3), 1341–1347. [\[CrossRef\]](#)
- Kohli, U. R. (1978). Relative price effects and the demand for the imports. *Canadian Journal of Economics*, 15, 205–219.
- Korinek, J., & Sourdin, P. (2010). Clarifying trade costs: Maritime transport and its effect on agricultural trade. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 32(3), 417–435. [\[CrossRef\]](#)
- Krugman, P. (1991a). *Geography and trade*. The MIT Press.
- Lam, T. D. (2015). A review of modern international trade theories. *American Journal of Economics, Finance and Management*, 1(6), 604–614.
- Leichenro, R. M. (2000). Exports, employment and production: A causal assessment of U.S. states and regions. *Economic Geography*, 76(4), 303–325. [\[CrossRef\]](#)
- Limao, N., & Venables, A. J. (1999). *Infrastructure, geographical disadvantage, and transport costs* [Policy Research Working Paper Series 2257]. The World Bank.
- Linder, S. B. (1961). *An essay on trade and transformation*. John Wiley and Sons.
- McCallum, J. (1995). National borders matter: Canada – U.S. regional trade patterns. *American Economic Review*, 85, 615–623.
- North, D. C. (1955). Location theory and regional economic growth. *Journal of Political Economy*, 63(3), 243–258. [\[CrossRef\]](#)
- Novy, D. (2012). *Gravity redux: Measuring international trade costs with panel data* [CEP Discussion Paper 1114] (pp. 1–27).
- Rahman (2004). The determinants of Bangladesh's trade: Evidence from the generalized gravity model. The economic society of Australia's 33, conference of economists. Australia, NSW 2006: University of Sydney.
- Rodrik, D. (1997). *Trade, social insurance and the limits to globalization*. National Bureau Economic Research.
- Sugiharti, L., Esquivias, M. A., & Setyorani, B. (2020). The impact of exchange rate volatility on Indonesia's top exports to the five main export markets. *Heliyon*, 6(1), e03141. [\[CrossRef\]](#)
- Tabibiyan, M. (2004). *Macroeconomic* (1st ed). Baztab.
- Tiebout, C. M. (1956). Exports and regional economic growth. *Journal of Political Economy*, 64(2), 160–164. [\[CrossRef\]](#)
- Tu, M. T. C., & Giang, H. T. T. (2018). Estimating the impact of trade cost on export: A case study Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 5(3), 43–50. [\[CrossRef\]](#)

- Ueki, Y. (2015). Trade costs and exportation: A comparison between enterprises in Southeast Asia and Latin America. *Journal of Business Research*, 68(4), 888–893. [\[CrossRef\]](#)
- Victorio, A. (2009). Some estimates for effect on removing import tariffs. *International Advances in Economic Research*, 15(1), 138–139. [\[CrossRef\]](#)
- Vieira, F. V., & MacDonald, R. (2020). The role of exchange rate for current account: A panel data analysis. *Economia*, 21(1), 57–72. [\[CrossRef\]](#)
- Vural, G. (2013). Comparison of asymmetric trade costs: Estimated vs. recovered. *Procedia Economics and Finance*, 5, 779–788. [\[CrossRef\]](#)
- Wangpit, P. (2013). *Trade costs and impacts of trade facilitation on manufacturing exports by Thailand* [ARTNeT Working Paper Series No. 127]. ESCAP. Retrieved from www.artnetontrade.org.
- Wu, Q., & Munisamy, G. (2011). *Trade costs in U.S. Food manufacturing Industries*. Poster prepared of presentation at the Agricultural & Applied Economics Association's 2011 AAEE & NAREA Joint Annual Meeting. Pittsburgh, Pennsylvania.
- Xu, T., Li, W., Jiang, Y., & Chen, Y. (2020). The impact of destination tariffs on china's exports: Country, firm, and product perspectives. *Journal of Asian Economics*, 71. [\[CrossRef\]](#)
- Yeaple, S. R. (2005). A simple model of firm heterogeneity, international trade, and wages. *Journal of International Economics*, 65(1), 1–20. [\[CrossRef\]](#)
- Zoghipoor, A., & Zibaei, M. (2010). The effects of agricultural trade liberalization on key variables. *Economic Research Journal*, 3(4), 67–93.

APPENDIX A

Research Countries

A) The list of high-income countries used in the statistical sample is as follows:

Argentina, Australia, Bahamas, Bahrain, Brunei, Canada, Chile, Croatia, Czech, Denmark, Hungary, Iceland, Israel, Japan, Korea, Kuwait, Latvia, Lithuania, New Zealand, Norway, Oman, Poland, Qatar, Saudi Arabia, Singapore, Sweden, Switzerland, United Arab Emirates, United Kingdom, Uruguay.

A) The list of upper-middle-income countries used in the statistical sample is as follows:

Albania, Algeria, Angola, Azerbaijan, Belarus, Belize, Bosnia, Botswana, Brazil, Bulgaria, Colombia, Costa Rica, Dominican, Ecuador, Gabon, Guyana, Jordan, Kazakhstan, Malaysia, Mauritania, Mexico, Montenegro, Namibia, Panama, Paraguay, Peru, Romania, Russian, Turkey, Venezuela, Iran

Author Queries

JOB NUMBER: JSSI-2022-31/R1 RESUBMISSION - (80)

JOURNAL: CPSS

- Q1 Per style, phrases such as 'The Role of,' 'The Effects of,' 'The Treatment of,' and 'Report of a Case of' can usually be omitted from both titles and subtitles. Hence please check and change.
- Q3 Per style, for Original Articles, abstract should be structured and have the following subheadings: Objective, Method, Results, Conclusion. Hence please check and change.
- Q4 AQ: Please add page number for all cites
- Q5 Please consider rephrasing the sentence 'Therefore, according to this index...' in parallel construction for better readability.
- Q6 Please provide the expansion of 'ARDL'
- Q7 Please check the given year here '2014-2014'
- Q8 Please check the given year here '2010-2010'
- Q9 Please provide the expansion of 'WDI'
- Q10 Please consider rephrasing the sentence 'As shown in Figure 3, the average trend of export' for better clarity.
- Q11 Please provide expansion of 'LLC,' 'CT,'
- Q12 Please provide the citation for 'Tables 2 and 3'.
- Q13 Per style, Conclusion section should be clubbed with the Discussion section. Hence, please amend the headings accordingly.