

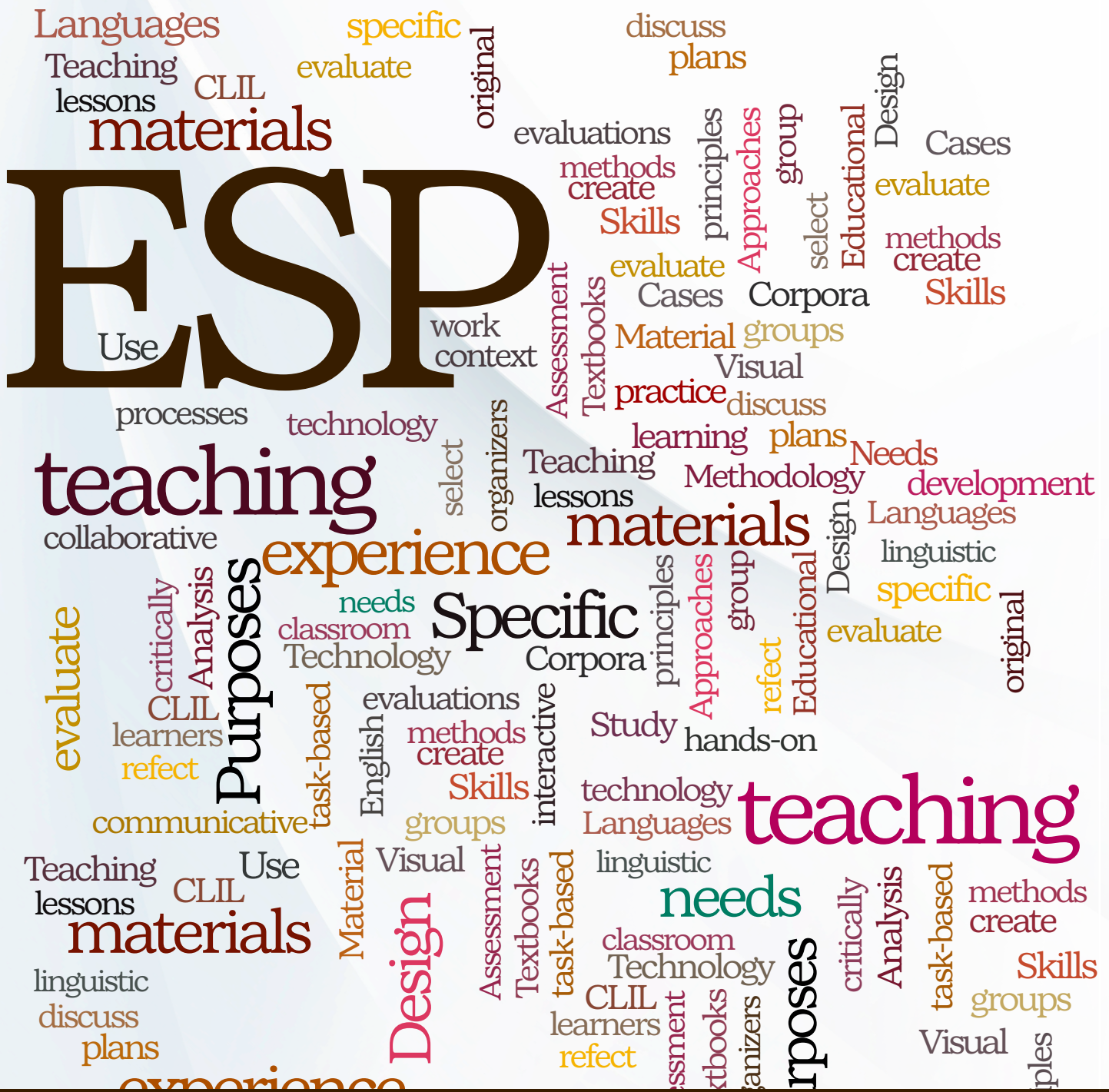


SAKARYA UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

JOIN ESP

INTERNATIONAL JOURNAL OF ENGLISH FOR SPECIFIC PURPOSES

Volume: 2 | Issue: 01 | Year: 2024 | e-ISSN: 2980-2636



EDITORIAL

Dear readers,

Welcome to the second volume of the International Journal of English for Specific Purposes (JoinESP), where we continue to explore diverse facets of specialized English communication. This issue brings together a collection of insightful research articles and a comprehensive review that delve into various dimensions of language, culture, digital media, and educational assessment.

In the first research article, Ömeril Faruk ŞENER examines the intricate interplay between culture and translation in Yusuf Atilgan's masterpiece 'Anayurt Oteli'. Titled "Analysis Upon the Town Culture and The Culture-Specific Items in The Translation of Yusuf Atilgan's Anayurt Oteli," ŞENER employs Newmark's taxonomies and Davies' methods to analyze 47 culture-specific items within the text, offering a nuanced perspective on the translator's decision-making processes and the strategies of 'foreignization' and 'domestication' proposed by Venuti.

Moving to the realm of digital media and brand communication, Halil İbrahim ÖZKAY and Zhazgul Kulenbekova present their research on "Using New Media for Specific Purposes: Transforming Brands into Opinion Leaders: The Case of Tinkoff Bank". This study explores how Tinkoff Bank effectively utilizes digital media strategies to enhance customer engagement, build brand loyalty, and establish itself as an opinion leader in the financial sector. Their findings underscore the significant impact of digital content, such as Tinkoff Magazine, in shaping consumer perceptions and fostering lasting brand-consumer relationships.

In a review article titled "A Review on Artificial Intelligence Based Measurement and Evaluation in Education," Muhammet Nimet Çavuş critically examines the transformative potential of artificial intelligence (AI) in educational assessment. Çavuş provides a comprehensive overview of AI-based tools and methods, highlighting their benefits in enhancing assessment accuracy, efficiency, and personalized learning experiences. The review also addresses challenges such as ethical concerns, technical integration, and the pivotal role of educators in guiding ethical AI adoption in educational settings.

Lastly, Gülin ZEYBEK and Eda GÜVEN SARI investigate "Intercultural Communication Apprehension, Global Citizenship, and Willingness to Communicate in English among EFL Learners of Tourism Guidance Department". Their quantitative study explores the relationships among intercultural communication apprehension, global citizenship beliefs, and willingness to communicate in English among students of tourism guidance. The findings underscore the nuanced dynamics influencing language learning and intercultural competence within specialized educational contexts.

Each article in this issue contributes unique perspectives and empirical insights into the evolving landscape of English for Specific Purposes (ESP), highlighting the interdisciplinary nature of language research and its practical implications across various domains. We trust that these scholarly contributions will inspire further exploration and discourse in the field.

We extend our gratitude to the authors for their valuable contributions and to our reviewers and readers for their continued support.

Enjoy reading this enriching volume of JoinESP!

Warm regards,

Dr. İsmail GÜRLER

Editor-in-Chief

International Journal of English for Specific Purposes (JoinESP)

Editorial Board

Editor-in-Chief

İsmail Gürler, Sakarya University of Applied Sciences, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Language Editor

Gülin Zeybek, ISUBÜ School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Editorial Board

Aylin Sevimel Şahin, Anadolu University, Faculty of Education, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Manolya Tunçer, Afyon Kocatepe University, Faculty of Education, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Pınar Yeni-Palabıyık, Sakarya University of Applied Sciences, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Gülin Zeybek, ISUBÜ School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Scientific Board

Serpil Meri-Yılan, İbrahim Cecen University of Ağrı, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Kübra Okumuş-Dağdeler, Cumhuriyet University, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Ali Güneş, Ankara Medipol University, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Hakan Demiröz, Social Sciences University of Ankara, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Orhan Ataman, Sakarya University of Applied Sciences, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Saad Alyamam Vafaibaaj, Sakarya University of Applied Sciences, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Fatıma Gimatdinova, Sakarya University of Applied Sciences, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Ali Dincer, Binali Yıldırım University of Erzincan, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Bilal Karaca, Trabzon University, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Serdar Takva, Trabzon University, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Ömer Faruk İpek, Bolu Abant İzzet Baysal University, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Fatma Gümüşok, Bartın University, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Ali Karakaş, Burdur Mehmet Akif Ersoy University, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Sarwat Nauman, Institute of Business Management, Department of Education, Dr. (Pakistan)

Kasım Koruyan, Saudi Aramco, Dr. (Saudi Arabia)

Safiye İpek Kuru GÖNEN, Anadolu University, Faculty of Education, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Nazlı BAYKAL, Süleyman Demirel University, Faculty of Education, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Cahit ERDEM, Afyon Kocatepe University, Faculty of Education, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Eda ÜSTÜNEL, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Faculty of Education, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Dinçay Köksal, Çanakkale 18 Mart University, ELT Department, Dr. (Türkiye)

Pelin Erdoğan, Gazi University, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Nur Gedik Bal, Social Sciences University of Ankara, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Derya Bozdoğan, McMaster University, Dr. (Canada)

Akif Gökçe , Sakarya University of Applied Sciences, Tourism Faculty, Dr. (Türkiye)

Azize Yüksel , ISUBÜ School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Technical Editor

Şehri Nur Kayıhan, Sakarya University of Applied Sciences, School of Foreign Languages, Lect. (Türkiye)

INTERNATIONAL JOURNAL OF ENGLISH FOR SPECIFIC PURPOSES (JOINESP)

Volume: **2/** Issue :**1/** Year: **2024**

Dear Reviewers of JoinESP,

On behalf of the editorial team of the International Journal of English for Specific Purposes (JoinESP), I would like to extend our heartfelt gratitude for your invaluable contributions to the successful completion of the 2nd volume, 1st issue, 2024.

Your expertise, dedication, and timely reviews have played a crucial role in maintaining the high standards of academic excellence that JoinESP aims to uphold. Your feedback and suggestions have undoubtedly enriched the quality of the articles published in this issue, thereby advancing scholarly discourse in the field of English for Specific Purposes.

We deeply appreciate the time and effort you have invested in carefully evaluating the submissions, providing constructive criticism, and guiding authors towards enhancing their work. Your commitment to ensuring the rigor and integrity of our journal is truly commendable.

Once again, thank you for your unwavering support and commitment to JoinESP. We look forward to continuing our collaboration with you in future issues.

Best regards,

Dr. Ismail GURLER

Editor-in-Chief

International Journal of English for Specific Purposes (JoinESP)

Reviewers List

Halil İbrahim Balkul, Sakarya University, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Gülfidan Aytaş, Sakarya University, Faculty of Humanities, Dr. (Türkiye)

Kadir Akpınar, Karamanoğlu Mehmetbey University, School of Kazım Karabekir, Dr. (Türkiye)

Murat Başarır, Erciyes University, Faculty of Communication, Dr. (Türkiye)

Metin Yıldız, Sakarya University, Faculty of Health Sciences, Dr. (Türkiye)

Canan Karadaş, Yozgat Bozok University, Akdağmadeni School of Health Sciences, Dr. (Türkiye)

Tuğrul Ayyıldız, Aydın Adnan Mendere University, Kuşadası Tourism Faculty, Dr. (Türkiye)

Yalçın Güçer, Ankara University, Vocational School of Beypazarı, Dr. (Türkiye)

Tuba Baykara, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Suzan Deniz, Tekirdağ Namık Kemal University, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Erdal Ördek, Isparta University of Applied Sciences, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

Orhan Ataman, Sakarya University of Applied Sciences, School of Foreign Languages, Dr. (Türkiye)

International Journal of English for Specific Purposes (JoinESP)

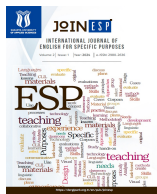
VOL. 2 NO. 1 (2024): JUNE 2024 TABLE OF CONTENTS

Research Articles

- Analysis Upon the Town Culture and The Culture-Specific Items in The Translation of Yusuf Atılgan's Anayurt Oteli
Yusuf Atılgan'ın Anayurt Oteli Çevirisinde Kasaba Kültürü ve Kültüre Özgü Unsurlar Üzerine Bir Analiz
Ömeril Faruk ŞENER 1-21
- Yeni Medyanın Özel Amaçlar İçin Kullanımı: Markaların Kanaat Önderine Dönüştürülmesi: Tinkoff Bankası Örneği
Using New Media for Specific Purposes: Transforming Brands into Opinion Leaders: The Case of Tinkoff Bank
Halil İbrahim ÖZKAY, Zhazgul Kulenbekova 22-38
- Exploring Intercultural Communication Apprehension, Global Citizenship, and Willingness to Communicate in English among EFL Learners of Tourism Guidance Department
Yabancı Dil Olarak İngilizce Öğrenen Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Kültürlerarası İletişim Kaygıları, Küresel Vatandaşlık Algıları ve İngilizce Dilinde İletişimde İsteklilikleri
Gülin ZEYBEK, Eda GÜVEN SARI 55-77

Review Articles

- Eğitimde Yapay Zekâ Tabanlı Ölçme ve Değerlendirme Üzerine Bir Derleme
A Review on Artificial Intelligence Based Measurement and Evaluation in Education
Muhammet Nimet ÇAVUŞ 39-54



Research Article

International Journal of English for Specific Purposes (JOINESP) 2(1), 1-21, 2024

Received: 28-Mar-2024 Accepted: 29-May-2024


homepage: <https://dergipark.org.tr/en/pub/joinesp>

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/joinesp/issue/82173/1460269>



SAKARYA UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

Analysis Upon the Town Culture and The Culture-Specific Items in The Translation of Yusuf Atilgan's Anayurt Otel

Ömeril Faruk ŞENER¹ 

Ağrı İbrahim Çeçen University, Graduate, School of Foreign Languages, Department of English
Translation and Interpretation, Ağrı

Abstract

Translation plays a critical role in enabling communication between people of different languages, nations, and cultures. Also, culture is an item that translation serves as a bridge for communication. At the same time, culture is a regulated phenomenon by translation. In this context, it cannot be thought apart from culture and translation each other. Each translated text has cultural transmission; literary works have been in the frame that culture made. Therefore, the essential items are the works translated without losing their essence and can be transmitted clearly and understandably to the target reader. This study aims to analyze under the light of Newmark's taxonomies and Davies' methods by determining culture-specific items of the work named 'Anayurt Otel'. Furthermore, Davies' seven methods will be used and researched to determine the methods used by the translator in the decision-making process. There are 47 culture-specific items in the work researched in this study, and they will be analyzed according to Davies' seven methods. After CSIs related to town culture are determined with Newmark's taxonomies and analyzed with Davies' methods, the overall view of the translations will be matched with Venuti's 'foreignization and domestication' strategies. Eventually, this study will be analyzed using Newmark's Taxonomies, according to Davies' 7 methods, and a holistic analysis will be carried out by matching it with Venuti's "foreignization" and "domestication" strategies.

Key Words: Culture Specific Items, Translation Strategies, Peter Newmark, Eirlys E. Davies, Town Culture, Anayurt Otel.

¹ Corresponding author: omerilfaruksener@gmail.com

Yusuf Atılgan'ın Anayurt Otel Çevirisinde Kasaba Kültürü ve Kültüre Özgü Unsurlar Üzerine Bir Analiz

Öz

Çeviri, farklı dillerden, milletlerden ve kültürlerden insanların iletişim kurmasını sağlamakta kritik bir rol oynar. Aynı zamanda kültür, çeviri için bir köprü görevi gören bir unsurdur. Kültür, çeviri tarafından düzenlenen bir olgu olduğundan, kültür ve çeviri birbirinden ayrı düşünülemez. Her çevrilen metin, kültürel bir aktarım içerir; edebi eserler, kültürün çerçevesinde yer almıştır. Bu nedenle, özünü kaybetmeden çevrilen ve hedef okuyucuya açık ve anlaşılır bir şekilde iletilebilen eserler temel unsurlardır. Bu çalışma, 'Anayurt Otel' adlı eserin kültüre özgü unsurlarını belirleyerek Newmark'ın taksonomileri ve Davies'in yöntemleri ışığında analiz etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, çevirmenin karar alma sürecinde kullandığı yöntemleri belirlemek için Davies'in yedi yöntemi kullanılacak ve araştırılacaktır. Bu çalışmada araştırılan eserde 47 kültüre özgü unsur bulunmaktadır ve bu unsurlar Davies'in yedi yöntemine göre analiz edilecektir. Kasaba kültürü ile ilgili kültüre özgü unsurlar Newmark'ın taksonomileri ile belirlendikten ve Davies'in yöntemleri ile analiz edildikten sonra, çevirilerin genel görünümü Venuti'nin 'yabancılaştırma ve yerelleştirme' stratejileri ile eşleştirilecektir. Sonuç olarak, bu çalışma Newmark'ın taksonomileri kullanılarak Davies'in 7 yöntemine göre analiz edilecek ve Venuti'nin "yabancılaştırma" ve "yerelleştirme" stratejileri ile eşleştirilerek bütünsel bir analiz yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültüre Özgü Unsurlar, Çeviri Stratejileri, Peter Newmark, Eirlys E. Davies, Kasaba Kültürü, Anayurt Otel

1. Introduction

According to Newmark, culture is defined as a lifestyle and manifestations specific to a community, using a particular language as a means of expression (Newmark, 1995). Larson says that culture is a complex set of beliefs, attitudes, values, and rules a group shares. (Larson, 2013). Shuttleworth asserts that cultural translation is a term used to refer to translations that act as a tool for intercultural or anthropological research (Shuttleworth, 2010). Culture, which is seen as the essence of translation according to some theorists, is seen by Newmark as an obstacle to a correct and proper translation rather than being the essence of translation. (Newmark, 2010).

Every society has its typical culture. At the beginning of the items that make it different from the others are its traditions, customs, clothes, beliefs, and ethics. Therefore, problems are likely to occur when transferring from one culture to another culture or another language. Accordingly, the transfer of cultural words may not have the same effect in the TL (Yıldırım, 2015). At this point, the translator has a very important role. This role is a binding point between the TL and the source culture. In other words, the translator acts as a bridge between the target culture and the source culture. Therefore, a translator using a cultural approach recognizes that each language contains items derived from its own culture, that each text is bound to a particular culture, and that the traditions of producing texts differ from culture to culture. Being aware of such issues sometimes makes it more appropriate to think of translation as a process that takes place not only between languages but also between cultures.

Language is the most important means of communication between people. Since the birth of humanity, communication has always been a necessity. Translation, which emerged with the consist of languages, was previously used in religious and commercial fields. However, today, it is widely used in many fields, such as literature, art, science, and astronomy. Then, cultural transfer was also provided through international interaction. Culture is a phenomenon that includes traditions, customs, ethics, ethnography, and geographical items that vary from society to society. The interaction between societies has increased with the melting of culture and translation in the same pot. Thus, access to different cultures has gained importance in areas where culture-specific items such as literature and art are more stand. Culture actually affects the period of a society, its mentality, and the political situation of the country. The writers, poets, critics, and translators of the period reflect this situation in their works. Access to the different cultures has been gained in fields that are found in culture-specific items' such as literature and art.

Culture and literature are indivisible whole. Also, these create a national identity among societies. Thus, the act of translation began to be considered together with culture. Many scientists and theorists have defined translation in different ways. According to Tylor; culture is *"a complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society"* (Tylor, 1986). The definition of translation is stated by Newmark; *"it is rendering the meaning of a text into another language in the way that the author intended the text"* (Newmark, 1987). Nida and Taber state that *"translating consists in reproducing in the receptor language the closest natural equivalent of the source language message"* (Nida, et al., 1999). Hatim and Munday define translation as *"the process of transferring a written text from SL to TL"* (Hatim, et al., 2019).

How the meaning given to the target culture affects the target reader is an important step in the decision-making process in translation. The main purpose of this study is to examine and analyze culture-specific items in detail. In addition, how the translator evaluates the cultural differences between the SL and the TL, how the culture-specific items in the SL are transferred to the TL, and which strategies and methods the translator follows are discussed. The target text is limited to the titles mentioned below in Newmark's taxonomy. These titles are as follows; Ecology, Material Culture, Social Culture, Organizations, Customs, Activities, Procedures, Concepts, Habits and Gestures. CSI has not been found related to the Ecology title, which comes first. In this study, 47 cultural-specific items of the town culture used by the ST author to determine in the decision-making process taken by the translator were determined by Newmark's taxonomy and analyzed in the light of Davies' methods. In addition, CSI has not been found for the Localization method, one of Davies' methods. After CSIs related to town culture are determined with Newmark's taxonomies and analyzed with Davies' methods, the overall view of the translations will be matched with Venuti's 'foreignization and domestication' strategies. Thus, a total analysis will be carried out.

'*Anayurt Oteli*', one of the most important works of Turkish literature, is a work that contains many paradoxes and displays unrest. This work not only appeals to every age and every layer but also each reader finds pieces from his inner world. While Yusuf Atılgan was writing this work, he aimed to carry realist and CSIs as well as psychological novel genre. The main purpose of choosing this literary work is that it contains CSIs intensely. At the same time, the fact that the study is limited to the determination of CSIs and the analysis of the items has an important role in the preference of the work.

In this study, Yusuf Atılgan's '*Anayurt Oteli*' describes a literary work in an Anatolian town, which is frequently encountered in daily speech and dialects, and which depicts the feelings of depression and loneliness, conveyed in a plain language. The first edition of this novel was published in 1973. It was also translated into English as '*Motherland Hotel*' by Fred Stark on December 1, 2016. Because it mentions town life, and items that include culture-specific items are analyzed. Some words in this study; are abbreviated as source text (ST), target text (TT), source language (SL), target language (TL), and culture-specific items (CSIs).

Yusuf Atılgan, one of the writers who best reflects the mood of the individual, has dealt with the subjects such as loneliness, psychological alienation, and closure to one's own inner world quite successfully in his work called '*Anayurt Oteli*' and presented this work as a masterpiece to Turkish literature. This novel is the second work written by Yusuf Atılgan. Using plain language has created his idiosyncratic style. Although dialects are used partly, the novel was written in accordance with today's Turkish. When we look at the whole of the novel, the punctuation marks are not used while analyzing Zebercet, who is the main character, although his language is simple, in order to convey the main emotion. The events in the novel are mostly narrated in the third person, but the thoughts of the main character are narrated in the first person. The novel is both psychological and surrealist. Since the novel is surrealist, the events are slower. As it is understood, the events proceed according to the psychology of the main character Zebercet. In particular, Zebercet's subconscious is used, because Zebercet has an introverted personality that abstracts himself from society. The novel was also presented to the audience on the movie screen by the director Ömer Kavur in 1987. And this movie was chosen as the third-best Turkish movie. The events take place in the republican period. The exact date is unknown. However, when the book is read carefully, it is possible to encounter findings dating back to 1963. The main place is the '*Anayurt Oteli*', where the main character Zebercet is the clerk. This hotel was built as a mansion by Zebercet's great-grandfather Keçecizade Malik Ağa, and then Zebercet's father, Ahmet Bey, who was a population clerk, made the mansion a hotel by forcing. The hotel is conducted by Zebercet and his family, with Ahmet Bey for the first thirty years and Zebercet for the next ten years. Zebercet, the clerk of the '*Anayurt Oteli*', in an Anatolian town, has serious loneliness and depression. The mysterious woman who comes to the hotel as a guest for one night completely changes Zebercet's routine life. All the feelings and problems that Zebercet has been experiencing, are revealed with the mysterious woman who came. After the mysterious woman leaves the hotel, Zebercet stays in her room and begins to dream. The events get more complicated day by day. Zebercet starts not accepting the customers who come to the hotel and in time closes the hotel completely to service. When the hotel is closed, the maid wants to return to her village. Zebercet drinks until he gets drunk one day at the public house. While leaving the public house, he tags after a man and goes to cockfights. He goes to the movies with Ekrem, whom he met there, and the desire to be with him crosses his mind. But he does not such a thing. He says goodbye to Ekrem and goes back to the hotel. That night at the hotel, he convinces the only woman with whom he can have some sexual relation, the maid, to be together. Then he strangles her to death. In the following days, he feels useless in the town. In his spare time, he attends trials at the town courthouse. He empathizes with a defendant who strangled his wife to death in one of the trials and begins to feel guilty. While the defendant's trial is being postponed, Zebercet leaves the courthouse and has a talk with an old townsman in a park. Later, despite his loneliness, disordered psychology, and being a murderer, his freedom

disturbs him, he can't stand this situation and he hangs himself on the ceiling of the room where the woman is staying and commits suicide.

2. Methodology

In general, 47 items that can be used as microanalysis for CSIs translation will be associated with Davies' methods. Also, it will be used to determine the frequency of the methods used. In addition, the work created will be examined in order to determine whether Venuti's foreignization and domestication strategies are target reader-oriented or source reader-oriented in order to introduce the intense culture determined by the CSIs that have been found by the critic. Accordingly, Venuti's domestication and foreignization strategies will be used when are found to be insufficient in terms of evaluation of the entire ST and understanding of the tendency of the translation to the TT. These, in turn, will be matched with Davies' methods and Newmark's taxonomies.

The primary purpose of this study is to examine and analyze culture-specific items in detail. In addition, it discusses what strategies and methods the translator follows in evaluating and transferring cultural differences during the translation process. In this study, 47 culture-specific items were identified using Newmark's taxonomies, and these identified items were analyzed using Davies' methods. After all this, a holistic analysis will be carried out by matching the main lines of the translations with Venuti's 'foreignization and domestication' strategies.

Each translation includes the process of creating literary and linguistic, educational and commercial, religious and political values, depending on the situation. In fact, each translation made is a new text. Because it gives new meanings to the culture to which it is transferred. Even though the translator is focused on the TT, he basically has to focus on the ST. Because the transferred item is purely cultural. And culture is an indispensable part of society. The previously translated text has been culturally influenced by previous texts. In this case, it may be unwittingly influenced by past translations, or it may add new meanings to the transferred text (Faull, 2004).

CSIs are conspicuous by their nature, they are distinct, and they stand out. In one of his studies, Florin states that culture includes items that can be defined as words and phrases that equal the concepts of a nation's lifestyle, culture, historical and social development (Zlateva, 2018). According to Newmark, most 'cultural words' are easy to determine for their associated with a particular language and cannot be translated literally. However, some of them are not recognized so easily. For this reason, in this study, the taxonomy generated by Newmark in 1988 was utilized in order to text the CSIs throughout the study. Newmark has created five taxonomy models that can be used to identify CSIs. Taxonomies are as follows:

1. **Ecology:** *“CSIs that are created in a language and culture due to the regional and geographic features that are peculiar to a community. such as fauna, flora, mountains, winds, plains, hills and so-on.”*
2. **Material Culture:** *“This category consists of four sub-dimensions such as food, clothing, houses and towns and transportation of a community.”*

3. **Social Culture:** *“Cultural words are included in this type of category that separates the ‘denotative’ and ‘connotative’ meanings in a language in two sub-topics: work and leisure.”*
4. **Organizations, Customs, Activities, Procedures, Concepts:** *“Cultural words such as institutional terms, names of governmental foundations, international and local acronyms of institutions, artistic and religious terms adopted in the traditions of a community. The cultural words in this category are listed in three sub-topics: administrative and political terms, religious terms and artistic terms.”*
5. **Habits and Gestures:** *“Some gestures, habits and mimics such as types of hand-clapping, kissing someone on her fingertip, shaking hands for bargain and so-on may be peculiar to a specific community.”* (Newmark, 1988)

CSIs detected by taxonomy will be determined by using Davies' methods, which method is used and how often by the translator.

In this study, culture-specific items and the life of depressed Anatolian people living in the town will be determined and the methods followed by the translator in line with the decisions taken will be analyzed. Davies proposes to use seven methods that she determined, both to cope with the problems and difficulties encountered in the translation process and to analyze CSIs. In this direction, the seven methods are as follows:

1. **Preservation:** This method can be applied in two ways. By preserving the content, the word that has no equivalent in the target culture is transferred as it is, or it is preserved and transferred directly to the target culture.
2. **Addition:** It is used to explain, add or give extra information about words that are known in the ST but do not give a full meaning in the TT. Sometimes it gives meaning to the plot by adding it to the plot.
3. **Omission:** This method is preferred by the translator to completely remove the words that have no equivalent in the target culture. It is a situation where it is not enough to convey a kind of original meaning.
4. **Globalization:** It is the method used to transfer culture-specific references to a wider culture.
5. **Localization:** It is the method of fully adapting a reference to the culture of the target reader. It is also described as the opposite of the previous method.
6. **Transformation:** It is the change of the original of culture-specific items in the ST while transferring them to the TT.
7. **Creation:** It is the re-creation of the missing item in the ST by the translator in the TT. (Davies, 2003)

Davies uses the term 'culture-specific items' throughout his work. These terms (CSIs) have been accepted by many scientists as well. In addition, some theorists emphasized that the ST and its culture are more important than the target culture items of the translated texts (Tekalp, et al., 2016).

3. Analysis of Culture-Specific Items

In this study, examples of CSIs in town culture in the work called 'Anayurt Oteli' will be analyzed according to Davies' translation methods and Newmark's taxonomy in this field. According to Newmark's taxonomy, words in the ST are classified as follows:

"Sofa, eşraf konağı, sandık odası, çay ocağı, meşin, hamam, çökelek, genelev, helmelenmek, içkili aşevi, sedir, ayakyolu, fes, han, tırnak çakısı, avlu, sac mangal" these are collected under the title of '**Material Culture**' that placed in the second section. The words "kahveci" and "nalbant" are included in the third section of '**Social Culture**' title. "Kapatma, keselenmek, bohça, gerdek gecesi, bozuk çıkmak, beybaba, bereketli olsun, kızlık nişanı, iç güveysi, kırkı çıkmak, lohusa yatağı, çeyiz, keçecizade, Malik, ağa, Haşim Bey, Nebilanım, sünnet, imam, mevlevî dergâhı, halvetî, şeyh, dergâh, muhip, türkü" are gathered under the title of '**Organizations, Customs, Activities, Procedures, Concepts**' which placed of the fourth section. The word "el öpmek" is form of greeting and takes part under the title of '**Habits and Gestures**', which comes in the fifth section.

Table 1: Identification and classification of cultural-specific items according to Newmark's taxonomy of the 'Anayurt Oteli'

1-) Ecology	-Non
2-) Material Culture	-Sofa, eşraf konağı, sandık odası, çay ocağı, meşin, hamam, çökelek, genelev, helmelenmek, içkili aşevi, sedir, ayakyolu, fes, han, tırnak çakısı, avlu, sac mangal
3-) Social Culture	-Kahveci, nalbant
4-) Organizations, Customs, Activities, Procedures, Concepts	-Kapatma, keselenmek, bohça, gerdek gecesi, bozuk çıkmak, bereketli olsun, beybaba, kızlık nişanı, iç güveysi, kırkı çıkmak, lohusa yatağı, çeyiz, keçecizade, Malik, ağa, Haşim Bey, Nebilanım, sünnet, imam, mevlevî dergâhı, halvetî, şeyh, dergâh, muhip, türkü
5-) Habits and Gestures	-El öpmek

Sample 1:

ST: "Çalımına bak şu sömürgeci **kapatmasının** demişti Dişçi." (p.12)

TT: "A choice bit of **harem-snatch**," the Dentist had said."

The word '**kapatma**' means a woman living out of wedlock with a man in the source culture. Instead of using the exact equivalent of the word 'closure' in the ST in the TT, the translator designed the word 'harem-snatch' by combining two independent words. Thus, he used Davies' "Creation" method.

Sample 2:

ST: "Üçüncü katta **sofanın** ışığını söndürdü; altı numaranın kapısı önünde durdu, içeriyi dinledi; ses yoktu." (p.12)

TT: "Putting out **the hall** light he stood by the door of Room 6 and listened. Not a sound."

The word '**sofa**' means the wide place where the room doors are opened in the houses. While transferring the word 'sofa' in the ST to the target culture, the translator prefers the word "hall" and uses Davies' "Preservation" method.

Sample 3:

ST: “İstasyonun arkasındaki alanda ana caddeye çıkan sokağın karşısında, eskiden zengin rumların da oturduğu bir semtte olduğu için yanmadan kalmış yapılardan biri, üç katlı bir **eşraf konağı**.” (p.12)

TT: “**The Hotel** is one of the buildings, spared the torch because wealthy Greeks had lived in the district, that stand opposite a street connecting the main avenue with the square behind the station.”

The translator has transferred the '**eşraf konağı**', which means the house or mansion where the wealthy people of a place or the mentioned respected people reside, as a 'hotel' in the TT. The '**eşraf konağı**' mentioned in the ST was later turned into a hotel. Thus, the translator transferred this word from the ST to the TT by completely changing it. Davies' "Transformation" method was used.

Sample 4:

ST: “Rüstem Beyin anlattığına göre konağı geçen yüzyılda dedesi **Keçecizade** Malik Ağa yaptırmış.” (p.13)

TT: “According to him it had been his grandfather, Melik Agha, who built the house in the previous century.”

'**Keçecizade**' in the ST was removed by the translator and Davies' "Omission" method was used.

Sample 5:

ST: “Rüstem Beyin anlattığına göre konağı geçen yüzyılda dedesi Keçecizade **Malik** Ağa yaptırmış.” (p.13)

TT: “According to him it had been his grandfather, **Melik** Agha, who built the house in the previous century.”

The name '**Malik**' was transferred to the TT in the same way, by keeping its meaning and Davies' "Preservation" method was used.

Sample 6:

ST: “Rüstem Beyin anlattığına göre konağı geçen yüzyılda dedesi Keçecizade Malik **Ağa** yaptırmış.” (p.13)

TT: “According to him it had been his grandfather, Melik **Agha**, who built the house in the previous century.”

The translator used Davies' method of "Preservation" by translating the word '**ağa**' into the target culture as 'Agha'.

Sample 7:

ST: “Zamanla her kata **ayakyolu**, odalara lavabo yapıldı; salonun, sofaların, odaların tahta tabanları, merdivenler kalın muşambayla kaplandı.” (p.13)

TT: “In time a washstand came to be installed in each room, a **toilet** on each floor. The lobby, halls, stairs and wooden flooring of the rooms were meanwhile being carpeted with linoleum.”

The word '**ayakyolu**' in the ST means toilet. This equivalence is provided by Davies' "Preservation" method.

Sample 8:

ST: “Kapıdan girince karşıda ikinci kata çıkan oymalı tahta korkuluklu merdiven, solda **sandık odası**-kiler-çay ocağı olarak kullanılan küçük bir oda.” (p.14)

TT: “Across from the door as you go in there is a stairway to the second floor with a carved wooden banister, and to its left a room that serves as a combination pantry, **linen closet** and tea galley.”

'**Sandık odası**' in the ST means the small room in the house where chests, baskets and various items are put. The 'linen closet', which has no exact equivalent in the TT, was preferred by the translator. And Davies' "Transformation" method was used.

Sample 9:

ST: “Kapıdan girince karşıda ikinci kata çıkan oymalı tahta korkuluklu merdiven, solda sandık odası-kiler-**çay ocağı** olarak kullanılan küçük bir oda.” (p.14)

TT: “Across from the door as you go in there is a stairway to the second floor with a carved wooden banister, and to its left a room that serves as a combination pantry, linen closet and **tea galley**.”

In the ST, '**çay ocağı**' means a tea house where beverages such as tea and coffee are prepared and drunk. Instead of using the exact equivalent of the 'çay ocağı' in the TT, the translator preferred 'tea galley' and used Davies' "Creation" method.

Sample 10:

ST: “Merdiven altında avluya açılan camlı kapı; salonda dört köşe iki alçak masa, çevrelerinde kara **meşin** kaplı dörder koltuk; tavandan sarkan kurşun boruların ucunda iki abajur; sağ duvarda Mustafa Kemal Paşa'nın bir boy resmi asılı; merdivene çıkmadan sağda büyük bir kapı; üstünde 1 yazılı.” (p.15)

TT: “The lobby has a pair of low square tables hedged round with black leather-upholstered armchairs, four to a table. Two lead pipes hang from the ceiling and end in lampshades. A full-length portrait of Mustafa Kemal Atatürk on the righthand wall, and just as you start upstairs, a door on the right bearing the numeral 1. Walls and doors alike are done in off white-paint, not limewash.”

The word '**meşin**' means sheepskin in the ST. This word was presented to the target culture reader by using Davies' "Preservation" method.

Sample 11:

ST: “İlkokulu bitirdiği yaz **sünnet** oldu.” (p.17)

TT: “The summer he graduated from elementary school brought his **circumcision**.”

'**Sünnet**' is the name given to the surgical operation performed by cutting the skin at the tip of the reproductive organ of Muslim boys. The translator used Davies' "Preservation" method since it has an exact equivalent in the TT, and thus, the meaning was preserved and transferred to the target culture.

Sample 12:

ST: “Gömüldükten sonra **imam** ninesinin adını sordu.” (p.17)

TT: “After the burial **the imam** asked Zeberjet his grandmother’s name.”

In the ST, the word '**imam**', which means the person who leads Muslims in prayer, was used in the TT by preserving both its form and content by the translator, thus Davies' "Preservation" method was preferred.

Sample 13:

ST: “On yıl önce uzak köylerin birinden dayısı olduğunu söyleyen bir adam getirdi kadını, **bohçası** koltuğunda.” (p.18)

TT: “Two years ago a man claiming to be an uncle showed up with her from a distant village.”

In the ST, '**bohça**' means a four-cornered piece of fabric that is wrapped or tied by putting clothes in it. The translator did not choose to use the word 'bohça' here, but instead used Davies' "Omission" method and removed this CSI from the TT.

Sample 14:

ST: “On yedisinde evermişler. **Gerdek gecesi** sabaha karşı bozuk çıktı diye geri göndermiş kocası.” (p.18)

TT: “At seventeen they had married her off but toward dawn of **the wedding night** the groom sent her back saying he wanted a virgin.”

The translator transferred the '**gerdek gecesi**', which means the first night of marriage, to the target culture as 'the wedding night' in the ST and used Davies' "Globalization" method.

Sample 15:

ST: “On yedisinde evermişler. Gerdek gecesi sabaha karşı **bozuk çıktı** diye geri göndermiş kocası.” (p.18)

TT: “At seventeen they had married her off but toward dawn of the wedding night the groom sent her back saying he **wanted a virgin**.”

Davies' method of "Addition" was used by the translator in order to convey the meaning of the source culture to the TT, the verb '**bozuk çıkmak**', which expresses the state of 'wanted a virgin in the ST.

Sample 16:

ST: “Dayısı yılda birkaç kere gelir, bir torba ‘**çökelek**’ getirir, bir süre konuşur, kadının birikmiş parasını alır giderdi.” (p.18)

TT: “This uncle would come several times a year bringing a sack of ‘**milk curds**’, converse for a while, pocket her savings, and go away.”

In the ST, the word ‘**çökelek**’ refers to a type of non-fat cheese, which consists of the residue of skimmed milk or yogurt that settles to the bottom when boiled. The translator tried to find the closest equivalence by using 'milk curds' in the TT. Therefore, he preferred to use Davies' "Preservation" method.

Sample 17:

ST: “Eh, iznin olursa...” kalktı, yukarıya bağırdı... “Gız Zeeynep, gidiyom ben, **elimi öpmiyen mi zilli?**” (p.18)

TT: Now then, if you’ll excuse me...” He went and called up the stairs. “Zeeyy-nep! I’m leaving, you ill-bred goose, aren’t you going to **kiss my hand**.”

While the verb '**el öpmek**', which means to take the right hand of the elderly or those who need to be respected, first to the lip and then to the forehead, is a tradition belonging to Turkish culture, although it seems to give the exact meaning in the TT exact equivalent was not achieved. Because it is a way of greeting people who are older than other in Turkish culture. While two people greet, the younger person kisses the older person's hand and immediately touches it to their forehead. In line with this explanation, it cannot be said that there is an exact equivalent. In this direction, the translator Davies' "Globalization" method used.

Sample 18:

ST: “Eh, iznin olursa...” kalktı, yukarıya bağırdı... “Gız Zeeynep, gidiyom ben, elimi öpmiyen mi **zilli?**” (p.18)

TT: Now then, if you’ll excuse me...” He went and called up the stairs. “Zeeyy-nep! I’m leaving, you **ill-bred** goose, aren’t you going to kiss my hand.”

The word ‘**zilli**’ in the ST means impertinent and since its use in the TT has the same meaning, Davies' "Preservation" method was used.

Sample 19:

ST: “**Bereketli olsun.**” (p.21)

TT: “**Enjoy your breakfast.**”

The expression '**bereketli olsun**', which means abundance, lushness, prosperity, and splendour, used in the ST is proper to Turkish culture. However, since there is no exact equivalent in the TT culture, Davies' "Globalization" method was preferred in order to convey the meaning.

Sample 20:

ST: “Şimdiki gibi olağanüstü bir durum olmazsa yılda ya da iki yılda bir terziye, altı ayda bir **keselenmek için hamama**, dört haftada bir saç tıraşına, ayda bir otelin paralarını İstanbul’a yerleşen Faruk Keçeciye göndermek için postaneye giderdi.” (p.25)

TT: “Unless something came up, as now, it was once a year or once every two years for the tailor, once in six months **to have his dead skin cells scrubbed off at the Turkish bath**, every four weeks a haircut, and once a month the post office where he would send the hotel proceeds to Faruk Kecheji who now lived in Istanbul.”

In the ST the word '**keselenmek**' is the action done with an object called a scrub to open the pores with hot water. In addition, since the word '**hamam**', which means a place to bath, could not be found in the target culture, the translator used Davies' "Addition" method by describing the word with an explanatory sentence for the target culture reader to perceive the text better.

Sample 21:

ST: “Askerliğini yaptığı kentte '**geneleve**' ilk gidişiydi.” (p.33)

TT: “It had been his first visit to **the house** in town, near the base.”

In the ST, '**genelev**' is the name given to the business community in which sex work is paid for. However, the equivalent of the word in the ST was used outside of its original meaning in the TT, and the translator aimed to provide an equivalent by using Davies' "Creation" method by transferring the term 'genelev' to the TT as 'The house'.

Sample 22:

ST: “Gelin koşmuş önce; ‘Aman **beybaba**’ demiş.” (p.34)

TT: “His daughter-in-law was the first to come running, and handled the situation with dismayed respect.”

In the ST, the word '**beybaba**', was removed in the TT and Davies' "Omission" method was used.

Sample 23:

ST: “**Kahveciyle** çirak takılırlardı.” (p.37)

TT: “**The cafe owner** and his helper would tease him.”

The '**kahveci**' is the owner of the small business, which is described in the ST as a coffee shop where various games are played, puzzles are solved, and various drinks such as coffee and tea are consumed. Since the exact meaning is preserved in the target culture, Davies' "Preservation" method was used.

Sample 24:

ST: “Fasulye biraz **helmelenmişti**.” (p.38)

TT: “The beans were **overcooked**.”

In the ST, the expression '**helmelenmek**' means the thickening of legumes as a result of overcooking. The meaning of 'overcooked' in the TT is provided by using Davies' “Globalization” method.

Sample 25:

ST: “On yıldır ilk defa çarşıya yakın bir **ıçkili aşevinde** yemeğini yerken bir tek rakı istedi; bitirmeden çıktı.” (p.51)

TT: “Then, eating out for the first time in ten years, at a small, simple place near the shopping district, he ordered a single shot of raki.”

In the ST, the word ‘**ıçkili aşevi**’ is the general name of restaurants where you can eat and drink at the same time. Here, the translator used Davies' "Omission" method, as it removed the CSI.

Sample 26:

ST: “Gözlerini kapadı. Kadın doğruldu; gerindi, **sedirden** inerken üstündeki tülü attı.” (p.51-52)

TT: “Closing his eyes he saw her sit up, stretch, and throw aside the gauzy fabric that covered her as she rose from the fancy **couch**.”

In the ST, '**sedir**' means a household item, sofa which can be without a back, cushioned and padded, suitable for sitting or lying down. Equivalence of a similar nature has been tried to be achieved in the TT culture. Therefore, Davies' "Globalization" method was used.

Sample 27:

ST: “Ertesi gün “Tek başına bir şey yapamazsın” dedi **nalbant**.” (p.61)

TT: “Next day **the blacksmith** tells him it’s hopeless single-handed.”

The word '**nalbant**' is the title given to the person who shoes animals such as horses, oxen and donkeys in the source culture. Since the meaning is preserved in the TT, Davies' "Preservation" method was used.

Sample 28:

ST: “Sürahiye görmediğini söyledi soruldu, iki yanı da tanıdığına gerdek ertesi gelinin **kızlık nişanını** anası evine götürmek için o gece oğlan evinde alt katta bir odada yattığını söyledi soruldu gece yarısına doğru yukarıdan takırtılar boğuk sesler duydum.” (p.86)

TT: “See the copper pitcher to question put witness deposed that as she knew both families she had spent the night downstairs in order to take **the virgin-cloth** to the bride’s family next morning to question put witness deposed that around midnight she heard a disturbance and muffled cries.”

In the ST culture, the word '**kızlık nişanı**' symbolizes virginity. However, the ‘nişan’, which is stated in the target culture text, has been tried to be equivalent with the word 'cloth' and therefore Davies' "Globalization" method has been used.

Sample 29:

ST: “Hiç unutmam: Kapalı, pencereleri, tek atlı bir araba; sırma püsküllü **fesiyle** arabacı.” (p.91)

TT: “I can still see him behind the window of that one-horse coach, and the driver in a **fez** with gold fringe.”

The '**fes**', which belongs to our culture, means a cylindrical headdress made of thick red broadcloth, with a tassel on the top. Since there is a meaning corresponding to this word in the TT, Davies' "Preservation" method was used.

Sample 30:

ST: “**Hanlara**, hamamlara, camilere, yanmamış evlere, kaçan, öldürülen, yerli rumların evlerine, bağ damlarına, çadırlara doluşuldu.” (p.92)

TT: “We took refuge wherever we could—in mosques, **khans**, public baths, houses that had survived, houses of Greeks who had fled or been killed, vineyard cabins, tents, anywhere.”

The meaning of '**han**' in the ST is the name given to the heads of state-affiliated with the khan or the heads of independent principalities in Turks. Davies' "Preservation" method was used by transferring to the TT in the same way.

Sample 31:

ST: “Hanlara, **hamamlara**, camilere, yanmamış evlere, kaçan, öldürülen, yerli rumların evlerine, bağ damlarına, çadırlara doluşuldu.” (p.92)

TT: “We took refuge wherever we could—in mosques, khans, **public baths**, houses that had survived, houses of Greeks who had fled or been killed, vineyard cabins, tents, anywhere.”

The word '**hamam**', which belongs to our culture, is the place where people bath collectively for a fee. Davies' "Globalization" method was used by preferring the word 'public bath' corresponding to its meaning in the target culture text.

Sample 32:

ST: “Babam **iç güveysi** girmiş eve; leblebici Hafız'ın küçük oğluymuş.” (p.92)

TT: “**It was my mother's home.** My father's father sold roast chickpeas.”

The word '**iç güveysi**' is used in the ST as the man living in the house of the woman's family in case of marriage. Since there is no exact equivalent of the word in the TT, the meaning in the ST was tried to be given by using Davies' "Addition" method.

Sample 33:

ST: “Önünde durup eski cezaevinin büyük kapısı ardında demir parmaklıklarda solgun elleri Lütüfydi adı evet Lütüfy Molla kızını doğurduktan sonra **kırkı çıkmadan** ninem lohusa yatağında ölünce anamı emzirmiş, süt anasıymış önünde durup öteki suçlularla hep bir yerde sövülebilir onlar da sorarlar elbet neden öldürdün onu elimde tırnak çakısıyla kimseye sezdirmeden avluya bir çukur kazıp arkasından yaklaşıp ensesine saplanabilir.” (p.100)

TT: “Stood there the old jailhouse door and behind it pale hands on the bars Lütüfi his name that's right when grandmother died was Lütüfyé Molla wet-nurse mother stand there put you with other prisoners and cuss his face they'd ask too what made you kill her softly behind him with my knife or dig a hole could stick him in the neck.”

'**Kırkı çıkmak**' means forty days after giving birth and deceased. The translator preferred to remove the verb '**kırkı çıkmak**' in the ST and transferred it to the TT and used Davies' "Omission" method.

Sample 34:

ST: “Önünde durup eski cezaevinin büyük kapısı ardında demir parmaklıklarda solgun elleri Lütfi’ydi adı evet Lütfiye Molla kızını doğurduktan sonra kırkı çıkmadan ninem **lohusa yatağında** ölünce anamı emzirmiş, süt anasıymış önünde durup öteki suçlularla hep bir yerde sövülebilir onlar da sorarlar elbet neden öldürdün onu elimde tırnak çakısıyla kimseye sezdirmeden avluya bir çukur kazıp arkasından yaklaşarak ensesine saplanabilir.” (p.100)

TT: “Stood there the old jailhouse door and behind it pale hands on the bars Lütfi his name that’s right when grandmother died was Lütfiyé Mola wet-nurse mother stand there put you with other prisoners and cuss his face they’d ask too what made you kill her softly behind him with my knife or dig a hole could stick him in the neck.”

'**Lohusa**' means a woman who has just given birth. Since the item of '**lohusa yatağı**' is CSI specific to the ST and an exact equivalent could not be reached in the TT, the translator preferred to remove this item and used Davies' "Omission" method.

Sample 35:

ST: “Önünde durup eski cezaevinin büyük kapısı ardında demir parmaklıklarda solgun elleri Lütfi’ydi adı evet Lütfiye Molla kızını doğurduktan sonra kırkı çıkmadan ninem lohusa yatağında ölünce anamı emzirmiş, süt anasıymış önünde durup öteki suçlularla hep bir yerde sövülebilir onlar da sorarlar elbet neden öldürdün onu elimde **tırnak çakısıyla** kimseye sezdirmeden avluya bir çukur kazıp arkasından yaklaşarak ensesine saplanabilir.” (p.100)

TT: “Stood there the old jailhouse door and behind it pale hands on the bars Lütfi his name that’s right when grandmother died was Lütfiyé Mola wet-nurse mother stand there put you with other prisoners and cuss his face they’d ask too what made you kill her softly behind him with my knife or dig a hole could stick him in the neck.”

Davies' "Globalization" method was used by transferring the '**tırnak çakısı**' in the ST to the TT as a 'Knife' alienating the word that does not exist in the target culture.

Sample 36:

ST: “Önünde durup eski cezaevinin büyük kapısı ardında demir parmaklıklarda solgun elleri Lütfi’ydi adı evet Lütfiye Molla kızını doğurduktan sonra kırkı çıkmadan ninem lohusa yatağında ölünce anamı emzirmiş, süt anasıymış önünde durup öteki suçlularla hep bir yerde sövülebilir onlar da sorarlar elbet neden öldürdün onu elimde tırnak çakısıyla kimseye sezdirmeden **avluya** bir çukur kazıp arkasından yaklaşarak ensesine saplanabilir.” (p.100)

TT: “Stood there the old jailhouse door and behind it pale hands on the bars Lütfi his name that’s right when grandmother died was Lütfiyé Mola wet-nurse mother stand there put you with other prisoners and cuss his face they’d ask too what made you kill her softly behind him with my knife or dig a hole could stick him in the neck.”

'Avlu' means a place in the middle, next to or around a building, surrounded by walls and fences. The word 'avlu' in the ST was omitted by the translator using Davies' "Omission" method while being transferred to the TT.

Sample 37:

ST: “**Sac mangalda** kızaran kestanelerin arasındaki küçük deliklerden alttaki korların kızılı vuruyordu.” (p.106)

TT: “**A red glow of coals** showed under perforations in the metal sheet the chestnuts were roasting on, and a spark shot up through.”

In the ST, '**sac mangal**' refers to a kind of flat iron or steel stove in which food is cooked by burning coal. Since '**sac mangal**' could not be transferred to the target culture text exactly, the same meaning was tried to be conveyed to the target culture by using Davies' "Addition" method.

Sample 38:

ST: “Aşevinin yanındaki kahvenin radyosunda kalın sesli bir erkeğin bağıra bağıra söylediği, çoğu sözleri pek anlaşılmayan bir **türkü**endi bu.” (p.113)

TT: “It was a snatch of the loud, generally garbled **song** a deep male voice was singing one door away on a cafe radio.”

The meaning of the word '**türkü**', which is a CSI in the ST, is a type of song composed of folk melodies, whose lyrics are usually in the form of folk poetry, whose author and composer are unknown. In order to achieve equivalence in the TT, Davies' "Globalization" method was preferred to be translated as 'song'.

Sample 39:

ST: “Hafsanım Mevlâna soyundanmış, çelebilerden o sıralar kasabadaki **Mevlevî Dergâhı**'nın postunda oturan Abdülkerim Çelebi'nin kız kardeşiymiş.” (p.116)

TT: “By her account Hafsa Hanim was one of the Mevlevi line, sister to Abdulkarim Çelebi, who in those years was the elder of the town's **Mevlevi Lodge**.”

The word '**Mevlevî Dergâhı**', which is used as a proper name in the ST, is the name given to the lodges specific to the Mevlevî sect. Here, the word 'Mevlevî' has been taken literally and its meaning has been preserved. 'Dergâh' means lodge in the ST. Davies' "Preservation" method is used because the meaning is preserved.

Sample 40:

ST: “**Haşim Bey** kâhyayı kovmuş; kızım değil artık o benim demiş; ama Nebilanım yalvara yakara çeyiziyle birlik on dönüm bağ da verdirmiş üvey kızına” (p.117).

TT: “**Hashim Bey** had dismissed the caretaker and disowned Meserret but Nebilé Hanim begged and pleaded—even though it was only her step-daughter—and got them a dowry plus four acres of vineyard.”

The word '**Haşim Bey**' in the ST was transferred to the TT by preserving the words. Davies' "Preservation" method is used here.

Sample 41:

ST: “Haşım Bey kâhyayı kovmuş; kızım değil artık o benim demiş; ama **Nebilanım** yalvara yakara çeyiziyle birlik on dönüm bağ da verdirmiş üvey kızına” (p.117).

TT: “Hashim Bey had dismissed the caretaker and disowned Meserret but **Nebilé Hanım** begged and pleaded—even though it was only her step-daughter—and got them a dowry plus four acres of vineyard.”

The word ‘**Nebilanım**’ in the ST was transferred to the TT by preserving the words. Davies' "Preservation" method is used here.

Sample 42:

ST: “Haşım Bey kâhyayı kovmuş; kızım değil artık o benim demiş; ama Nebilanım yalvara yakara **çeyiziyle** birlik on dönüm bağ da verdirmiş üvey kızına” (p.117).

TT: “Hashim Bey had dismissed the caretaker and disowned Meserret but Nebilé Hanım begged and pleaded—even though it was only her step-daughter—and got them a **dowry** plus four acres of vineyard.”

The use of '**çeyiz**' in the ST is all kinds of clothes and household goods prepared for the bride. The meaning of '**çeyiz**' used in the TT is the name given to real estate, money and belongings given to the groom or his family by the bride when a woman gets married in some societies. Here, it was transferred to the target culture by using Davies' "Globalization" method.

Sample 43:

ST: “**Halvetî** Şeyhi İsmail Dede ‘Biz yirmi iki gün saydık oğul’ diyor.” (p.118)

TT: “The Shaykh had told him, ‘We make it twenty-two days, my son.’”

The word '**Halvetî**', which is mentioned in the ST, was removed in the TT. Thus, Davies' "Omission" method was used.

Sample 44:

ST: “**Halvetî Şeyhi** İsmail Dede ‘Biz yirmi iki gün saydık oğul’ diyor.” (p.118)

TT: “**The Shaykh** had told him, ‘We make it twenty-two days, my son.’”

‘**Şeyh**’, which is mentioned in the ST and used as a proper name, is transferred in the TT with the word 'the Shaykh', which has same meant in both cultures. Thus, Davies' "Preservation" method was used in the TT.

Sample 45:

ST: “Abdülkerim Çelebi yeğenine bir yazıcılık işi vermiş ama o istememiş; **derviş** olup semaya başlamadan önce dergâhta ortalık işlerini gören muhiplere katılmış” (p.118).

TT: “The uncle, Abdülkerim Çelebi, had offered to make him a scribe at the Lodge, but Nureddin preferred to join those novitiates who saw to the general chores.”

The word '**derviş**' used in the ST means a person who joins the sect and loyalty to the sheikh, who follows him on the path of Truth or obeys the God's rules and corrects himself, and who

devotes himself to God and His creations by seeing the reflection of God's unity in the whole universe. The translator removed the word 'dervish' from the TT and used Davies' "Omission" method.

Sample 46:

ST: “Abdülkerim Çelebi yeğenine bir yazıcılık işi vermiş ama o istememiş; derviş olup semaya başlamadan önce **dergâhta** ortalık işlerini gören muhiplere katılmış” (p.118).

TT: “The uncle, Abdülkerim Çelebi, had offered to make him a scribe at **the Lodge**, but Nureddin preferred to join those novitiates who saw to the general chores.”

The word '**dergâh**', which is also mentioned in the ST, means the place where dervishes dhikr and pray in sects. Davies' "Preservation" method was used by preserving the meaning in the TT.

Sample 47:

ST: “Abdülkerim Çelebi yeğenine bir yazıcılık işi vermiş ama o istememiş; derviş olup semaya başlamadan önce dergâhta ortalık işlerini gören **muhiplere** katılmış” (p.118).

TT: “The uncle, Abdülkerim Çelebi, had offered to make him a scribe at the Lodge, but Nureddin preferred to join those **novitiates** who saw to the general chores.”

The word '**muhip**' in the ST has the meaning of someone who loves. The translator used Davies' "Transformation" method since it changes while being transferred to the TT.

4. Conclusion and Discussion

Culture is a way of living and thinking that creates its own identity through various experiences that make it different. It includes history, social structure, religion, tradition, and daily life. With the increase in translations in the field of literature, the translation of CSIs has also gained importance. The fact that these CSIs vary from society to society is directly proportional to the richness of the ST culture. One of the most difficult problems in the translation of literary texts is the differences between cultures. People of a particular culture evaluate events from their own perspectives. People of a particular culture evaluate events from their own perspectives. Some theorists point out that every culture has a different focus.

Since syntactic items are various in every language, it is likely that the translator will encounter difficulties in conveying CSIs while translating. Here, the translator has some responsibilities. The translator must understand the ST adequately. Thus, the translator must know the SL reader's beliefs, attitudes, values, and rules very well and should follow a path accordingly.

The 'Anayurt Oteli', which is a literary work, contains many CSIs in order to reflect the facts of Turkish society. In this story, which bears traces of an Anatolian town, it is aimed to examine and analyze the translator's decision and CSIs in terms of translation method. In the work, which was first published in 1973 and translated by Fred STARK, 47 CSIs were determined and analyzed. In the study, the culture-specific items were obtained via Newmark's taxonomy that collects the CSIs under five classification titles and were analyzed by use of Davies' seven translation methods.

Statistical data were obtained by analyzing within the scope of Davies' methods and Venuti's strategies in order to reach a total analysis in the transfer of the determined CSIs to the TT. These data were created based on the graphic below.

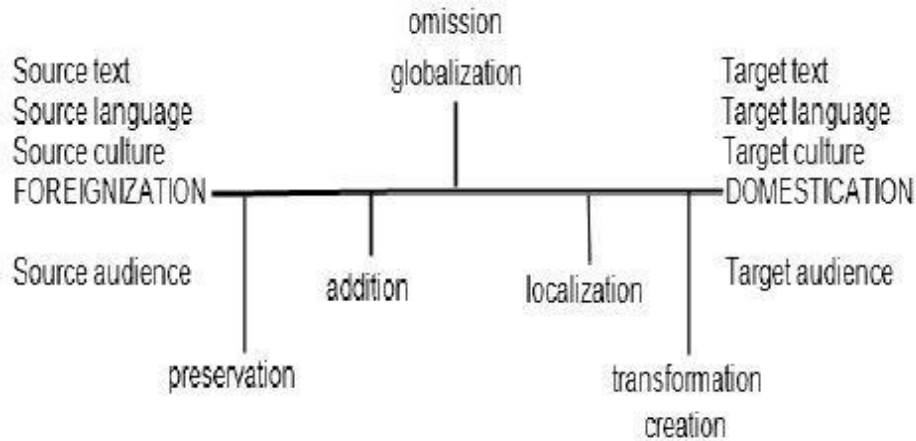


Figure 1: A continuum between foreignization and domestication

(Jaleniauskiene, et al., 2009)

While generating these data, figure 1 above was taken as a basis. Statistical data were determined by considering Davies' methods and Venuti's strategies. According to these data, 47 CSIs were found. In the TT CSIs were transferred 18 by preservation, 4 by addition, 9 by omission, 10 by globalization, 0 by localization, 3 by transformation, and 3 by creation method. The percentage rate indicating how often these methods are used is as follows; preservation %38.2, addition %8.5, omission %19.1, globalization %21.2, localization %0, transformation %6.3, creation %6.3.

Table 2: Percentages of Davies' methods and Venuti's strategies utilized by the translator of TT

Venuti's Strategies	Foreignization		Domestication				
	Preservation	Addition	Omission	Globalization	Localization	Transformation	Creation
TT	%38,2	%8,5	%19,1	%21,2	%0	%6,3	%6,3

Based on these percentages, according to the continuum between Venuti's foreignization and domestication strategies, considering the whole analysis in determining the CSIs, the rate of the continuum; was determined as %47 foreignization and %53 domestication.

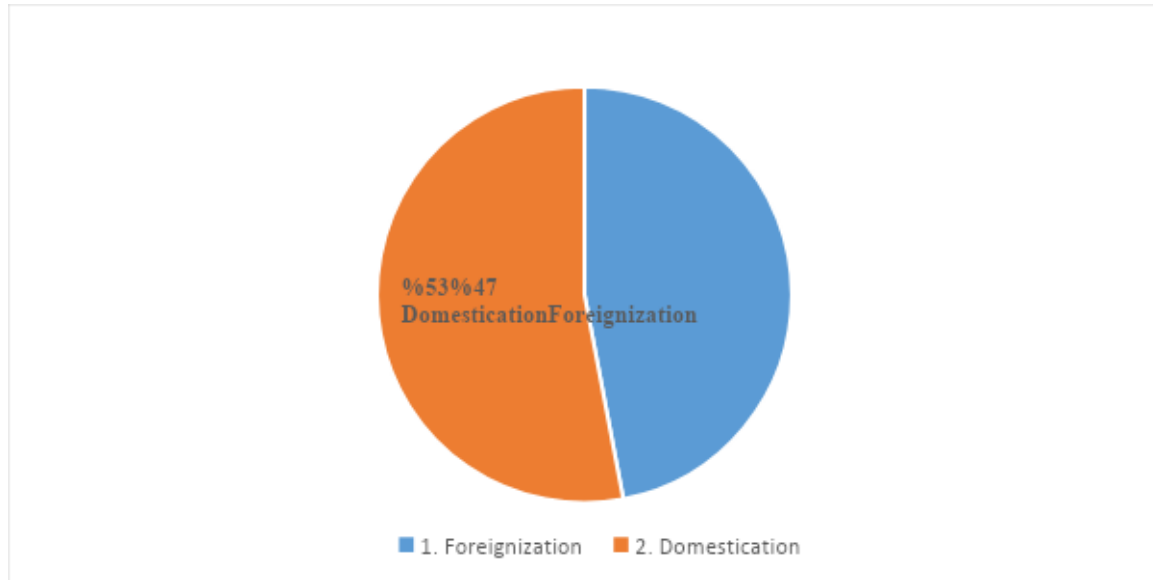


Figure 2: Percentages of Venuti's Strategies utilized by the translator of TT

Accordingly, the translator preferred to use the domestication strategy more than the foreignization strategy. The preservation and addition methods, which determine these percentages generated by making use of continuum, are under the foreignization title, while the remaining omission, globalization, localization, transformation, and creation methods are under the domestication title.

According to Eugene A. Nida, any attempt to fully understand one's intended meaning in discourse on a particular topic requires extreme sensitivity and insight into personal and cultural assumptions about reality (Nida, 1997). The target text translator aimed to introduce the richness of the source culture to the target reader and make them understand it better. In this way, he wanted to open the way for other translators and benefit them while translating the source culture.

5. Statements

5.1. Conflict of Interest

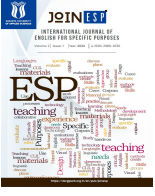
There is no conflict of interest in this study

REFERENCES

- Cronk, L. (2019). *That complex whole: Culture and the evolution of human behavior*. New York : Routledge.
- Davies, E. E. (2003). A goblin or a dirty nose? The treatment of culture-specific references in translations of the Harry Potter books. *The Translator*, 9(1), 65-100.
- Faull, K. M. (Ed.). (2004). *Translation and culture*. Bucknell University Press. Cranbury : Lewisburg Bucknell University Press.
- Gerasimov, A., Nogueira, D., Semolini, K., Firoozkoochi, S., Rivera, R. A., a. Patent, T., ... & Bokor, G. Culture-Specific Items in Literary Translations.
- Hatim, B., & Munday, J. (2019). *Translation: An advanced resource book for students*. New York : Routledge.
- Jaleniauskiene, E., & Čičelytė, V. (2009). The strategies for translating proper names in children's literature. *Kalby studijos*(15), 31-42. Kauno Technologijos Universitetas.
- Newmark, P. (1995). *Truth and culture in translation*. *Lebende Sprachen*.
- Newmark, P. (1987). *A textbook of translation*. Prentice-Hall International, Longman.
- Newmark, P. (1995). *Truth and culture in translation*. *Lebende Sprachen*, 40(2), 49-51.
- Newmark, P. (2010). *Translation and culture*. *Meaning in translation*, 171-182. Frankfurt : Peter Lang.
- Nida, E. A. (1997). *The principles of discourse structure and content in relation to translating*. *Current issues of translation theory*. Budapest : Scholastica, 37-42.
- Nida, Eugene A. ve Taber, Charles R. 1999. Sánchez, M. T. (1999). Translation as a (n)(Im) possible Task: Dialect in Literature. *Babel*, 45(4), 301-310. Amsterdam : Benjamins.
- Poshi, I. (2013). Culture-specific items and literary translation. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(9), 171.
- Larson, Mildred L. (1984) *Meaning-Based Translation: A Guide to Cross-Language Equivalence*. Lanham and New York: University Press of America, Inc.
- Shuttleworth, M. (2013) *Metaphor in Translation: A Multilingual Investigation into Language Use at the Frontiers of Scientific Knowledge*, Unpublished PhD thesis, University of London
- Tekalp, S., & Tarakçioğlu, A. Ö. (2016). Translating Popular Fiction: A Descriptive Study on the Turkish Translation of The Hunger Games. *International Journal*, 4(2), 112-122.
- Tekalp, S. & Tarakçioğlu, A. Ö. (2016.) Translating Popular Fiction: A Descriptive Study On the Turkish Translation of The Hunger Games, *International Journal of Language and Literature*, 4(2), 1-12.
- Yıldırım, c. (2015). Amin Maalouf'un Afrikalı Leo ve Semerkant romanlarında kültürel unsurların çevirisi üzerine bir inceleme. *Journal of International Social Research*, 8(39).
- Zlateva, P. (Ed.). (2018). *Translation as social action: Russian and Bulgarian perspectives (Vol. 3)*. Routledge. New York : Routledge.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.



Research Article

International Journal of English for Specific Purposes (JOINESP) 2(1), 22-38, 2024

Received: 24-Apr-2024 Accepted: 31-May-2024

homepage: <https://dergipark.org.tr/en/pub/joinesp>

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/joinesp/issue/82173/1472990>



SAKARYA UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES

Yeni Medyanın Özel Amaçlar İçin Kullanımı: Markaların Kanaat Önderine Dönüştürülmesi: Tinkoff Bankası Örneği

Halil İbrahim ÖZKAY¹  Zhazgul Kulenbekova² 

Yüksek Lisans Öğrencisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü /
Yeni Medya Ana Bilim Dalı, Türkiye

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
/ Yeni Medya Ana Bilim Dalı, Türkiye

ÖZ

Amaç: Bu çalışmanın amacı, dijital medya çağında halkla ilişkilerin evrimini ve markaların kanaat önderlerine dönüşüm süreçlerini daha iyi anlamak ve bu süreçlerin tüketici davranışları üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Özellikle Tinkoff Bankası'nın dijital medya stratejilerini ve bu stratejilerin müşteri etkileşimi ile marka sadakati üzerindeki etkilerini analiz etmektir.

Gereç ve Yöntemler: Bu çalışmada literatür taramasına dayalı içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma soruları doğrultusunda Tinkoff Bankası'nın dijital medya stratejileri incelenmiş ve veriler Tinkoff Bankası'nın web sitesi, dergi yayınları ve banka genel müdürünün blog yazılarından toplanmıştır. Bu veriler analiz edilerek markanın kanaat önderine dönüşüm sürecindeki rolü ve etkileri değerlendirilmiştir.

Bulgular: Araştırma sonucunda, Tinkoff Bankası'nın dijital medya araçlarını etkin bir şekilde kullanarak kendi markasını bir kanaat önderi haline getirdiği tespit edilmiştir. Tinkoff Dergisi aracılığıyla yayınlanan makalelerin müşteri etkileşimini artırdığı ve marka sadakati oluşturduğu görülmüştür. Ayrıca, dijital medya stratejilerinin müşteri geri bildirimleri üzerinde olumlu etkiler yarattığı ve yüksek etkileşim oranları sağladığı belirlenmiştir.

Sonuç: Markaların doğru dijital platformları etkili bir biçimde kullanmasının müşteri sadakatini arttırarak, markayı bir kanaat önderine dönüştürebileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Kanaat Önderi, Influencer, Yeni Medya, Tinkoff

¹ Sorumlu Yazar: ibrahimozkay@gmail.com

Using New Media for Specific Purposes: Transforming Brands into Opinion Leaders: The Case of Tinkoff Bank

ABSTRACT

Aim: The purpose of this study is to better understand the evolution of public relations in the age of digital media and the transformation of brands into opinion leaders and to reveal the effects of these processes on consumer behavior.

In particular, it analyzes Tinkoff Bank's digital media strategies and their impact on customer engagement and brand loyalty.

Materials and Methods: In this study, content analysis method based on literature review was used. In line with the research questions, Tinkoff Bank's digital media strategies were analyzed and data were collected from Tinkoff Bank's website, magazine publications and the bank's general manager's blog posts. These data were analyzed and the role and effects of the brand in the process of transformation into an opinion leader were evaluated.

Findings: The study found that Tinkoff Bank effectively used digital media tools to transform its brand into an opinion leader. Articles published through Tinkoff Magazine were found to increase customer engagement and build brand loyalty. In addition, digital media strategies had a positive impact on customer feedback and resulted in high engagement rates.

Conclusion: It is concluded that effective use of the right digital platforms by brands can increase customer loyalty and transform the brand into an opinion leader.

Keywords: Public Relations, Opinion Leader, Influencer, New Media, Tinkoff

1. GİRİŞ

Dijitalleşen dünyada geleneksel medya ve eski iletişim araçları yerlerini hızla yeni medya platformlarına bırakmasıyla birlikte, halkla ilişkiler ve pazarlama stratejileri köklü bir şekilde değişmiştir. Artık markalar, hedef kitleleriyle doğrudan ve etkileşimli bir şekilde iletişim kurabilme imkânına sahiptir. Bu değişim, markaların sadece ürün veya hizmet tanıtımı yapmanın ötesine geçerek, kendi medya kanallarını oluşturmalarını ve kanaat önderlerine dönüşmelerini mümkün kılmaktadır.

Yeni medya araçlarının etkin kullanımı, markaların tüketiciyle olan ilişkilerini güçlendirmekte ve güven inşa etmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. İnternetin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, kanaat önderleri ve influencerlar, markaların hedef kitleler üzerinde güven ve etki yaratma konusunda kritik öneme sahip hale gelmiştir. Bu bağlamda, dijital platformlar üzerinden gerçekleştirilen halkla ilişkiler ve pazarlama stratejileri, geleneksel medya kanallarının ötesine geçerek daha etkili ve kişiselleştirilmiş iletişim olanakları sunmaktadır.

Bu çalışmada, Tinkoff Bankası örneği üzerinden markaların nasıl kanaat önderlerine dönüştüğü ve dijital medya stratejilerinin müşteri etkileşimi ile marka sadakati üzerindeki etkileri incelenecektir. Tinkoff Bankası, dijital yayınları aracılığıyla müşteri etkileşimi ve marka sadakati oluşturma konusunda öncü bir örnek teşkil ettiği için konu olarak seçilmiştir. Bankanın bu dönüşüm sürecinde izlediği yenilikçi stratejiler ve elde ettiği başarılar, halkla ilişkiler ve pazarlama alanında dijital medya kullanımının önemini vurgulamaktadır.

Araştırmanın amacı, dijital medya çağında halkla ilişkilerin evrimini ve markaların kanaat önderlerine dönüşüm süreçlerini daha iyi anlamak ve bu süreçlerin tüketici davranışları üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Bu bağlamda, çalışmanın temel hedefi, dijital platformların sunduğu imkânların markalar için nasıl stratejik avantajlar sağladığını ve Tinkoff Bankası'nın bu alandaki başarılı uygulamalarını detaylı bir şekilde analiz ederek yeni medya teknolojilerinin bu alana yönelik olumlu etkisine dikkat çekmektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Halkla İlişkiler Kavramı

Halkla ilişkiler (PR), organizasyonlar ile hedef kitleleri arasındaki iletişimi stratejik bir şekilde yönetme sürecidir. Bu sürecin etkin bir şekilde yürütülebilmesi için belirli teorik ve kavramsal çerçevelerin anlaşılması gerekmektedir. Halkla ilişkiler disiplininin temelinde yer alan kavramlar, kurumların itibarını koruma ve güçlendirme, kamuoyu ile olumlu ilişkiler kurma ve sürdürülebilir bir iletişim stratejisi geliştirme amacını taşır. Bu bölümde, halkla ilişkilerin teorik temelleri ve modern uygulamaları ele alınarak, konunun derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlayacak kavramsal bir çerçeve sunulacaktır.

Günümüzde işletmeler, açık sistem anlayışı çerçevesinde faaliyet göstermektedir. Bu sistem içerisinde yer alan işletmeler, dolayısıyla halkla iletişim kurmak durumundadır. İşletmeler artık sadece üretim ve satış yapan geleneksel yapılar değil, aynı zamanda halka karşı sorumluluk taşıyan modern kuruluşlardır (Sezgin, 2012:3). Halkla ilişkiler kavramı “halk” ve “ilişki” kavramlarının birleşmesinden oluşmaktadır. Halk, aynı ülke sınırları içinde yaşayan ve ortak çıkarlarla birbirine bağlı bireylerin tamamı olarak tanımlanabilir (Çakırer, 2018:15). İlişki kavramı ise, iki veya daha fazla taraf arasında gerçekleşen, belirli bir amaç doğrultusunda kurulan ve sürdürülen, bazen sürekli bazen de geçici olabilen, gerektiğinde tekrarlar yapılarak güçlendirilen, farklı yoğunluklarda duygu, düşünce, tutum ve inançları içeren bağ olarak tanımlanabilir (Erdoğan, 2006:16). “Halkla İlişkiler” ifadesi, İngilizce’de “Public Relations” ve Fransızca’da “Relations Publiques” olarak geçmektedir. Bu kelimelerin baş harfleri olan PR, halkla ilişkiler sektöründe yaygın olarak kabul edilen ve kullanılan bir simgedir (Sabuncuoğlu, 2016:3).

Halkla ilişkiler, farklı bilim insanları tarafından çeşitli perspektiflerle tanımlanmıştır. Halkla ilişkiler ile ilgili bazı tanımlamalar şu şekildedir:

Michel Crozier, halkla ilişkileri; "yöneticilerin ve girişimcilerin dış dünyadan sempati ve iyi niyet kazanmak amacıyla kullandıkları tüm yöntemler" olarak tanımlar (Abadan, 1964:7).

Marshall E. Dimock, halkla ilişkileri "halkın güvenini pekiştirmek ve kuruma olan ilgiyi artırmak amacıyla planlı bir şekilde yürütülen belirli bir politika doğrultusundaki programın uygulanması" olarak tanımlamıştır (Chaumely & Huisman, 1967:6).

Halkla ilişkiler, bireylerin, derneklerin, özel veya kamu kuruluşlarının iş birliği yaptığı gruplarla ilişkiler kurması ve mevcut ilişkileri geliştirmesi için gösterilen çabadır (Asna, 2006:17).

Başka bir tanımda ise halkla ilişkiler; bir kurum, ister kamu ister özel sektörden olsun, hedef kitlesinden anlayış, empati ve destek sağlamak amacıyla sürekli olarak yürüttüğü, planlı ve örgütlü bir yönetim işlemidir (Topsümer vd., 2009:45).

Halkla ilişkiler, hem kamu hem de özel sektör kuruluşları için hayati bir işlev görmektedir. İtibar yönetimi, kriz iletişimi, sosyal sorumluluk projeleri ve marka bilinirliği gibi alanlarda etkili olan halkla ilişkiler, organizasyonların sürdürülebilir başarılarını destekler. Halkla ilişkiler stratejileri, kurumların hedef kitleleriyle anlamlı ve uzun vadeli ilişkiler kurmasını sağlar. Modern dünyada, halkla ilişkilerin önemi giderek artmakta ve bu alanda çalışan profesyoneller, organizasyonların başarısında kritik bir rol oynamaktadır.

Günümüzde internetin ve dijital medyanın yaygınlaşması, halkla ilişkiler uygulamalarında da büyük bir dönüşüme neden olmuştur. İnternet, halkla ilişkiler alanında yeni fırsatlar ve stratejiler sunarak, kurumların daha geniş kitlelere ulaşmasını ve daha etkili iletişim kurmasını sağlamaktadır. Halkla ilişkilerin gelişimi devam eden sürecinin anlaşılmasında internetin halkla ilişkiler üzerindeki etkilerini ve bu alandaki modern uygulamalarını ele almak kilit bir öneme sahiptir.

2.2. İnternetin Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Kullanımı

Geleneksel olarak halkla ilişkiler faaliyetleri; basın bültenleri, medya ilişkileri, etkinlikler, sponsorluklar ve doğrudan posta gibi araçlarla yürütülürdü. Bu yöntemler, markaların hedef kitlelerine ulaşmalarını ve kamuoyunda olumlu bir imaj oluşturmalarını sağladı. Ancak bu yöntemler, genellikle zaman alıcı ve maliyetliydi bununla birlikte geri dönüşlerin ölçülmesi zordu. Ayrıca, iletişim tek yönlüydü ve tüketicilerin geri bildirimde bulunmaları sınırlıydı. Geleneksel medya araçları, mesajların geniş kitlelere ulaşmasında etkili olsa da, etkileşim ve kişiselleştirme imkanı konusunda zayıftı. İnternetin hızlı gelişimi ve yaygınlaşması, halkla ilişkiler (PR) alanında köklü değişikliklere yol açmıştır. Dijital medya araçları ve sosyal ağlar, kurumların hedef kitleleriyle iletişim kurma biçimlerini yeniden tanımlamış ve halkla ilişkiler uygulamalarını daha dinamik, erişilebilir ve etkileşimli hale getirmiştir. Halkla ilişkiler yöntemleri, internetin sağladığı imkânlar sayesinde daha geniş kitlelere ulaşma, anında geri bildirim alma ve kişiselleştirilmiş mesajlar oluşturma fırsatlarıyla zenginleşmiştir.

Günümüzde internetin rolü ve etkisi her alanda giderek artmaktadır. Son yıllarda halkla ilişkiler uzmanları da internete daha fazla önem vermeye başlamış ve geleneksel yöntemleri en iyi şekilde dijital ortama nasıl uyarlayabileceklerine odaklanmışlardır. İnternetin gelişimiyle birlikte eskiden iletişim stratejilerinde e-posta, web siteleri, intranet ve extranet gibi araçları kullanan kurumların, artık bloglar, wikiler ve RSS gibi yeni sosyal medya araçlarını da benimsedikleri gözlemlenmektedir (Güçdemir, 2015: 85). Halkla ilişkiler çalışma alanı, internetin hızla gelişimine uyum sağlamak ve internet tabanlı araçları en etkili şekilde kullanmak zorundadır.

2.3. İtranet ve Halkla İlişkiler

Modern halkla ilişkiler stratejilerinde, çalışanlar arasında güçlü bir iletişim ağı oluşturmak kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda intranet, organizasyon içindeki bilgi akışını hızlandıran ve işbirliğini destekleyen bir platform olarak öne çıkar. 1995 yılında ortaya çıkan intranet, yalnızca bir organizasyonun üyeleri veya çalışanları tarafından erişilebilen, TCP/IP (İnternet) protokolü temelli bir iletişim ağıdır. Genel web sitelerinden farklı olarak, intranet siteleri bir güvenlik duvarı (firewall) ile korunur ve bu sayede organizasyon dışındaki kullanıcıların erişimi engellenir. Bu yapı, örgüt içi bilgi ve iletişimin güvenli bir şekilde sağlanmasına olanak tanır (Budak, & Budak 2014). Ayrıca, intranet sayesinde çalışanların geri bildirimleri kolayca toplanabilir ve analiz edilebilir, bu da kurum içi iletişimi daha dinamik ve etkileşimli hale getirir.

2.4.Extranet ve Halkla İlişkiler

Ekstranet, kurumun web sitesine dışarıdan kullanıcıların kısıtlı erişimine olanak tanıyan yeni bir ağ bağlantısıdır (Akın, 2001; 52). Kurumsal iletişimde, iç hedef kitle olan çalışanlardan ziyade dış hedef kitleye yönelik bir iletişim aracı olarak kullanılır. İtranet, kurum çalışanları için nasıl önemli

bir araç ise, ekstranet de yatırımcılar, distribütörler ve müşteriler gibi kurumun diğer paydaşlarına hizmet eder (Savaş & Kuşay 2006: 408). Kısaca ekstranet, kurumların dış paydaşlarıyla daha etkili ve verimli bir şekilde iletişim kurmalarını sağlayan önemli bir teknolojik araçtır. İç iletişimde intranetin oynadığı hayati rolü dış iletişimde üstlenen ekstranet, yatırımcılar, dağıtımıcılar ve müşteriler gibi kritik paydaşların bilgiye erişimini kolaylaştırarak, iş süreçlerini optimize eder ve kurumsal ilişkileri güçlendirir. Bu sayede, kurumlar dış hedef kitleleriyle daha güçlü ve sürekli bir bağ kurarak, rekabet avantajı elde edebilirler.

2.5.Sosyal Paylaşım Ağları ve Halkla İlişkiler

Günümüz dijital çağında, sosyal medya ağları, halkla ilişkiler (PR) stratejilerinin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Geleneksel medya kanallarının yanı sıra, sosyal medya platformları, kurumların hedef kitleleriyle doğrudan ve etkileşimli bir şekilde iletişim kurmalarına olanak tanımaktadır. Sosyal paylaşım ağları zaman ve mekan sınırı olmadan paylaşımın esas olduğu bir iletişim şeklidir (Çakırcı, 2018:60). Bu doğrultuda, sosyal medya ağlarının halkla ilişkilerdeki önemi giderek artmaktadır. Kurumlar, sosyal medya üzerinden anlık geri bildirimler alarak hedef kitlelerinin beklenti ve ihtiyaçlarını daha hızlı ve doğru bir şekilde anlayabilmektedirler. Ayrıca sosyal medya, kriz anlarında hızlı ve etkili bir iletişim kanalı olarak da büyük bir avantaja sahiptir. Kriz durumlarında doğru ve zamanında yapılan sosyal medya paylaşımları, kurumların itibarını koruma ve krizden minimum zararla çıkma konusunda hayati bir rol oynar. Sosyal medya aynı zamanda kurumların marka imajını güçlendirme ve sadık bir müşteri kitlesi oluşturma süreçlerinde de önemli bir araçtır. İçerik pazarlaması, influencer işbirlikleri ve etkileşim odaklı kampanyalar sayesinde markalar hedef kitleleriyle daha derin ve anlamlı bağlar kurabilirler. Bu bağlamda, sosyal medya stratejilerinin planlanması ve uygulanması, halkla ilişkiler uzmanları için bir öncelik haline gelmiştir.

2.6. Kanaat Önderliği Kavramı

Kanaat önderliği, günümüzün bilgi ve iletişim çağında önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. (Katz 1957:73), kanaat önderlerinin ayırt edici özelliklerini üç kriter çerçevesinde açıklamıştır. İlk olarak,kanaat önderlerinin kimler olduğu; bu, belirli değerlerin somutlaşması ve kişilik özellikleriyle birlikte değerlerini içerir. İkinci olarak, belirli bir konu hakkındaki uzmanlıkları; neyi, nasıl ve ne derecede bildikleri önemlidir. Son olarak, sosyal çevreleriyle olan stratejik konumları; bireyin toplum içinde veya dışında temas halinde olduğu kişilerle ilişkilerini kapsar. Kanaat önderleri, bu özellikleri sayesinde toplumsal ve profesyonel alanlarda önemli bir etkiye sahip olurlar. Belirli bir konuda derin bilgi birikimine sahip olan bu bireyler, kendi uzmanlık

alanlarında güvenilir bilgi kaynakları olarak görülürler. Ayrıca, sosyal çevreleriyle olan güçlü bağları ve stratejik konumları sayesinde geniş kitlelere ulaşarak düşünce ve davranışları etkileyebilirler. Günümüzde, dijitalleşmenin de etkisiyle kanaat önderlerinin rolü daha da kritik hale gelmiştir. Sanal ortamlar ve bu ortamlarda yer alan sosyal medya platformları, kanaat önderlerinin seslerini daha geniş kitlelere duyurmasına ve takipçileriyle doğrudan etkileşime geçmesine olanak tanır. Bu durum, kanaat önderlerinin yalnızca geleneksel medya kanallarında değil, dijital dünyada da etkin olmasını sağlamaktadır. Bu çalışmada Rusya’da faaliyet gösteren bir marka olan Tinkoff Bankası’nın bir kanaat önderine dönüşüm süreci incelenecektir. Kişisel etki ve kanaat önderliği üzerine yapılan çalışmalar, kanaat önderlerine ilişkin çeşitli nitelikler ortaya koymuştur Bunlar kısaca şu şekildedir:

- Kanaat önderleri her sosyal düzeyde bulunur ve karar alma süreçlerinin çoğunda aynı sosyal düzeyden insanları etkilerler.
- Kanaat önderleri her iki cinsiyette, her meslekte, her sosyal sınıfta ve her yaş grubunda bulunur.
- Kanaat önderleri, çeşitli sosyal faaliyetlere ve sosyal örgütlere daha fazla dâhil olma ve kişisel ağlarda merkezi konumlarda yer alma eğilimindedir.
- Kanaat önderleri kendi alanlarında uzman olarak kabul edilirler, ancak bu yakın arkadaşlar, akrabalar, iş arkadaşları, meslektaşlar ve tanıdıklar tarafından gayri resmi bir tanımdır.
- Kanaat önderleri, lider olmayanlara kıyasla kitle iletişim araçlarına daha fazla maruz kalmaktadır.
- Kanaat önderleri, etkili oldukları alana daha ilgili, ilgili ve günceldir.
- Kanaat önderleri monomorfik olan eğilimindedir: Genellikle tek bir alanda uzmandırlar ancak nadiren çeşitli alanlarda uzman olan genelleciler (yani polimorf) olabilirler.
- Fikir liderleri belirli bir iletişim davranışı sergilerler: Lider olmayanlara kıyasla resmi ve resmi kişisel iletişime daha fazla dâhil olurlar.
- Kanaat önderleri genellikle başkaları için bilgi ve etki kaynağı olduklarının farkındadırlar (Weimann vd. 2007:176).

Kanaat önderlerinin toplumsal ve profesyonel alanlarda oynadıkları kritik rol, özellikle dijitalleşmenin etkisiyle giderek daha da önemli hale gelmiştir. Tinkoff Bankası örneğinde olduğu gibi, markaların bu dönüşüm sürecini anlayarak stratejilerini şekillendirmesi, günümüzün bilgi ve iletişim çağında başarı için kilit bir faktördür. Kanaat önderleri, derin uzmanlıkları, geniş sosyal ağları ve etkili iletişim stratejileri sayesinde geniş kitlelere ulaşarak düşünce ve davranışları yönlendirebilirler. Bu çalışmada incelenecek olan Tinkoff Bankası’nın kanaat önderine dönüşüm süreci, markaların bu alandaki stratejik yaklaşımlarına dair önemli içgörüler sunacaktır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Yeni medyanın halkla ilişkiler, pazarlama, markalaşma ve markalaşan bazı oluşumların kanaat önderine dönüşme sürecinin incelendiği literatür taramasına dayalı bu çalışmada araştırma yöntemi olarak içerik analizi seçilmiştir.

3.2 Araştırma Soruları

Bu çalışmada aşağıdaki araştırma soruları ele alınmıştır:

1. Tinkoff Bankası, dijital medya araçlarını kullanarak nasıl bir kanaat önderine dönüşmüştür?
2. Tinkoff Bankası'nın dijital medya stratejileri, müşteri etkileşimi ve marka sadakati üzerinde hedef kitlesi/müşterileri üzerindeki etkisi nedir?

3.3. Sınırlılıklar

Bu çalışmada öne sürülen varsayımların geçerliliğini ölçmek için ve teorik kısma katkı sağlamak amacıyla literatür taramasında halkla ilişkiler, halkla ilişkilerde kullanılan internet teknolojileri ve kanaat önderliği gibi konular araştırılarak, makale bu kavramları içerecek şekilde kavramsal çerçeve ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmada, Tinkoff Bankası'nın internet teknolojilerini kullanarak yürüttüğü faaliyetler incelendiği için, araştırmanın bir diğer sınır çerçevesi, yeni iletişim teknolojilerinden biri olan internet ile çizilmiştir. Bu sebeple internetin halkla ilişkiler ve tanıtım alanındaki önemi ele alınmıştır. Çalışmanın konusuna yönelik uygulama Tinkoff Bankası'nın dijital medya stratejileri ile sınırlı olup, bu stratejilerin incelemesi derginin yayına başladığı 2015 yılında yayımlanan ilk sayılarındaki makaleler ve 2020 yılına kadar olan süreçteki derginin web sayfasının tıklanma istatistiklerini kapsayan zaman dilimi ile sınırlandırılmıştır.

3.4. Örneklem

Araştırma konusuna bağlı olarak öncelikle konu ile bağlantılı temel kavramlar ile bir çerçeve çizilmiş, daha sonra analiz için seçilen Tinkoff Bankası'nın yayınlamış olduğu dergiler, farklı platformlardaki yayınları, banka pazarlama ekibinin konuyla ilgili çalışmalarına yer verilerek spesifik olarak yeni medyanın bu süreçteki etkisini anlamak amaçlanmıştır.

3.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada içerik analizi ve literatür taraması yoluyla alandaki temel eserler incelenmiştir. Tinkoff Bankası'nın web sitesi, dergi için oluşturduğu veritabanı, banka genel müdürünün süreci anlattığı kişisel blogu üzerinden veriler toplanmıştır. İlk olarak literatür taraması yapılarak kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu çerçevede dijital mecraların bir markanın kanaat önderine dönüşüm sürecindeki rolü incelenmiştir. Seçilen markanın yeni medya stratejileri ve bu stratejilerin kullanıcı tepkileri üzerindeki etkileri detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. İçerik analizi kurumun yaptığı çalışmalar ve alınan geri dönüşler üzerinden yapılmıştır.

Veriler ilgili literatür ve medya içeriklerinden derlenmiştir. Toplanan veriler araştırma sorularını yanıtlamak üzere düzenlenmiş ve tematik olarak sınıflandırılmıştır. Bulgular, markanın kanaat önderi olarak nasıl konumlandırıldığına dair anlayış geliştirmek için birbirleriyle ilişkilendirilmiştir.

4. BİR MARKANIN KANAAT ÖNDERİNE DÖNÜŞTÜRÜLMESİ: TINKOFF BANKASI ÖRNEĞİ

Günümüzün hızla değişen dijital dünyasında, markaların sadece ürün veya hizmet sunan kuruluşlar olmanın ötesine geçerek kanaat önderi haline gelmeleri önemli bir strateji haline gelmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, markaların kendi medya kanallarını oluşturmalarına ve doğrudan hedef kitleleriyle etkileşim kurmalarına olanak tanımaktadır. Çalışmanın bu kısmında bir markanın kanaat önderine dönüştürülmesi süreci, Tinkoff Bankası örneği üzerinden incelenecektir. Tinkoff Bankası bu dönüşüm sürecinde izlediği yenilikçi stratejilerle dikkat çeken bir marka olarak öne çıkmaktadır. Bu dönüşüm, bazı önemli soruları da beraberinde getirmektedir. Bilindiği üzere, bir kanaat önderinin sahip olması gereken nitelikler arasında objektiflik ve nesnellik bulunmaktadır. Kitlenin aklına gelen başlıca sorular arasında, şirketlerin kendisi ile ilgili yaptığı yayınlarda ne ölçüde tarafsız ve nesnel bilgi sağlayabileceği yer almaktadır. Hedef kitlenin ilgisini çeken temel nokta da aslında bu konudur. Bu bağlamda şirketin, eksiklikleri ve endüstrinin karmaşıklıkları hakkında dürüstçe konuşmaya hazır olması büyük önem taşır. Bu yüzden faaliyetleri eleştiriye açık olan kurumların büyük değişiklikler yapmadan marka gazeteciliğine girişmemesi büyük önem taşımaktadır.

Markaların kendilerini kanaat önderi olarak konumlandırabilmeleri için sadece iş uzmanlığı yeterli değildir. Sunulan içerik bir markayı kendi alanında etkileyici bir figüre dönüştürmede kritik bir rol oynamaktadır. Yüksek kaliteli içerik oluşturmak, sadece bir metin yazarının değil, aynı zamanda şirketin diğer birimlerinin ve analistlerin, tasarımcıların ve diğer paydaşların da katılımını gerektirir. Fakat bu süreç yoğun emek ve yüksek maliyet gerektirmektedir. Marka gazeteciliğinin etkisi genellikle uzun vadede görülür, ancak bağlılık oluşturma açısından oldukça olumlu sonuçlar verdiği gözlemlenmiştir.

Şirketlerin tam teşekküllü bir medya şirketi ile çalışmak için yeterli bütçesi olmasa bile, içerik pazarlama araçlarını kullanmaları gerekmektedir. Sosyal ağ platformlarının etkin kullanımı, sadece yüzeysel ve özensiz paylaşımlar yapmaktan öte, hedef kitleye alakalı ve faydalı içerikler sunmayı gerektirir (İlyahov, 2021).

Yayıncı olarak hareket eden markalar fikri yeni bir şey değildir. Halkla ilişkiler ve içerik pazarlaması örneğin sponsorlu TV ve YouTube programları şeklinde uzun süredir bulunmaktadır. Bu alandaki tüm bu stratejiler ise dijital medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte gelişmiştir.

Kitle iletişim araçları ücretli, kazanılmış ve sahip olunan şeklinde üç kategoriye ayrılabilir (Hanımoglu,& Öztürk, 2022:55). Bunların kendine ait farklı geliştirme stratejileri bulunmaktadır. Ancak amaç hepsinde aynıdır; hedef kitlenin farkındalığını ve ilgisini artırmak ana hedeftir.

Büyük şirketler artık yalnızca birbirleriyle değil, aynı zamanda inovasyonla da rekabet ettiklerinin farkındadırlar. Şirketler, farklı alanlarda orijinal bir fikir ve teknolojik platformla herhangi bir pazara kolayca girip ve atılım yapabilir. İnternet teknolojilerinin bankacılık sektöründe etkin olarak kullanılmaya başlamadığı dönemde, finans piyasasının temelini tarih, gelenekler ve güvene dayandığı kabul ediliyordu. Ancak gelinen noktada teknolojinin gelişmesiyle finans kuruluşlarının şeffaflığının izlenebilir olmasıyla her şey daha da kolaylaşmıştır. Muhafazakâr bankacılık segmentinde bile bu teknolojilerin sunduğu imkânlarla sektöre yeni katılanlar firmalar bile kolayca başarılı olabilmektedir. Günümüzde finans sektörü ürünlerinin dijitalleşmesine büyük miktarda kaynak ayrılmaktadır. Bunun nedeni bankaların sadece birbirleriyle değil, aynı zamanda çok sayıda finans teknolojisi girişimiyle de rekabet etmesidir. Teknolojik yeniliklerin hızla benimsendiği bu dönemde, bankaların dijital çözümler geliştirmesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu yeniliklere öncü olan kuruluşlardan biri olarak Tinkoff Bankası görülmektedir. 2006 yılında Rus girişimci Oleg Tinkov, az bilinen Moscow Himmashbank'ı satın almıştır ve Rusya'da daha önce olmayan bir uzaktan bankacılık sistemi üzerine kurulan Tinkoff Bankası'nı kurmuştur. Projenin başlangıcında yatırım çekme konusunda başarısız olunmasına rağmen, banka 2008 krizi sırasında kârını 50 kat artırmıştır. İşletmenin başarısı, büyük ölçüde gelişmiş bir teknolojik platformun kullanılmasıyla ilişkilendirilmiştir. Bankacılık sektörü için standart dışı pazarlama ve insan emeği yerine bilgisayar veri işleme kullanımı ile maliyetleri önemli ölçüde düşürmeyi başarmıştır (Bakunin, 2020).

4.1. Tinkoff Dergisi: Bankacılıkta Yeni Medya Stratejileri

Tinkoff Journal (Tinkoff Dergisi), Tinkoff Bankası tarafından yayımlanan bir dergidir. Resmi internet sitesinde yer alan bilgilere göre dergi kendisini; “Rusya’da parayla ilgilenen en büyük dergi” olarak tanımlamakta ve ayda 26 milyon kişinin okuduğu para ve hayat konulu bir yayın olduğunu belirtmektedir. Yayın amacının, insanların daha iyi hayatlar yaşamalarına yardımcı olmak olduğunu ifade ederek bu doğrultuda, öncelikle parayla ilgili konularda; kişisel finans, yatırımlar, ticaret ve krediler hakkında yazılar sunmakta, yasaları hukuk dilinden gündelik dile çevirerek bunların okuyucuları kişisel olarak nasıl etkileyebileceğini açıklamaktadır. Ayrıca platformda finans, teknoloji, iş dünyası ve yaşam tarzı gibi çeşitli konularda içerikler sunulmaktadır. Hedeflerinin, okuyucularına hem bankacılık hizmetleri hakkında bilgi vermek, hem de genel ilgi alanlarına hitap eden makaleler ve analizler sunmak olduğu belirtilmiştir (Tinkoff Journal, t.y.). Dergi, Tinkoff Bankası'nın yenilikçi ve dijital odaklı yaklaşımını yansıtarak, finansal okuryazarlığı artırmak ve müşterilerine değer katmak için hazırlanmıştır.

Tinkoff Dergisi, hem çevrimiçi hem de basılı olarak erişilebilir olup, geniş bir okuyucu kitlesine hitap etmeyi amaçlar. Dergi, finans dünyasındaki son gelişmeleri, bankacılık trendlerini ve Tinkoff

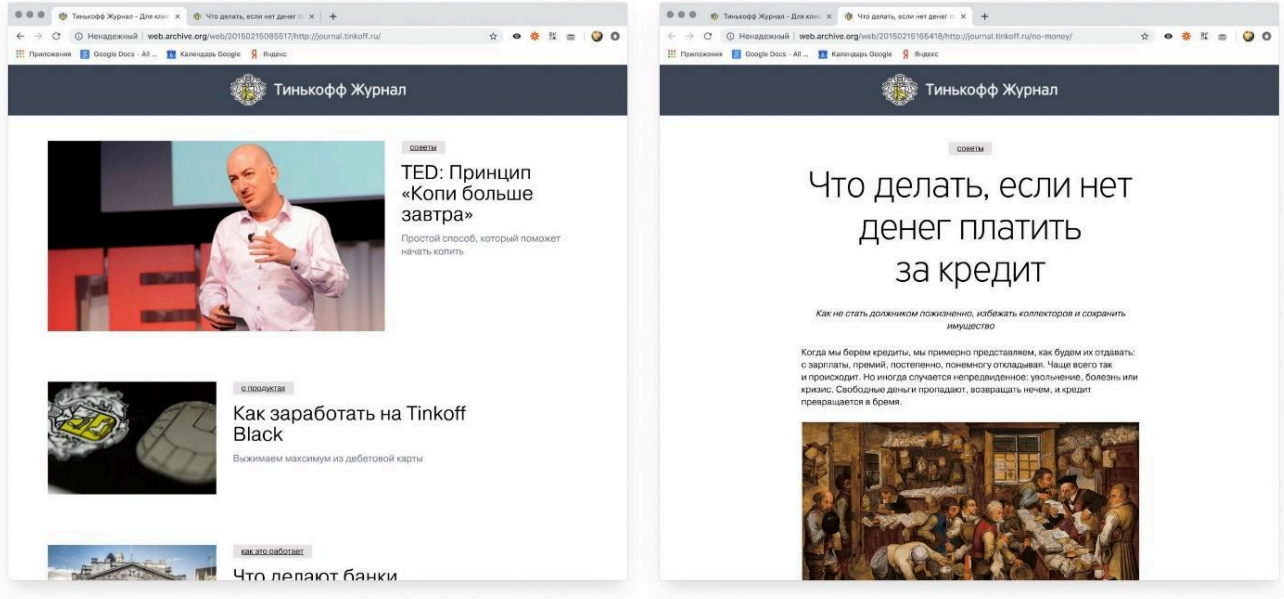
Bankası'nın sunduğu yenilikçi çözümleri takip etmek isteyenler için değerli bir kaynak olarak görülmektedir.

Tinkoff Banka'sının halkla ilişkiler müdürü ve aynı zamanda dil bilimi ile ilgili birçok kitabın yazarı Maxim İlyahov, kendi bloğunda Tinkoff dergisinin başlatma fikri ile ilgili şunları yazmıştır: "Bankanın pazarlama müdürü Sergei ve baş yönetici Masha beni bir toplantıya çağırdı. Toplantıda, benden Smart Money olarak kategorilendirdiğimiz insanlar için, megaplan haber bülteni gibi konusu yalnızca parayla ilgili bir şey yapmamı istediklerini söylediler. Smart Money, bizim anlayışımıza göre, Moskova standartlarına göre yüksek maaş alan ve bu parayı iPhone'lar ve Starbucks gibi şeylere harcayan genç bireylerdi. Yapacağımız yayınlarla, mevduatlara nasıl yatırım yapacaklarını ve yatırımları nasıl yöneteceklerini öğretmek zorundaydık..." (İlyahov, 2019).

Haber bültenlerinin popülaritesinin düşmesi nedeniyle, bir blog oluşturma fikri ortaya atılmıştır. Bu blogun amacı, okuyucuların dikkatini çekmek ve onlara faydalı bilgiler sunmaktır. Ana karar, derginin tüm çalışmalarına rehberlik edecek bir cümle belirlemek olmuştur: "İnsanların para kaybetmemelerine yardımcı olun." Bu ifadeden anlaşılacağı üzere, bankanın ürünlerini tanıtmaktan veya finansal okuryazarlık öğretmekten ziyade, okuyuculara para kaybetmeme konusunda rehberlik etmeye odaklanılmıştır.

Blogun kurulumu için WordPress'in kurulması ve bir yazarın işe alınması gerektiğine karar verilmiştir. Yazarın, bankada sürekli çalışması ve sorunları yerinde çözmesi istenmiştir. Sasha Rai, bu gereksinimleri karşılayan ilk ve kilit çalışan olarak seçilmiştir. Sasha, ilk WordPress kurulumunu ve tasarımı gerçekleştirmiştir. İlk iki makaleyi yazarak blogun temelini oluşturmuştur, bu makaleler; "Kredi Ödeyecek Paran Yoksa Ne Yapmalısın?" ve "Bankalar Nasıl Çalışır?" Şubat 2015'te blog okuyuculara tanıtılmıştır. Bu başlangıç, derginin başarılı olmasını sağlamış ve okuyucuların ilgisini çekmiştir (İlyahov, 2019).

Bu forumda (dergide) ana amaç banka ürünlerini göstermek değil, insanlara parayı nasıl düzgün yöneteceklerini öğretmekten önce, o paraları kaybetmemelerine yardımcı olmaktır. Daha sonra Tinkoff dergisini kopyalamaya çalışan şirketlerin çoğu, okuyucunun dünyasında faydalı bir eylem formüle edememiştir. Çünkü hemen ürünlerini tanıtmak ve kullanıcıların okuryazarlığını artırmak istemişlerdir. Tinkoff ise insanların onlara birinin okuryazarlığını geliştirmesini istemediğini, insanların daha fazla para istediğinin farkındadır. Tinkoff'un içerik pazarlamasının (kontent marketing) başarılı olmasının ana nedeni de budur.



Görsel 1. Tinkoff Dergisi ilk yayınlarının görüntüsü

İçerik üretim ekibi çeşitli konular derlemiştir. Şubat 2015'te dergi resmi yayın hayatına başlamıştır. Bir kısmı yukarıdaki görselde de görüldüğü üzere ilk konu başlıkları arasında; “Kart yurt dışında bloke olursa ne yapmalı”, “Kart ATM'de sıkışırsa ne olur” ve “Temassız özelliği olan kartların cebinizdeyken okunabileceği doğru mu?” gibi başlıklar yer almıştır. Bir saat içinde yaklaşık elli konu bulunmuş ve bu konularla ilgili içerik hazırlayıp yayınlamak için gerekli izinler alınmıştır. Daha sonra ise birkaç makale daha hazırlanmış ve konular kullanıcılar tarafından ilgi ile takip edilmiştir.

Başlangıçta yayın planı oluşturulmamıştır; sadece haftada bir makale yayınlamak amaçlanmıştır. Zamanla, haftada başarılı olan bir makale yayınlama süreci sonrasında bu sayıyı ikiye, sonra üçe çıkarmayı hedeflemişlerdir. Yayınlar ile ilgili yıllık bir içerik planı hazırlanmamıştır. Başlangıçta ilk makaleleri kaç kişinin okuduğu en önemli değerlendirme faktörlerden biridir. Tinkoff Bankası'nın sosyal ağlarında en az 300 bin kişi bulunmakta ve tüm yeni yazılar, makaleler bu insanlara gösterilmektedir. Böylece dergi sitesinin ilk okuyucu kitlesi oluşmuş ve büyük sayıdaki gerçek kullanıcılar makaleleri görmüştür. Her bir makale anında 3-5 bin görüntüleme almayı başarmıştır. İnsanların tepkisinden çalışmanın iyi olduğu ve devam etmesi gerektiği anlaşılmıştır (İlyahov, 2019).

Daha sonra, 2020 yılında, Tinkoff Bankası girişimciler için “*Business Secrets*” adlı ikinci dijital dergisi başlatılmıştır. Daha önceden Tinkoff'un tek “*bilgi projesi*” popüler T-Zh (Tinkoff Dergisi) bulunmaktadır. Ürün pazarlaması açısından, bu yayının iki dezavantajı vardır. Bunlar;

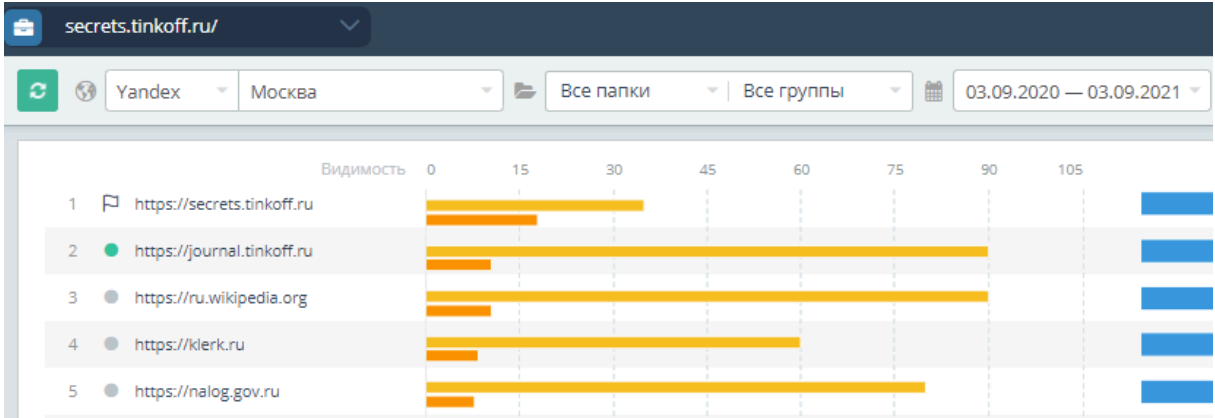
- Çok geniş bir izleyici kitlesinin varlığı
- Satış ürünü açılış sayfalarına bağlantılar da dâhil olmak üzere banka ürünlerinin reklamını yasaklayan bağımsız yayın politikaları (Glider Agency, t.y.).

Şirketin pazarlamacıları Business Secrets ile, bir yandan ilginç ve faydalı içeriklerle girişimcileri cezbedecek, diğer yandan okuyucuları banka müşterisine dönüştürecek bir medya istiyorlardı.

İlk olarak mümkün olduğunca çok sayıda girişimciyi ve şirketi bir araya getirecek bir medya oluşturmaya çalışılmıştır. Bu durum her şeyden önce onları ilgilendiren soruları yanıtlanması gerektiği anlamına gelmektedir. Bu projede, Tinkoff dergisinden farklı olarak, trafiği sosyal medya yerine SEO makaleleri üzerine kurulmuş ve anahtar kelimelerle zenginleştirilmiş makalelerle sağlanmıştır. Makale konularını belirlerken hedef kitlenin sıklıkla aradığı konuları seçmekte araştırma şirketlerinin yardımı bulunmaktadır. Daha çok dar konulara odaklanarak site trafiği çoğaltılmıştır.

Business Secrets dergisinin dijital pazarlamasını yapan Glider acentası sitesinde yayınladığı raporda SEO makaleleri ile 7 ay içerisinde siteye olan ziyaretleri 100 kat büyüttüğünü belirlemiştir (Glider Agency, t.y.).

İlk aşamada tüm girişimcileri ilgilendiren temel konular ele alınmıştır. Sonradan ürünlere odaklanmaya ve iş hedeflerine göre popüler konuları seçmeye başlamıştır. Sonuçlar, benzersiz kullanıcıların hacmine göre değerlendirilmiştir. Artık SEO makaleleri trafiğin %55'ini ve başyazıları %44'ünü getirmektedir. Toplam olarak yapılan 76 SEO materyali yayınında arama motorlarında görünürlük açısından, büyük rekabetçi medyayı ve hatta Wikipedia'yı geride bırakmaktadır.



Görsel 2. (03.09.2020 – 03.09. 2021 tarihleri arasında Tinkoff internet sitesinin diğer sitelere oranla tıklama istatistikleri)

İlk tahminler makalelerin ilk aylarda minimum trafik getireceği şeklinde yapılmıştır. Sonuç olarak ise, ilk ayda sitedeki toplam trafikten SEO makale trafiğinin yüzdesi %10,77 olmuştur. Bu sonuç beklentilerin 10 katı büyüklüğündedir.



Görsel 3. (Yandex arama motorunda Tinkoff Journal internet sitesinin 2020 Aralık ayı görünürlük raporu)

Yukarıda bahsedilen raporda yeni hedeflerin daha da küresel olacağı ve bu nedenle de faydalı içeriğin hacminin şimdiden on kat artacağı belirtilmiştir. Bununla beraber yeni formatlar (sorular ve cevaplar, derlemeler, sözlük, belge şablonları, vakalar ve kişiler) deneneceği de belirtilmiştir.

Her makalenin performansını takip etmek için analizlerin yapılması planlanmıştır. Okuyucunun internet sitesindeki materyal, okumalar, dönüşümler, konularla etkileşimini gösterecek ve bu durum ise, makalelerin sonuçlandırılmasına ve güncellenmesine yardımcı olacaktır (Glider Agency, t.y.).

5. BULGULAR

Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular aşağıda detaylı olarak incelenmiştir:

5.1. Tinkoff Bankası'nın Dijital Medya Stratejileri

Tinkoff Bankası, dijital medya araçlarını etkin bir şekilde kullanarak kendi markasını bir kanaat önderi haline getirmiştir. Bankanın dijital yayınları, müşteri etkileşimini artırmak ve marka sadakati oluşturmak için stratejik bir araç olarak kullanılmıştır. Örneğin, Tinkoff Dergisi aracılığıyla yayınlanan makaleler, bankanın hedef kitlesine değerli bilgiler sunmuş ve müşteri bağlılığını güçlendirmiştir.

5.2. Müşteri Geri Bildirimleri ve Etkileşim

Tinkoff Bankası'nın dijital medya stratejileri, müşterilerden olumlu geri bildirimler almış ve yüksek etkileşim oranları sağlamıştır. Derginin web sayfasının tıklanma istatistikleri ciddi rakamlara ulaşmış bu da stratejilerin etkinliğini ve kullanıcıların ilgisini çekme konusunda başarılı olduğunu

göstermektedir. Banka, içerik pazarlaması yoluyla marka bilinirliğini artırmış ve müşterilerle daha güçlü bağlar kurmayı başarmıştır. Bu sonuçlar, Tinkoff Bankası'nın dijital medya kullanımındaki başarısını ve yenilikçi yaklaşımlarının etkisini ortaya koymaktadır.

6. SONUÇ

Halkla ilişkiler aracılığıyla kurumların hedef kitleleri ile olan iletişim sürecinin yönetilmesi, kurumların mesajlarını verirken stratejik olma imkanı sunmaktadır. Halkla ilişkiler disiplininde mesajlar iletilirken saygın ve güvenilir üçüncü taraflara başvurulması, kurumların savundukları politikalar ışığında tutum ve davranış değişikliği yaratma amacını güçlendirmiştir.

Sonuç olarak, bu çalışma yeni medya çağında halkla ilişkilerin markalar üzerindeki dönüştürücü etkisini detaylı bir şekilde ele almıştır. Tinkoff Bankası örneği, dijital platformlar kullanılarak, markaların hedef kitleleriyle doğrudan ve etkili bir şekilde nasıl iletişim kurabileceğini göstermiştir. Yenilikçi yaklaşımlar ve stratejik içerik kullanımı, Tinkoff Bankası'nın kendi sektöründe lider bir kanaat önderi haline gelmesini sağlamıştır. Bu durum, geleneksel halkla ilişkiler yöntemlerinin ötesine geçerek markaların tüketicilerle daha samimi ve etkili bir bağ kurmalarına olanak tanımaktadır. Gelecekte, dijital medya ve içerik pazarlamasının, markaların pazarlama stratejilerinde daha önemli bir rol oynayacağı ve sürdürülebilir rekabet avantajları sağlayacağı öngörülmektedir. Bu çalışma ile halkla ilişkiler pratiğinde yeni medyanın rolünü anlamak ve gelecekteki trendleri öngörmek gibi önemli hususlara temas edilerek bu amaçla izlenen bazı stratejilerin sonuçları değerlendirilmiştir.

7. BEYANLAR

7.1. Çıkar Çatışması

Bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

7.2. Katkılar

Bu çalışmada yazarlar eşit miktarda katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir.

KAYNAKÇA

- Abadan, N. (1964). *Modern Toplumlarda Halkla Münasebet*, Ankara: TODAİE Yayını.
- Akın Bahadır (2001); *Yeni Ekonomi-Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi*, Konya, Çizgi Kitapevi Yayınları.
- Asna, A. (2006). *Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Bakunin, M. (2020). *Agile-Marketing İnternet*. Moskova: ACT.
- Budak, G., & Budak, G. (2014). *İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Chaumely, J., & Huisman, D. (1967). *Les Relations Publiques*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Çakırer, M. A. (2018). *Halkla İlişkiler*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2006). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, Ankara: Erk Yayınları.
- Glider Agency. (n.d.). *Tinkoff Journal*. <https://glider.agency/tinkoff> (Erişim Tarihi: 21 Mart 2024).
- Güçdemir, Y. (2015). *Sanal Ortamda İletişim "Bir Halkla İlişkiler Perspektifi"* İstanbul: Derin Yayınları.
- Hanımoğlu, B., & Oztürk, M. C. (2022). Markaların İletişim Kanallarında Yeni Bir Arayış: PESO Modeli. *Kurgu*, 30(1), 47-62.
- İlyahov, M. (2019). Tupoy i eshyo tupeye: Samyy polnyy razbor oshibok i plokhikh praktik v tekste. Erişim adresi: <https://maximilyahov.ru/blog/all/t-j-beginning/>
- İlyahov, M.(2019, Şubat 21). Kak pisat' v "Tinkoff-zhurnal". Chast' 1: Tsel' i Tema. <https://maximilyahov.ru/blog/all/tinkoff-bootcamp-1/> (Erişim Tarihi: 21 Mart 2024).
- İlyahov, M. (2021). *Yasno, ponyatno: Kak donasit mysli i ubeldat lyudey s pomoshyu slov*. Moskova: Alpina Publisher.
- Katz, E. (1957). The two step flow of communication: an up to date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, 21(1), 61-78.
- Sabuncuoğlu, Z. (2016). *Halkla İlişkiler*. Bursa: Aktüel Yayınları.
- Savaş, T. & Kuşay, Y. (2006). Kurumsal İletişimde Yeni Medya. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı, ss. 403-411.
- Sezgin M. (2012). *Halkla İlişkiler*, 3. Baskı, Konya: Yüce Medya Yayınları.
- Tinkoff Journal. (t.y). About. <https://journal.tinkoff.ru/about/> (Erişim Tarihi: 21 Mart 2024).
- Topsümer, F., Elden, M. ve Yurdakul, N. (2009). *Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle*. İstanbul: İletişim Yayınları.


Topsümer, F., Elden, M., & Yurdakul, N. (2009). *Reklam ve halkla ilişkilerde hedef kitle*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Weimann, G., Tustin, D. H., van Vuuren, D., & Joubert, J. P. R. (2007). Looking for opinion leaders: Traditional vs. modern measures in traditional societies. *International Journal of Public Opinion Research*, 19(2), 173-190.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

Eğitimde Yapay Zekâ Tabanlı Ölçme ve Değerlendirme Üzerine Bir Derleme

Muhammet Nimet ÇAVUŞI* 

¹ Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Didim Meslek Yüksekokulu, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye

ÖZ

Bu çalışmada, yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araçlarının eğitim alanında sağladığı faydaların, süreçte yaşanan zorlukların ve bu süreçte öğretmenlerin rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada bir nitel araştırma yaklaşımı olan derleme çalışması kullanılmıştır. Araştırmada “Eğitimde yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araç ve yöntemleri nelerdir?”, “Eğitimde yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araç ve yöntemleri kullanmanın faydaları ve bunların kullanımındaki zorlukları nelerdir?” ve “Eğitimde yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme öğretmenin rolü nedir?” soruları çerçevesinde literatür incelenmiştir. Çalışma sonucunda, eğitimde ölçme ve değerlendirme sürecinde kullanılacak araçlar; otomatik notlandırma araçları, tahmine dayalı analitik araçlar, öğrenme yönetim sistemleri, öğrenim analitiği araçları, bilgisayar tabanlı test platformları, oyunlaştırma araçları, biçimlendirici değerlendirme araçları, dijital portföyler, veri görselleştirme araçları ve intihal tespiti araçlarıdır. Çalışmada yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araçlarının öğrenci ihtiyaçlarına daha etkili ve daha hızlı bir şekilde geribildirim sağlaması açısından önemli bir fırsat olduğu görülmüştür. Araştırmada eğitim alanındaki ölçme ve değerlendirmede yapay zekâ tabanlı araçlar, değerlendirme sürecinin doğruluğunu, hızını ve verimliliğini artırmak da dâhil olmak üzere çeşitli şekillerde faydalarının olduğu belirlenmiştir. Eğitim değerlendirmesinde yapay zekâ kullanımıyla ilgili olarak şeffaflık eksikliği, önyargı, etik kaygılar, maliyet, mevcut sistemlerle entegrasyon, teknik zorluklar, değişime karşı direnç gibi çeşitli zorluklarla karşı karşıya kalındığı görülmüştür. Öğretmenin, yapay zekâdan alacağı test ve ödev sorularını, kısa sınavları veya etkileşimli ders içeriğini uygun sistemlerle daha sonra kendi ihtiyaçlarına göre düzenleyip zamandan tasarruf sağlayabileceği araştırmada ulaşılan sonuçlar arasındadır. Bununla birlikte öğretmenlerin yapay zekâ tabanlı değerlendirmelerin etik kullanımını sağlama, sonuçları yorumlama, öğrencilere eyleme geçirebilir geri bildirim sağlama, öğrencilerin öğrenme ihtiyaçlarına göre eğitimi bireyselleştirme, eleştirel düşünmeyi teşvik etme gibi hususlarda kritik bir role sahip oldukları belirlenmiştir. Geleneksel ölçme ve değerlendirme, bireylerin hatasından ve önyargılarından etkilenirken yapay zekâ sistemlerinde genellikle bu tarz sınırlamaların olmadığı söylenebilmektedir. Eğitimde çağa uygun yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araç/yöntemlerinin kullanımına öğretmenlerin teşvik edilmeli ve süreçteki zorluklar ilgili kurumlar tarafından ortadan kaldırılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, ölçme ve değerlendirme, yapay zekâ, derleme.

* Sorumlu yazarın e-posta adresi: mncavus@adu.edu.tr

A Review on Artificial Intelligence Based Measurement and Evaluation in Education

ABSTRACT

This study aims to examine the benefits of artificial intelligence-based assessment and evaluation tools in the field of education, the difficulties experienced in the process and the role of teachers in this process. A review study, which is a qualitative research approach, was used in the study. In the study, the literature was examined within the framework of the questions “What are artificial intelligence-based assessment and evaluation tools and methods in education?”, “What are the benefits of using artificial intelligence-based assessment and evaluation tools and methods in education and what are the difficulties in their use?” and “What is the role of teachers in artificial intelligence-based assessment and evaluation in education?”. As a result of the study, the tools that can be used in the assessment and evaluation process in education are automatic grading tools, predictive analytics tools, learning management systems, learning analytics tools, computer-based testing platforms, gamification tools, formative assessment tools, digital portfolios, data visualization tools and plagiarism detection tools. In the study, it was seen that artificial intelligence-based assessment and evaluation tools are an important opportunity to provide more effective and faster feedback to student needs. In the study, it was determined that AI-based tools in educational assessment and evaluation have benefits in various ways, including increasing the accuracy, speed and efficiency of the assessment process. There are various challenges related to the use of AI in educational assessment, such as lack of transparency, bias, ethical concerns, cost, integration with existing systems, technical difficulties, and resistance to change. It is among the results of the research that teachers can save time by organizing the test and homework questions, quizzes or interactive course content that they will receive from artificial intelligence according to their own needs later with appropriate systems. In addition, it was determined that teachers have a critical role in ensuring the ethical use of AI-based assessments, interpreting the results, providing actionable feedback to students, individualizing education according to students' learning needs, and encouraging critical thinking. While traditional measurement and evaluation is affected by the errors and prejudices of individuals, it can be said that artificial intelligence systems generally do not have such limitations. Teachers should be encouraged to use artificial intelligence-based measurement and evaluation tools/methods suitable for the age in education and the difficulties in the process should be eliminated by the relevant institutions.

Keywords: Education, measurement and evaluation, artificial intelligence, review.

1 Giriş

Teknoloji ile birlikte yaşanan değişimlerin insan yaşamına etkisi gün geçtikçe artmış ve teknoloji bireylerin yaşamını kolaylaştırarak pek çok alanda kullanılabilir hale gelmiştir. Bu alanlardan biri de eğitim alanıdır. Teknolojinin eğitim üzerindeki etkisi düşünüldüğünde eğitim alanında bazı yenilikler yapılmaktadır (Kafadar, 2022). Bu yeniliklerden biri de yapay zekâdır. Yapay zekâ eğitimde dönüştürücü bir güç olarak ortaya çıkmıştır. Yapay zekâ, doğal dil işleme, makine öğrenimi ve veri analitiği gibi öğretme ve öğrenmede devrim yaratma potansiyeline sahip teknolojileri kapsamaktadır. Eğitimciler, yapay zekânın gücünden yararlanarak çok miktarda öğrenci verisini analiz edebilmekte, kalıpları ve eğilimleri belirleyebilmekte ve bireysel öğrenme ihtiyaçlarına ilişkin öngörüler sağlayabilmektedir. Bu, eğitimcilerin öğretimi kişiselleştirmesine, hedefe yönelik müdahaleler sunmasına ve her öğrenciyi kendi benzersiz öğrenme yolculuğunda desteklemesine olanak tanımaktadır (Yılmaz, 2024).

Eğitim-öğretim sürecinin kritik bir parçası olan ölçme ve değerlendirme Stiggins'e göre, öğretmenlerin mesleki zamanlarının neredeyse üçte birini harcadıkları bir süreçtir (2014). Bu durum özellikle ölçme ve değerlendirmenin önemine ve dolayısıyla teknolojik gelişmelerle birlikte yapay zekânın ölçme ve değerlendirmede kullanımının öğretme ve öğrenmedeki kritik rolüne işaret etmektedir. Araştırmalar, son derece önemli olmasına rağmen öğretmenlerin genel olarak ölçme ve değerlendirmeye mevcuttan daha fazla desteğe ve eğitime, yapay zekâ tabanlı ölçme değerlendirmeye odaklanan yeni nesil ölçme-değerlendirme araçlarına/yöntemlerine ihtiyaç duyduklarını göstermektedir (Mede & Atay, 2017; Tsagari, 2011).

Koronavirüs salgını nedeniyle neredeyse tüm dünyada uzaktan eğitime ani bir geçiş yapılmış ve çoğu ders çevrimiçi ortamlarda uygulanmaya başlanmıştır. Bu durum yapay zekâ tabanlı dijital ölçme ve değerlendirme ihtiyacını beraberinde getirerek öğretmenler için bir zorluk yaratmıştır. Öğretmenler ölçme ve değerlendirmeye ilgili kavram ve uygulamalar konusunda yeterli bilgiye sahip olsalar ve öğretimi ve öğrenmeyi geliştirmek için ölçme ve değerlendirmeyi etkili bir şekilde nasıl kullanacaklarını bilseler de bu durum öğretmenlerin dijital ortamda etkili değerlendiriciler olduğu anlamına gelmemektedir. Bu nedenle öğretmenler dijital ortamda gerçekleştirilen ölçme ve değerlendirme uygulamalarına ilişkin becerilere sahip olmaları kaçınılmaz hale gelmiştir. Dolayısıyla eğitim-öğretim ortamında gerçekleştirilen ölçme ve değerlendirme uygulamalarının yapay zekâ destekli araç ve yöntemleriyle belirlenmesi yani çağa ayak uydurmak, değerlendirme açısından zamandan tasarruf etmek, etkileşimi artırmak, bireysel ve kitlesel değerlendirme yapabilmek açısından oldukça önemlidir.

Tüm bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı, yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araç/yöntemlerini, bu araç/yöntemlerin kullanılmasının eğitim alanında sağladığı faydaları ve kullanılmasına ilişkin yaşanan zorlukları ve öğretmenlerin bu süreçteki rolünü incelemektir. Bu kapsamda araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. Eğitimde yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araç ve yöntemleri nelerdir?
2. Eğitimde yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araç ve yöntemleri kullanmanın faydaları ve bunların kullanımdaki zorlukları nelerdir?
3. Eğitimde yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirmede öğretmenin rolü nedir?

Literatür bu araştırma soruları çerçevesinde ele alınmış ve literatürde konuyla ilgili yapılmış çalışmalarda bu sorulara yanıt aranmıştır.

2 Metodoloji

Çalışmada bir nitel araştırma yaklaşımı olan derleme çalışması araştırma tasarımı olarak kullanılmıştır. Derleme, ilgili konuda mevcut literatürü inceleyerek, o konudaki araştırmaların güncel durumunu ortaya koyan çalışmalardır. Diğer bir ifadeyle, ilgili konu hakkında diğer araştırmacılar veya kurumlar tarafından hazırlanmış çeşitli dokümanların toplanması ve incelenmesidir (Tuncer & Gezer-Şen, 2018). Bu kapsamda bu çalışmada, eğitimde yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme ile ilgili farklı araştırmalarda yer alan bilgi, fikir ve yaklaşımlar uygun konu başlıkları şeklinde derlenerek anlamlı bir bütün haline getirilmiştir.

3 Literatür İncelemesi

Araştırmada belirlenen araştırma sorularına uygun olarak literatür incelenmiş ve her bir araştırma sorusu ayrı başlıklarda değerlendirilmiştir.

3.1 Eğitim Alanında Kullanılan Yapay Zekâ Tabanlı Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Yapay zekâ son yıllarda eğitimi dönüştürmektedir. Yapay zekâ araçlarının eğitimde uygulanması, eğitimcilerin ve yöneticilerin eğitimsel ve idari süreçleri iyileştirmelerine ve kurumdaki öğrenme yolculuğunu geliştirmelerine yardımcı olur. Yapay zekânın artan önemi, çeşitli yapay zekâ araçlarını sınıf ortamına dâhil etmek için çeşitli yöntemleri aktif olarak araştıran çok sayıda bilim insanının ilgisini çekti (Halaweh, 2023; Papapicco, 2020). Verilerin kullanılabilirliğinin artması ve makine öğrenimi algoritmalarının karmaşıklığının artmasıyla birlikte yapay zekâ, öğrenme, öğretme ve öğrenci gelişimini değerlendirme şeklimizde devrim yaratma potansiyeline sahiptir. Yapay zekâyı eğitimde kullanmanın birçok faydası ileri düzeydedir. Örneğin Adiguzel ve diğerleri (2023) yöneticiler, öğretmenler ve öğrenciler için yapay zekâ kullanmanın bazı faydalarını sunmuştur. Yapay zekânın öğrencileri motive etmede (Lin ve diğ. 2021; Xia ve diğ. 2022), katılım seviyelerini yükseltmede (Huang ve diğ. 2023a; Nazari ve diğ. 2021), öğrenen etkileşimi (Karsenti, 2019), kaygının azaltılması (Haves & Arya, 2023; Ren, 2020, öğrencilerin gelecekteki çıktılarının tahmin edilmesi (Kumar, 2019; Luo, Han & Zhang, 2022), akademik performans (Khan ve diğ. 2021), öğrenmeye ilgi duymada (Hou, Anicetus & He 2022) çok önemli bir rol oynadığı bulunmuştur.

Yapay zekâ sistemleri aynı zamanda eğitimcilere destek sağlamak ve müfredata, hedeflere ve amaçlara uygun bir ölçme ve değerlendirme araç/yöntemlerinin belirlenmesi ve tasarlanması konusunda zamandan tasarruf sağlamaktadır (Huang ve diğ. 2023a; Khan ve diğ. 2021). Yapay zekâ araçlarının eğitimsel ölçme ve değerlendirmede nasıl kullanılabileceği literatürde tartışılmaktadır. Yapay zekânın eğitimsel ölçme ve değerlendirmede uygulanabileceği belirli yollar literatür kapsamında şu şekilde verilmiştir (Cukurova & Luckin, 2018; Holmes, Bialik & Fadel, 2019; Karsenti, 2019) :

- Otomatik notlandırma araçları
- Tahmine dayalı analitik araçlar
- Öğrenme yönetim sistemleri
- Öğrenim analitiği araçları
- Bilgisayar tabanlı test platformları
- Oyunlaştırma araçları
- Biçimlendirici değerlendirme araçları
- Dijital portföyler
- Veri görselleştirme araçları
- İntihal tespiti
- Dijital değerlendirme araçları

Yapay zekâ, not verme sürecinin otomatikleştirilmesine yardımcı olarak öğretmenlere zaman kazandırabilir ve öğrencilere ödevleri hakkında anında geri bildirim sağlayabilir. Yapay zekâ,

denemeleri, raporları ve diğer yazılı ödevleri analiz ederek dil bilgisi, yazım ve söz dizimi hakkında geri bildirim sağlayabilir. Öğretmenler, otomatik not verme sistemlerini kullanarak ders planlama ve öğrencileri destekleme gibi temel görevlere daha fazla odaklanabilmekle birlikte önemli düzeyde zamandan da tasarruf sağlamaktadır (Adiguzel ve diğ. 2023). Bu, öğrencilerin yazma becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilir ve öğretmenlerin iş yükünü azaltabilmektedir. Örneğin, Turnitin'in yapay zekâ destekli yazılımı, makaleleri analiz etmek ve dil bilgisi, yazım ve sözdizimi geri bildirimini sağlamak için doğal dil işleme (NLP) kullanır (Suh & Ahn, 2022). Yazılım ayrıca intihali tespit ederek öğretmenlerin ödevlere daha verimli ve doğru not vermesine yardımcı olabilmektedir.

Yapay zekâ, gelecekteki sonuçları tahmin etmek için öğrenci katılımını, bağlılığını ve performans verilerini analiz edebilir. Bu bilgiler, ek desteğe ihtiyaç duyabilecek öğrencileri belirlemek için kullanılabilir ve öğretmenlerin hedeflenen müdahaleleri sağlamasına olanak tanır (İşler & Kılıç, 2021). Öğrenme yönetim sistemleri (LMS), eğitimcilerin öğrenciler için öğrenme materyalleri, ödevler, ölçme ve değerlendirmeler oluşturmasına, sunmasına ve yönetmesine olanak tanıyan platformlardır. Eğitimciler, çevrimiçi değerlendirmeleri yönetmek, öğrenci ilerlemesini izlemek ve öğrenci performansı hakkında geri bildirim sağlamak için LMS platformlarını kullanabilir. Örnekler arasında Blackboard, Canvas ve Moodle bulunmaktadır (Owan ve diğ. 2023).

Öğrenme analitiği araçları, öğrenci öğrenme verilerini analiz etmek ve öğrenci performansı, katılımı, öğrenme ve etkileşim hakkında öngörüler sağlamak ve öğrenme sonuçları için veri madenciliği ve yapay zekâ algoritmalarını kullanır. Eğitimciler, öğrencinin ilerlemesini izlemek, risk altındaki öğrencileri belirlemek ve öğrenci öğrenme sonuçlarını iyileştirmek için verilere dayalı kararlar almak için öğrenme analitiği araçlarını kullanabilmektedir (Önder, Öztaş & Akçapınar, 2023). Bilgisayar tabanlı test (CBT) platformları eğitimcilerin çoktan seçmeli, doğru/yanlış ve deneme soruları dâhil olmak üzere çevrimiçi değerlendirmeleri yönetmesine olanak tanır. Eğitimciler, öğrenci bilgilerini değerlendirmek, not vermede zaman kazanmak ve öğrencilere anında geri bildirim sağlamak için BDT platformlarını kullanabilir (Bassey ve diğ. 2020). Örnekler arasında ExamSoft, JAMB CBT, UNICAL Lisansüstü e-sınavlar, ProProfs ve Questionmark yer almaktadır.

Biçimlendirici değerlendirme araçları, eğitimcilerin öğrencilerin öğrenimini gerçek zamanlı olarak izlemesine, geri bildirim sağlamasına ve talimatları performanslarına göre ayarlamasına olanak tanır. Örnekler arasında Mentimeter, Nearpod ve Socrative bulunmaktadır. Dijital portföyler, öğrencilerin çalışmalarını toplayıp sergilemelerine, öğrenmeleri üzerinde düşünmelerine ve eğitimcilerden ve akranlarından geri bildirim almalarına olanak tanır. Örnekler arasında Google Sites ve WordPress yer alır. Veri görselleştirme araçları, eğitimcilerin verileri analiz etmelerine ve grafikler ve çizelgeler gibi görsel formatlarda sunarak öğrenci performansı ve öğrenme çıktıları hakkında fikir edinmelerine olanak tanır (Owan ve diğ. 2023). Örnekler arasında Google Data Studio, Infogram ve Tableau yer almaktadır.

Oyunlaştırma araçları, öğrencileri öğrenme etkinliklerine ve değerlendirmelere motive etmek ve dâhil etmek için oyun tabanlı unsurları kullanır. Eğitimciler, öğrenci katılımını artırmak, öğrenci öğrenimini teşvik etmek ve öğrencilere performansları hakkında anında geri bildirim sağlamak için oyunlaştırma araçlarını kullanabilmektedir (Türker, 2023) [30]. Örnekler arasında Classcraft, Kahoot! ve Quizlet yer almaktadır. Yapay zekâ tabanlı intihal tespit yazılımı, öğrenci çalışmalarını analiz etmek ve intihal örneklerini tespit etmek için NLP algoritmalarını kullanır. Örnekler arasında Copyscape, Grammarly ve Turnitin yer almaktadır. Dijital değerlendirme araçları, eğitimcilere öğrenci bilgi ve becerilerini çeşitli soruları kullanarak değerlendirme yeteneği sağlamaktadır. Çoktan seçmeli, kısa cevaplı ve kompozisyon dâhil olmak üzere türler. Örnekler arasında Edulastic, ExamView ve Google Forms yer almaktadır (Owan ve diğ. 2023).

Öğretmen, yapay zekâdan alacağı test ve ödev sorularını, kısa sınavları veya etkileşimli ders içeriğini uygun sistemlerle daha sonra kendi ihtiyaçlarına göre düzenleyip çok fazla zamandan tasarruf sağlar. Geleneksel değerlendirme ve ölçme, bireylerin hatasından ve önyargılarından etkilenirken, yapay zekâ sistemlerinde genellikle bu tarz sınırlamalar bulunmamaktadır. Yapay zekâ araçları, not verme ve kişiselleştirilmiş geri bildirim sağlama konusunda oldukça ileri düzeydedir.

3.2 Eğitimde Yapay Zekâ Tabanlı Ölçme ve Değerlendirmenin Faydaları ve Zorlukları

Günümüzde yapay zekâ teknoloji, ekonomi ve politika alanlarında önemli bir değişken haline gelmiştir. Yapay zeka eğitimi ve yapay zekaya dayalı eğitim gün geçtikçe önem kazanmakta ve Amerika Birleşik Devletleri, Singapur, Çin, Kore, Avustralya ve Avrupa Birliği ülkeleri de dahil olmak üzere pek çok ülke, yapay zeka eğitimini K-12 müfredatlarına etkili bir şekilde entegre etmenin yollarını araştırmaktadır (Chiu, 2021; Steinbauer ve diğ., 2021) 31-34. Yapay zekâ çok farklı alanları birbirine bağlayan çok boyutlu yapısı nedeniyle disiplinler arası bir bakış açısına sahiptir. Bu nedenle yapay zekâ eğitimi sahip olduğu bu yapı itibarıyla öğrencilerin eleştirel düşünme, problem çözme, matematiksel modelleme, akıl yürütme gibi becerilerinin gelişmesine imkân sağlamaktadır.

Yapay zekâyâ dayalı araçlar ve sistemler, öğrenme deneyimlerini özelleştirme, öğretmenlerin verimliliğini artırma ve öğrenci katılımını yükseltme potansiyeline sahiptir [9]. Yapay zekâ, öğrencilerin öğrenme ilerlemelerine, güçlü ve zayıf yönlerine dayalı olarak bireysel öğrenciler için kişiselleştirilmiş öğrenme planları oluşturulmasına yardımcı olabilmektedir. Yapay zekâyâ dayalı değerlendirmeler, ev ödevleri ve sınavlar gibi birden fazla kaynaktan gelen verileri analiz ederek öğrencilerin öğrenme ihtiyaçlarını belirleyebilir ve hedefe yönelik geri bildirim sağlayabilir. Yapay zekâ araçları, ders içerikleri ve öğrenme deneyimleri hazırlamanın yanı sıra bireyselleştirilmiş öğretim için de kullanılabilir (Adiguzel ve diğ. 2023). Bu, öğrencilerin kendi hızlarında öğrenmelerine ve daha fazla desteğe gereksinim duydukları alanlara yönelmelerine yardımcı olabilir. DreamBox ve Knewton gibi yapay zekâ destekli uyarlanabilir öğrenme yazılımları, öğrencilerin güçlü ve zayıf yönlerine göre kişiselleştirilmiş öğrenme planları oluşturmak için veri analizi kullanır. Örneğin, öğrenciler belirli hedefler ve önerilerle kişiselleştirilmiş bir öğrenme planı oluşturan bir ön değerlendirme testini tamamlayabilirler (Owan ve diğ. 2023).

Yapay zekâ destekli özel ders sistemleri (ITS) öğrencilere kişiselleştirilmiş destek ve geri bildirim sağlayabilir. Bu sistemler öğrencilerin öğrenme stillerine uyum sağlayabilir ve özel eğitim ve destek sağlayarak öğrencilerin öğrenme çıktılarını iyileştirmelerine yardımcı olabilir. Bu sistemler, anında geri bildirim sağlayarak öğrencilerin motivasyonlarını korumalarına ve öğrenimleriyle ilgilenmelerine yardımcı olabilir. Carnegie Learning'in yapay zekâ destekli matematik özel ders sistemi, öğrencilerin güçlü ve zayıf yönlerine göre anında geri bildirim ve özelleştirilmiş öğrenme yolları sağlar. Sistem, her öğrencinin öğrenme hızına uyum sağlar ve etkileşimli eğitim ve alıştırma problemleri sunar. Eğitimciler ITS'yi bireyselleştirilmiş öğretim sağlamak, öğrenci ilerlemesini izlemek ve öğrencilerin ek desteğe ihtiyaç duyduğu alanları belirlemek için kullanabilir. Örnekler arasında ALEKS, Carnegie Learning ve Knewton bulunmaktadır (Owan ve diğ. 2023).

Yapay zekâ destekli NLP araçları, dil bilgisi, yazım ve noktalama geri bildirimini sağlayarak öğrencilerin dil öğrenmelerine ve yazma becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilir. Bu araçlar ayrıca argümanları ve kanıtları analiz edip değerlendirerek öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilir [35]. Bu araçlar ayrıca eğitimcilerin öğrenci denemeleri, tartışmalar ve sosyal medya gönderileri gibi doğal dil verilerini analiz edip yorumlayarak öğrencilerin öğrenimi ve katılımı hakkında bilgi edinmelerini sağlar. Örneğin, Grammarly'nin NLP destekli yazılımı, dil bilgisi, noktalama işaretleri ve cümle yapısı için öneriler de dâhil olmak üzere yazma konusunda gerçek zamanlı geri bildirim sağlar. Bu, öğrencilerin yazma becerilerini geliştirmelerine ve daha kaliteli yazılı çalışmalar üretmelerine yardımcı olabilir (Owan ve diğ. 2023).

Yapay zekâ, öğrencilerin bireysel ihtiyaçlarına ve öğrenme stillerine göre uyarlanmış öğrenme materyalleri oluşturmaya ve düzenlemeye yardımcı olabilir. Yapay zekâ, öğrenci davranış verilerini analiz ederek öğrencilerin öğrenme tercihleri ve ilgi çekici ve alakalı özelleştirilmiş öğrenme materyalleri oluşturmaktadır (Türker, 2023). Örneğin, EdTech girişimi Smart Sparrow, öğrencilerin bireysel ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş etkileşimli, uyarlanabilir öğrenme materyalleri oluşturmak için yapay zekâ kullanılmaktadır (Owan ve diğ. 2023). Örneğin, bir biyoloji dersi, öğrencilerin öğrenme ilerlemelerine ve ilgi alanlarına göre farklı laboratuvar senaryoları oluşturmak için yapay zekâyı kullanabilir.

Yapay zekâ destekli sanal asistanlar öğrencilere zamanlama, hatırlatıcılar ve görev yönetimi gibi idari görevlerde yardımcı olabilir. Bu araçlar öğrencilerin düzenli ve odaklanmış kalmalarına yardımcı olarak zamanlarını yönetmelerini ve derslerini daha verimli bir şekilde tamamlamalarını sağlar. Örneğin, Brainly gibi yapay zekâ destekli sanal asistanlar öğrencilere anında destek ve akademik sorularına yanıt sağlıyor. Platform, kişiselleştirilmiş destek sağlamak ve öğrencileri öğretmenlerle buluşturmak için makine öğrenimini kullanmaktadır.

Yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araçları öğretmenlere öğretimlerinin etkililiği konusunda fikir verebilir ve öğretim stratejilerini ayarlamaları gerekebilecek alanları belirleyebilir. Ayrıca yapay zekâ destekli araçlar, değerlendirme sürecinin birçok yönünü otomatikleştirmeye, zamandan tasarruf etmeye ve öğretmenlerin üzerindeki yükü azaltmaya yardımcı olabilir. Örneğin, yapay zekâ destekli not verme araçları öğrencilerin makalelerini analiz edebilir ve dilbilgisi, yapı ve içerik hakkında geri bildirim sağlayarak öğretmenlerin ödevlere not verme süresini kısaltabilir (Huang ve diğ. 2023b).

Yapay zekâ destekli araçlar aynı zamanda geride kalma riski taşıyan öğrencilerin belirlenmesine veya ek yardım veya iyileştirmeden faydalanmalarına da yardımcı olabilir (Delgado ve diğ. 2020). Bu araçlar, öğrencilerin test puanları ve devam kayıtları gibi verilerini analiz edebilir ve müdahale ihtiyacını gösterebilecek kalıpları belirleyebilir. Bu, öğretmenlerin en çok ihtiyaç duyan öğrencilere hedefli destek sağlamasına yardımcı olabilir. Bu nedenle yapay zekâ destekli araçların ve uygulamaların geliştirilmesi, eğitimcilere öğrenci performansı, öğrenme sonuçları ve öğretimin etkililiği konusunda değerli bilgiler sağlayarak eğitim alanında devrim yarattı. Bu teknoloji gelişmeye devam ettikçe, öğrencilere kişiselleştirilmiş, veriye dayalı öğretim sağlayarak ve öğretmenlerin öğrenci sonuçlarını iyileştirmek için öğretim stratejilerini optimize etmelerini sağlayarak eğitimi dönüştürme potansiyeline sahiptir (Türker, 2023). Bununla birlikte yapay zekânın öğretme ve öğrenmede kullanımının sınırlamaları vardır. Örneğin, öğrencilerin eleştirel analize tabi tutulmadan kaynaklardan metin kopyalayıp yapıştırma çalışmaları yapmaları, çalışmayı orijinal kaynaklara atfetmeyi ihmal etmeleri ve bunun da intihale yol açması endişesi vardır (Halaweh, 2023).

Eğitim alanındaki ölçme ve değerlendirmede yapay zekâ tabanlı araçlar, değerlendirme sürecinin doğruluğunu, hızını ve verimliliğini artırmak da dâhil olmak üzere çeşitli şekillerde faydalı olabilir. Bununla birlikte, eğitim değerlendirmesinde yapay zekâ kullanımıyla ilgili çeşitli zorluklar bulunmaktadır. Bu zorluklardan bazıları şunlardır (Holmes, Bialik & Fadel, 2019; Nazari ve diğ. 2021; Karsenti, 2019)

- Yapay zekâ araçlarının geliştirilmesinde paydaşların katılımının olmaması
- Şeffaflık eksikliği
- Önyargı
- İnsan etkileşimi eksikliği
- Sınırlı kapsam
- Etik kaygılar
- Sınırlı anlayış
- Yetersiz eğitim
- Mevcut sistemlerle bütünleşme
- Maliyet
- Değişime karşı direnç
- Öğrenci motivasyonu ve katılımı
- Standartlaştırma
- Teknik zorluklar
- Veri yönetimi
- Geri bildirim ve destek

Eğitim için yapay zekâ araçlarının geliştirilmesinde paydaş katılımının olmaması, yapay zekânın benimsenmesinde önemli bir zorluk olabilmektedir. Yapay zekâ araçları eğitimcilerden, öğrencilerden, ebeveynlerden ve diğer paydaşlardan görüş alınmadan geliştirildiğinde, ortaya çıkan araçlar eğitim sisteminin özel ihtiyaçlarına göre uyarlanamayabilir. Bu durum, sınıflarda yapay zekâ araçlarının

uygunluğunun veya benimsenmesinin eksikliğine yol açabilmektedir. Yapay zekâ geliştiricileri, eğitimde yapay zekânın son kullanıcıları olan öğretmenlerin beklentilerini göz ardı etmektedir (Cukurova & Luckin, 2018). Öğretmenler, yapay zekâ tabanlı öğretimde oldukça önemlidir (Seufert, Guggemos & Sailer, 2021). Bu nedenle, yapay zekânın okullara başarılı bir şekilde entegrasyonunu sağlamak için onların görüşlerini, geçmiş deneyimlerini ve beklentilerini dikkate almak çok önemlidir (Holmes, Bialik & Fadel, 2019).

Eğitim değerlendirmesinde yapay zekâ ile ilgili temel zorluklardan biri, karar vermede şeffaflık eksikliğidir. Yapay zekâ algoritmalarının sonuçlara nasıl ulaştığını anlamak zor olabilir, bu da eğitimcilerin değerlendirmelerin doğruluğunu ve adillikini değerlendirmesini zorlaştırır. Yapay zekâ algoritmaları önyargılı olabilir, bu da yanlış ve adil olmayan değerlendirmelere yol açabilir. Bunun nedeni, yapay zekâ sistemlerinin yalnızca üzerinde eğitildikleri veriler kadar iyi olmasıdır. Yapay zekâ sistemini eğitmek için kullanılan veriler önyargılıysa, sistem önyargılı sonuçlar üretecektir (Owan ve diğ. 2023).

Eğitim değerlendirmesinde yapay zekânın kullanılması, değerlendirme sürecinde insan etkileşiminin eksikliğine yol açabilir ve bu da öğrencilerin öğrenme deneyimlerine zarar verebilir. Eğitimciler, yalnızca insan etkileşimi yoluyla tespit edilebilecek önemli ipuçlarını ve nüansları kaçırabilmektedir. Yapay zekâ destekli araçlar genellikle alt düzey bilişsel yetenekler (bilgi ve kavrama gibi, genellikle objektif test maddeleriyle ölçülen) gibi belirli değerlendirme alanlarına odaklanmak üzere tasarlanmıştır. Bu da eleştirel düşünme, yaratıcılık ve problem çözme gibi diğer önemli öğrenme alanlarını değerlendirmek için uygun olmayabilecekleri anlamına gelmektedir (Türker, 2023).

Eğitim değerlendirmesinde yapay zekânın kullanımı, veri gizliliği ile ilgili konular gibi etik kaygıların yanı sıra teknolojinin insan eğitimcilerin yerini almak için kullanılmasıyla ilgili kaygıları da gündeme getirmektedir. Eğitim değerlendirmesinde yapay zekâ destekli araçların kullanılmasıyla ilgili bir diğer zorluk da eğitimcilerin teknolojinin nasıl çalıştığına dair sınırlı bir anlayışa sahip olabilmeleridir. Eğitimciler, yapay zekâ araçlarında kullanılan algoritmaları ve bunların değerlendirme sonuçlarını nasıl etkilediğini tam olarak anlayacak teknik uzmanlıktan yoksun olabilirler (Aşık ve diğ. 2023).

Eğitimciler teknolojiyi nasıl kullanacaklarını anlamak için eğitim almalı ve sonuçları etkili bir şekilde yorumlamalıdır. Yeterli eğitim olmadan, eğitimciler araçları etkili bir şekilde kullanamayabilir ve bu da hatalı değerlendirmelere yol açabilir. Yapay zeka destekli değerlendirme araçlarını mevcut sistemlerle entegre etmek zor olabilmektedir. Eğitimciler yeni teknolojilere ve altyapıya yatırım yapmalı ve yeni araçların mevcut değerlendirme süreçleriyle sorunsuz bir şekilde çalışmasını sağlamalıdır (İşler & Kılıç, 2021). Yapay zekâ destekli değerlendirme araçlarının geliştirilmesi ve uygulanması maliyetli olabilir. Bazı okullar veya eğitim kurumları bu teknolojilere yatırım yapacak mali kaynaklara sahip olmayabilir ve bu da bu araçlara erişimde eşitsizliğe yol açabilir. Yapay zekâ destekli değerlendirme araçlarının benimsenmesi eğitimcilerin, öğrencilerin ve velilerin direnciyle karşılaşabilir. Teknolojiye güvenmeyebilir veya geleneksel değerlendirme yöntemlerini tercih edebilirler. Bu yeni araçların eğitim değerlendirme sürecine dâhil edilmesi süreci zorlaştırabilir (Şad & Göktaş, 2013).

Yapay zekâ destekli değerlendirme araçları öğrencilerin motivasyonunu ve öğrenmeye katılımını etkileyebilir. Öğrenciler değerlendirmeleri kişisel olmayan olarak algılayabilir veya teknolojiye aşırı bağımlı hale gelebilir, bu da öğrenmelerinde çaba eksikliğine yol açabilir. Yapay zekâ destekli değerlendirme araçları genellikle öğrencilerin performansını karşılaştırmak için kullanılabilir standartlaştırılmış testler sağlamak üzere tasarlanmıştır. Ancak standardizasyona odaklanmak, öğrencilerin öğrenme deneyimlerinin ve geçmişlerinin çeşitliliğini hesaba katmayabilir ve bu da eğitimde herkese uymayan bir yaklaşıma yol açabilmektedir (Owan ve diğ. 2023).

Yapay zekâ destekli değerlendirme araçları istikrarlı ve güvenilir bir teknoloji altyapısı gerektirir. Elektrik kesintileri, internet kesintileri veya yazılım arızaları gibi teknik zorluklar, değerlendirme sürecini kesintiye uğratarak hatalı veya eksik değerlendirmelere yol açabilir. Yapay zekâ destekli değerlendirme araçları depolanması, yönetilmesi ve analiz edilmesi gereken büyük miktarda veri

üretir. Eğitimciler verilerin doğru, güvenli ve gizlilik düzenlemelerine uygun olmasını sağlamalıdır. Yapay zekâ destekli değerlendirme araçları öğrencilerin performansı hakkında hızlı geri bildirim sağlayabilir, ancak öğrencilerin öğrenmelerini geliştirmek için ihtiyaç duydukları kişiselleştirilmiş geri bildirim ve desteği sunmayabilir. Eğitimcilerin, hızlı geri bildirim faydaları ile öğrencilerin öğrenme ve gelişimini destekleyen anlamlı geri bildirim sağlamanın önemi arasında denge kurması gerekir (Dillenbourg, 2016).

3.3 Eğitimde Yapay Zekâ Tabanlı Ölçme ve Değerlendirmede Öğretmenin Rolü

Yapay zekâ tabanlı değerlendirmeler, öğrenci öğreniminin hızlı ve etkili bir şekilde değerlendirilmesini sağlama yetenekleri nedeniyle son yıllarda popülerlik kazanmaktadır. Ancak öğretmenlerin yapay zekâ temelli değerlendirmelerdeki rolü hala kritiktir ve göz ardı edilemez. Dillenbourg'a (2016) göre geleneksel eğitimden dijital eğitime geçiş, öğretmenlerin gelecekte demode olacağı anlamına gelmemektedir. Hrastinski ve diğerleri (2019), yapay zekânın öğretmenlerin yerini alıp almayacağını tartışmak yerine yapay zekânın faydalarını ve bu faydaların sınıftaki rollerini nasıl dönüştürebileceğini tanımanın daha mantıklı olacağını öne sürmektedir. Bu nedenle, eğitimsel değerlendirmede, öğretmenlerin yapay zekânın ölçme ve değerlendirme amacıyla uygun şekilde kullanılmasını sağlama konusunda hala kritik bir rolü vardır. Bu rollerden bazıları şunlardır (Owan ve diğ. 2023):

1. Değerlendirmeyi tasarlama
2. Konu ile ilgili bilgi verme
3. Sonuçları yorumlama
4. Sürekli iyileştirme
5. Etik hususlar
6. Geri bildirim sağlama
7. Öğretimin bireyselleştirilmesi
8. İlerlemenin izlenmesi
9. Eleştirel düşünmeyi teşvik etmek
10. Doğruluğun sağlanması

Öğretmenler değerlendirmeyi tasarlamaktan ve öğrenme hedeflerini belirlemekten sorumludur. Müfredatı ve öğrenme çıktılarını açıkça anlarlar ve bu hedeflerle uyumlu değerlendirmeler tasarlayabilmektedir. Öğretmenler değerlendirme sorularına açıklık getirerek onları öğrenciler için daha ilgili ve anlamlı hale getirebilir. Bunu yapmak, öğrencilerin değerlendirmeye katılma ve amacını anlama olasılığını artırmaktadır. Yapay zekâ tabanlı değerlendirmeler anında geri bildirim sağlarken, öğretmenin rolü sonuçları yorumlamak ve öğrencilere eyleme geçirebilir geri bildirim sağlamaktır (Yolcu, 2024). Öğretmenler, öğrenci yanıtlarını değerlendirmek ve öğrencilerin güçlü-zayıf yönlerine göre kişiselleştirilmiş geri bildirim sağlamak için yapay zekâ tabanlı değerlendirme araçlarını kullanabilmektedir (Akyel & Tur, 2024). Öğretmenler, öğretim uygulamalarını iyileştirmek için yapay zekâ tabanlı değerlendirmelerden elde edilen sonuçları kullanabilirler. Öğretmenler, verileri analiz ederek zayıf oldukları alanları belirleyebilir ve öğrencilerinin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak için öğretim stratejilerini uyarlayabilmektedir (Çam ve diğ. 2021).

Öğretmenler, yapay zekâ tabanlı değerlendirmelerin etik kullanımını sağlamada kritik bir rol oynamaktadır. Öğretmenler yapay zekâ kullanarak yaptıkları değerlendirmenin adil, güvenilir ve geçerli olduğundan ve öğrenci verilerinin korunduğundan ve sorumlu bir şekilde kullanıldığından emin olmaları gerekmektedir (Köse, Radıf, Baysal & Demirci, 2023). Öğretmenler, yapay zekâ tabanlı değerlendirmeler tarafından oluşturulan otomatik geri bildirimlerin ötesinde öğrencilere ek geri bildirim sağlayabilir. Bu geri bildirim daha kişiselleştirilmiş olabilir ve öğrencilerin güçlü ve zayıf yönlerini daha iyi anlamalarına ve gelişim alanlarını belirlemelerine yardımcı olabilmektedir (Lin ve diğ. 2021). Öğretmenler, yapay zekâ tabanlı değerlendirmelerden elde edilen sonuçları, öğrencilerin öğrenme ihtiyaçlarına göre eğitimi bireyselleştirmek için kullanabilmektedir (Seyrek ve diğ., 2024). Örneğin, bir öğrenci belirli bir kavramla mücadele ediyorsa, öğretmen ek kaynaklar sağlayabilmekte veya kişiselleştirilmiş bir öğrenme planı geliştirmek için öğrenciyle birlikte çalışabilmektedir. Öğretmenler, öğrencilerin zaman içindeki ilerlemesini izlemek için yapay zekâ tabanlı

değerlendirmeleri kullanabilmektedir. Öğretmenler, öğrenci performansını izleyerek eğilimleri ve kalıpları belirleyebilir ve öğretim stratejilerini buna göre ayarlayabilmektedir (Yolcu, 2024).

Yapay zekâ tabanlı değerlendirmeler öğrenci bilgisini değerlendirmek için tasarlanmış olsa da öğretmenler bunları eleştirel düşünme becerilerini geliştirmek için kullanabilmektedir. Öğrencilerden yanıtları üzerinde düşünmelerini ve sağlanan geri bildirimini analiz etmelerini isteyerek, öğrencilerin öğrenmeleri hakkında eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilmektedir (Lin ve diğ. 2021). Son olarak, öğretmenler yapay zekâ tabanlı değerlendirmelerin doğruluğunu sağlamada çok önemli bir rol oynamaktadır. Verilerin güvenilir ve geçerli olduğundan ve değerlendirmenin amaçladığı şeyi ölçtüğünden emin olmalıdırlar. Öğretmenler ayrıca değerlendirme sürecindeki hataları veya yanlışlıkları belirleyebilir ve düzeltebilmektedir (Owan ve diğ. 2023). Öğretmenler yapay zekâ araç/yöntemlerinin öğrenci katılımını ve sınıf içi performansını analiz etmesini sağlamak ve bu duruma göre iyileştirme alanları ve yapılabilecek değişiklikler için öneriler sunmak için ev ödevi veya sınav puanlarını içeren veri kümelerini kullanabilirler (Çam ve diğ. 2021; İşler & Kılıç, 2021; Yolcu, 2024).

4 Sonuç ve Tartışma

Bu derleme çalışmasında, yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araçları, yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirmenin eğitime ilişkin faydaları, süreçte yaşanan zorluklar ve bu süreçte öğretmenlerin rolü ele alınmıştır. Araştırma sonucunda yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araçlarının öğrenci ihtiyaçlarına daha etkili ve daha hızlı bir şekilde geribildirim sağlaması açısından önemli bir fırsat olduğu görülmüştür. Eğitim alanındaki ölçme ve değerlendirmede yapay zekâ tabanlı araçlar, değerlendirme sürecinin güvenilirliğini, doğruluğunu, hızını ve verimliliğini artırmak, öğrenci katılımını sağlamak da dâhil olmak üzere çeşitli şekillerde faydaları bulunmaktadır. Bununla birlikte, eğitim değerlendirmesinde yapay zekâ kullanımıyla ilgili olarak şeffaflık eksikliği, önyargı, etik kaygılar, maliyet, mevcut sistemlerle entegrasyon, teknik zorluklar, öğrenci motivasyonu, değişime karşı direnç gibi çeşitli zorluklarla karşı karşıya kalınabilmektedir.

Öğretmenin, yapay zekâdan alacağı test ve ödev sorularını, kısa sınavları veya etkileşimli ders içeriğini uygun sistemlerle daha sonra kendi ihtiyaçlarına göre düzenleyip zamandan tasarruf sağlayabileceği araştırmada ulaşılan sonuçlar arasındadır. Bununla birlikte öğretmenlerin yapay zekâ tabanlı değerlendirmelerin etik kullanımını sağlama, sonuçları yorumlama, öğrencilere eyleme geçirebilir geri bildirim sağlama, öğrencilerin öğrenme ihtiyaçlarına göre eğitimi bireyselleştirme, eleştirel düşünmeyi teşvik etme gibi hususlarda kritik bir role sahip oldukları literatür çerçevesinde ortaya konmuştur. Araştırma sonucunda dijital çağda ölçme ve değerlendirmenin güçlü, amaca uygun, geçerli, güvenilir ve öğrenmeyi güçlendirmeye odaklanması gerektiği görülmüştür. Bu da çağımızda yeterli dijital ölçme ve değerlendirme bilgisine sahip öğretmenlere olan ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır. Yapay zekâ destekli araçlar ve uygulamalar artık öğrencilere ve öğretmenlere sağlanan hizmetlerin kalitesini artırmak için eğitim de dâhil olmak üzere birçok sektörde kullanılmaktadır (Suh & Ahn, 2022). Vasconcelos ve dos Santos (2023), yapay zekâ araçlarının, öğrencilerin eleştirel ve yansıtıcı düşünme becerilerini geliştirmelerine, yaratıcılıklarının teşvik edilmesine, problem çözme becerileri edinmelerine ve kavramları etkili bir şekilde kavrayabilmelerine olanak tanıdığını belirtirken, Huang (2018) yapay zekânın öğretime entegrasyonunun, öğrenci merkezli öğrenmeyi etkili bir şekilde gerçekleştirilmesinde etkili olduğu belirtmiştir.

Yapay zekâ destekli araçlar ve uygulamalar; test etme, ölçme ve değerlendirme dâhil olmak üzere eğitimsel ölçümü geliştirmektedir. Bu araçlar eğitimcilerle öğrenci performansı, öğrenme sonuçları ve öğretimin etkililiği konusunda değerli bilgiler sağlayabilmektedir. Örneğin, yapay zekâ destekli değerlendirme araçları, öğrencilerin ödevlere verdiği yanıtları analiz edebilir ve öğrencilerin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemelerine yardımcı olmak için kişiselleştirilmiş geri bildirimler sağlayabilmektedir (Nazaretsky ve diğ., 2022). Bu süreçte öğretmenlerin yapay zekâ destekli ölçme ve değerlendirme araç ve yöntemlerine yönelik bakış açıları süreç için önem arz etmektedir. Geleneksel ölçme ve değerlendirme, bireylerin hatasından ve önyargılarından etkilenirken yapay zekâ sistemlerinde genellikle bu tarz sınırlamaların olmadığı söylenebilmektedir.

Çalışma sonucunda eğitim ve öğretimde etkili ve adil bir ölçme ve değerlendirme yapabilmek için çağa uygun olarak yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araç ve yöntemler geliştirilmesi ve uygulanma aşamasının ilgili kurumlar tarafından düzenlenmesinin gerektiği söylenebilmektedir. Bununla birlikte öğretmenlerin yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme araç ve yöntemlerini kullanırken karşılaştıkları sorunlar ve çözümlerine yönelik çalışmaların yapılması da sürece katkı sağlayacaktır. Öğretmenlerin yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirme yöntemlerini kullanmaları için teşvik edilmeleri ve süreçle ilgili eğitim ve seminerler düzenlenmesi de yapay zekâ tabanlı ölçme ve değerlendirmenin eğitime entegrasyonunu kolaylaştıracaktır.

5. BEYANLAR

5.1. Çıkar Çatışması

Bu çalışmada herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Adiguzel, T., Kaya, M. H., ve Cansu, F. K. (2023). Revolutionizing education with AI: Exploring the transformative potential of ChatGPT. *Contemporary Educational Technology*, 15(3), 1-13.
- Akyel, Y. ve Tur, E. (2024). Eğitim bilimlerinde yapay zekânın potansiyeli ve beklentiler, zorluklar ve gelecek yönelimleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 645-711.
- Arslan, K. (2020). Eğitimde yapay zeka ve uygulamaları. *Batı Anadolu Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11(1), 71-88.
- Aşık, F., Yıldız, A., Kılınç, S., Aytekin, N., Adalı, R., ve Kurnaz, K. (2023). Yapay zekanın eğitime etkileri. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 10(98), 2100-2107.
- Bassey, B. A., Owan, V. J., Ikwen, E. U., and Amanso, E. O. I. (2020). Teachers' attitudes towards learners with disability scale (TALDS): construction and psychometric analysis. *Psychometric Analysis*, 6(4), 518-530.
- Chiu, T. K. (2021). A holistic approach to the design of artificial intelligence (AI) education for K-12 schools. *TechTrends*, 65(5), 796-807.
- Cukurova, M., ve Luckin, R. (2018). Measuring the impact of emerging technologies in education: A pragmatic approach. In J. Voogt, G. Knezek, R. Christensen, and K. Lai (Eds.), *Second Handbook of Information Technology in Primary and Secondary Education* (s. 1-19). Springer
- Çam, M. B., Çelik, N., Turan-Güntep, E., ve Durukan, Ü. G. (2021). Öğretmen adaylarının yapay zeka teknolojileri ile ilgili farkındalıklarının belirlenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(48), 263-285.
- Delgado, H. O., de Azevedo Fay, A., Sebastiany, M. J., and Silva, A. D. (2020). Artificial intelligence adaptive learning tools. *BELT-Brazilian English Language Teaching Journal*, 11(2).
- Dillenbourg, P. (2016). The evolution of research on digital education. *International Journal of Artificial Intelligence in Education*, 26(2), 544-560.
- Halaweh, M. (2023). ChatGPT in education: strategies. *Contemporary Educational Technology*, 15(2).
- Hawes, D., and Arya, A. (2023). Technology solutions to reduce anxiety and increase cognitive availability in students. *IEEE Transactions on Learning Technologies*, 16(2), 278-291.
- Heintz, F. (2021). Three interviews about K-12 AI education in America, Europe, and Singapore. *KI—Künstliche Intelligenz*, 35(2), 233-237.

- Holmes, W., Bialik, M., and Fadel, C. (2019). *Artificial intelligence in education: Promises and implications for teaching and learning*. Boston: Center for Curriculum Redesign. <https://curriculumredesign.org/wp-content/uploads/AIED-Book-Excerpt-CCR.pdf>
- Hou, G., Anicetus, U., and He, J. (2022). How to design font size for older adults: A systematic literature review with a mobile device. *Frontiers in Psychology*, 13(931646), 1-19
- Hrastinski, S. O., Arkenback, C., Ekström, S., Ericsson, E., Fransson, G., Jaldemark, J., . . . Utterberg, M. (2019). Critical imaginaries and reflections on artificial intelligence and robots in post-digital K-12 education. *Post-Digital Science and Education*, 1(2), 427-445. <https://doi.org/10.1007/s42438-019-00046-x>
- Huang, A. Y., Lu, O. H., and Yang, S. J. (2023a). Effects of artificial intelligence-enabled personalized recommendations on learners' learning engagement, motivation, and outcomes in a flipped classroom. *Computers & Education*, 194(104684). doi: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104684>
- Huang, S.-P. (2018). Effects of using artificial intelligence teaching system for environmental education on environmental knowledge and attitude. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(7), 3277-3284. doi: <https://doi.org/10.29333/ejmste/91248> 0
- Huang, X., Zou, D., Cheng, G., Chen, X., and Xie, H. (2023b). Trends, research issues and applications of artificial intelligence in language education. *Educational Technology & Society*, 26(1), 112-131.
- İşler, B., and Kılıç, M. Y. (2021). Eğitimde yapay zeka kullanımı ve gelişimi. *e-Journal of New Media / Yeni Medya Elektronik Dergi – eJNM*, 5(1), 1-11.
- Kafadar, T. (2022). Oyunlaştırmanın eğitimdeki yeri. In T. Kafadar, ve C. A. Asena (Eds.), *Eğitimde oyunlaştırma, (1-16)*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karsenti, T. (2019). Artificial intelligence in education: The urgent need to prepare teachers for tomorrow's. *Formation et Profession [Education and Profession]*, 27(1), 112-116.
- Khan, I., Ahmad, A. R., Jabeur, N., and Mahdi, M. N. (2021). An artificial intelligence approach to monitor student performance and devise preventive measures. *Smart Learning Environments*, 8(1), 1-18.
- Kim, J., and Park, N. (2019). Development of a board game-based gamification learning model for training on the principles of artificial intelligence learning in elementary courses. *Journal of the Korean Association of Information Education*, 23(3), 229-235.
- Köse, B., Radıf, H., Baysal, İ., Demirci, N. (2023). Öğretmen görüşlerine göre eğitimde yapay zekanın önemi, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(71):4203-4209.

- Kumar, N. S. (2019). Implementation of artificial intelligence in imparting education and evaluating student performance. *Journal of Artificial Intelligence*, 1(1), 1-9.
- Lin, P. Y., Chai, C. S., Jong, M. S., Dai, Y., Guo, Y., and Qin, J. (2021). Modelling the structural relationship among primary students' motivation to learn artificial intelligence. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 2(100006). doi: <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2020.100006>
- Luo, Y., Han, X., and Zhang, C. (2022). Prediction of learning outcomes with a machine learning in blended courses. *Asia Pacific Education Review*. doi: <https://doi.org/10.1007/s12564-022-09-6>
- Mede, E., ve Atay, D. (2017). English language teachers' assessment literacy: The Turkish context. *Dil Dergisi*, 168(1), 43-60.
- Mena-Guacas, A. F., Urueña Rodríguez, J. A., Santana-Trujillo, D. M., Gómez-Galán, J., and López-Meneses, E. (2023). Collaborative learning and skill development for educational growth of artificial intelligence: A systematic review. *Contemporary Educational Technology*, 15(3).
- Nazaretsky, T., Ariely, M., Cukurova, M., and Alexandron, G. (2022). Teachers' trust in AI-powered educational technology and a professional development program to improve it. *British Journal of Educational Technology*, 53(4), 914-931. doi: <https://doi.org/10.1111/bjet.13232>
- Nazari, N., Shabbir, M. S., and Setiawan, R. (2021). Application of artificial intelligence powered digital writing assistant in higher education: Randomized controlled trial. *Heliyon*, 7(5).
- Owan, V., Abang, K. B., Idika, D. O., Etta, E. O., and Basse, B. A. (2023). Exploring the potential of artificial intelligence tools in educational measurement and assessment. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 19(8).
- Önder, A., Öztaş, G. S. ve Akçapınar, G. (2023). Öğrenme analitiği sürecine yönelik modellere genel bir bakış: Kavramsal bir çerçeve önerisi. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 92-117.
- Öz, H. (2014). Turkish teachers' practices of assessment for learning in English as a foreign. *Journal of Language Teaching and Research*, 5, 775-785.
- Papapicco, C. (2020). Google mini: Italian example of artificial pro-sociality. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 10(3).
- Ren, X. (2020). Artificial intelligence and depression: How AI powered chatbots in virtual reality games may reduce anxiety and depression levels. *Journal of Artificial Intelligence Practice*, 3(1), 48-58.
- Sarioğlu, S. (2023). *Bilimsel süreç becerilerinin yapay zeka ile yordanması, öğrenciler ve üstün yetenekli öğrencilerdeki etkililiği*. Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.

- Seufert, S., Guggemos, J., and Sailer, M. (2021). Technology-related knowledge, skills, and situation and emerging trends. *Computers in Human Behavior*, 115(106552). doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106552>
- Seyrek, M., Yıldız, S., Emeksiz, H., Şahin, A., Türkmen, M. T. (2024). Öğretmenlerin eğitimde yapay zeka kullanıma yönelik algıları. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 11(106), 845-856. (Seyrek ve diğ., 2024)
- Steinbauer, G., Kandlhofer, M., Chklovski, T., Heintz, F., and Koenig, S. (2021). A differentiated discussion about AI education K-12. *Kunstliche Intelligenz*, 35(2), 131-137.
- Stiggins, R. (2014). Improve assessment literacy outside of schools too. *Phi Delta Kappan*, 96(2), 67-72.
- Suh, W., and Ahn, S. (2022). Development and validation of a scale measuring student attitudes toward artificial intelligence. *Sage Open*, 12(2). doi: <https://doi.org/10.1177/21582440221100463>
- Şad, S. N., ve Göktaş, Ö. (2013). Öğretim elemanlarının geleneksel ve çağdaş ölçme değerlendirme yaklaşımlarının incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 14(2), 79-105.
- Tsagari, D. (2011). Investigating the 'assessment literacy' of EFL state school teachers in Greece. In D. Tsagari, and I. Csépes (eds.), *Classroom-based language assessment*, (169-190). Frankfurt am Main: Peter Lang,
- Tuncer, M. ve Gezer-Şen, B. (2018). Okul öncesi eğitimde toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik Türkiye'de yapılan çalışmalar. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5(12), 870-882.
- Türker, O. (2023). Eğitim bağlamında yapay zeka yazılımları. E. Bay ve O. Zahal (eds.), *Eğitim Bilimleri Alanında Akademik Çalışmalar*. Ankara: Gece Kitaplığı, 189-205.
- Vasconcelos, M. A., and dos Santos, R. P. (2023). Enhancing STEM learning with ChatGPT and Bing Chat as objects to think with: A case study. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 19(7). doi: <https://doi.org/10.29333/ejmste/13313> (Vasconcelos & dos Santos, 2023).
- Xia, Q., Chiu, T. K., Lee, M., I., T., Dai, Y., and Chai, C. S. (2022). A self-determination theory design approach for inclusive and diverse artificial intelligence (AI) K-12 education. *Computers & Education*, 189(104582). doi: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2022.104582>
- Yılmaz, G. (2024). Disleksi Öğrenciler İçin en etkili yapay zeka uygulamaları ve chrome uzantıları. LinkedIn: https://tr.linkedin.com/pulse/disleksi-%C3%B6%C4%9Frenciler-i-%C3%A7in-en-etkili-yapay-zeka-ve-chrome-gi%CC%87zem-yilmaz-jscsf?trk=public_post_feed-article-content

Yolcu, H. H. (2024). Yapay genel zekâ çağında öğretmen rolünün yeniden tanımlanması: öngörüler.
Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 10(1), 155-167.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Exploring Intercultural Communication Apprehension, Global Citizenship, and Willingness to Communicate in English among EFL Learners of Tourism Guidance Department

Gülin ZEYBEK^{1*} , Eda GÜVEN SARI² 

¹Yabancı Diller Yüksekokulu, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye,
gulinulusoy@isparta.edu.tr

²Yabancı Diller Yüksekokulu, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye,
edasari@isparta.edu.tr

ABSTRACT

This research aimed to investigate the relationship between the Intercultural Communication Apprehension (ICA), Global Citizenship (GC), and Willingness to Communicate (WCT) in English of EFL learners who are studying at the Tourism Guidance Department in a public university. A quantitative research design was adopted in this study, and a questionnaire was implemented, including demographic questions, the ICA scale, the GC scale, and the WCT in English. A total of 94 students were included in the study who were enrolled in the Department of Tourism Guidance. The data analysis included t-tests, analysis of variance (ANOVA), and correlation analysis to examine the relationship among gender, class, and the dependent variables. The findings of this study revealed that there was no statistically significant effect of gender on WCT in English or on ICA. However, gender was found to have a significant effect on GC beliefs. Furthermore, the results revealed that there were significant correlations between ICA and both GC and WCT in English. However, no significant correlation was found between GC and WCT in English. These findings offer valuable insights into the dynamics of programmes offered in the tourism guidance departments of universities.

Key words: Intercultural Communication Apprehension (ICA), Global Citizenship (GC), Willingness to Communicate (WCT) in English, Tourism Guidance.

¹ Corresponding Author: gulinulusoy@isparta.edu.tr

Yabancı Dil Olarak İngilizce Öğrenen Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Kültürlerarası İletişim Kaygıları, Küresel Vatandaşlık Algıları ve İngilizce Dilinde İletişimde İsteklilikleri

ÖZ

Bu araştırma, bir devlet üniversitesinde Turizm Rehberliği Bölümünde öğrenim gören İngilizce yabancı dil öğrencilerinin Kültürlerarası İletişim Kaygısı, Küresel Vatandaşlık ve İngilizce Dilinde İletişim İsteklilikleri arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlamaktadır. Nicel araştırma deseni benimsenen bu çalışmada demografik sorular, Kültürlerarası İletişim Kaygısı ölçeği, Küresel Vatandaşlık ölçeği ve İngilizce Dilinde İletişim İstekliliği ölçeğini içeren bir anket uygulandı. Turizm Rehberliği Bölümünde kayıtlı olan toplam 94 öğrenci çalışmaya dahil edildi. Bu çalışma, veri analizi, cinsiyet, sınıf ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için t-testleri, varyans analizi ve korelasyon analizini içermektedir. Bu çalışmanın bulguları, cinsiyetin İngilizce Dilinde İletişimde İsteklilik ve Kültürlerarası İletişim Kaygısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Ancak, cinsiyetin Küresel Vatandaşlık inançları üzerinde önemli bir etkisi olduğu bulunmuştur. Ayrıca, sonuçlar, Kültürlerarası İletişim Kaygısı ile hem Küresel Vatandaşlık hem de İngilizce Dilinde İletişimde İsteklilik arasında önemli korelasyonlar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Küresel Vatandaşlık ile İngilizce Dilinde İletişimde İsteklilik arasında anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır. Bu bulgular, üniversitelerin Turizm Rehberliği Bölümlerinde sunulan programların dinamikleri hakkında öngörüler sunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kültürlerarası İletişim Kaygısı, Küresel Vatandaşlık, İngilizce Dilinde İletişimde İsteklilik, Turizm Rehberliği.

1. INTRODUCTION

Recently, the tourism industry has played an important role in enhancing cultural interaction and exchange globally (Djouhaina, 2022). University students who take courses on tourism guidance are often presented with opportunities to engage with individuals coming from various cultural backgrounds. Given that tourism guidance students engage with tourists, local communities, and colleagues from diverse cultural backgrounds, effective communication plays a critical role in the tourism industry. The presence of intercultural communication apprehension (ICA) henceforth can be preventive in effective communication and may lead to a range of negative outcomes, including misunderstandings, misinterpretations, and conflicts (Cherdchoopong, 2020).

It is quite significant that individuals from different cultural backgrounds are relatively more open to accepting other cultures, which also fosters inclusive tourism. According to Şahin (2012), university students in the Department of Tourism Guidance who possess knowledge of Intercultural Communication Competence (ICA) are better at understanding the needs and sensitivities of tourists coming from diverse cultural contexts. Considering the fact that individuals working in the tourism industry may encounter a range of cross-cultural challenges, including but not limited to misinterpretations of cultural norms, linguistic obstacles, and divergent communication approaches (Bozkaya & Erdem Aydın, 2010), comprehending the concept of ICA can empower these students to anticipate and address such challenges. Thus, potential intercultural conflicts can be resolved before they grow.

The Tourism Guidance Department students are highly responsible for carrying out ethical and sustainable tourism practices as prospective members of the tourism sector. By integrating the principles of global citizenship (GC) henceforth, it is possible to encourage ethical tourism practices, enhance appreciation for other cultures, and protect natural resources. According to Akkari and Maleq (2020), recognising and appreciating other cultures and being aware of human rights are the fundamental elements of GC. Similarly, as echoed by Şahin (2012), it is important for tourism guidance students to have the necessary skills for comprehending and appreciating diverse cultures, traditions, and customs. By adopting a global citizenship mindset, these students can develop cultural sensitivity and promote respect and understanding among tourists during their interactions. Having a global perspective and an understanding of worldwide concerns is supported by the concept of global citizenship (Etzkorn & Reese, 2022). Thus, tourism guidance students can enhance their perspectives as global citizens in order to communicate proficiently across different cultures and increase the standards for visitors in intercultural interactions (Şahin, 2012).

The predominant language in the tourism sector is English, since it has global reach. Tourism guidance students are expected to possess effective communication skills in English to interact with non-native speakers of English, who constitute a significant proportion of foreign visitors (Prachanant, 2012). Thus, understanding tourism guidance students' willingness to communicate (WCT henceforth) in English proficiency can help with language assistance and instruction, which is the main aim of eliminating any hindrances or challenges while interacting with English-speaking visitors (Gürbüz et al., 2022). In this sense, tourism guidance students are expected to be proficient speakers by carrying out clear and succinct conversations. Hence, it is important for academic institutions to devise a suitable language curriculum to enhance the English language proficiency of students and increase their WCT in

English. Especially considering the fact that the tourism industry places significant importance on English language proficiency, the university students studying at these tourism-related departments are expected to have proficient communication skills to engage better with international visitors, which is also the priority of most employers in the tourism sector (Mantra et al., 2020). This is also important for other interactions in the tourism sector because tourist guides are expected to interact with tourism-related stakeholders, including locals, travel agencies, and business experts (Leung et al., 2018).

Investigating the relationship between ICA and WCT in English can reveal the potential problems in communication and can help institutions devise better lessons by being more focused on the need. Thus, the university students' apprehensions can be reduced, and their motivation to use English in their interactions can be enhanced. Moreover, examining the correlation between GC and WC in English proficiency levels can enable instructors to understand to what extent their students' GC values are manifested in using English. According to Fang and Baker's (2021) research, an increase in GC values may potentially enhance students' tendency to interact in English. Thus, the aim of this research is to understand the relationship among ICA, GC, and WTC in terms of English proficiency to highlight the necessary competencies and skills required in the tourism industry.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Intercultural Communication Apprehension

Intercultural communication is defined as the exchange of information between individuals from different cultures (Aririguzoh, 2022). During this type of communication, individuals develop an awareness and understanding of their environment (Byram, 2020). When individuals are highly interested in engaging in intercultural conversations and participate actively in this process, they have the most effective environment for intercultural communication. Hence, having strong relationships depends heavily on the willingness of people to pursue conversations (Zeng, 2010). Sometimes, anxiety can be preventive for this type of pursuit. Anxiety has been defined in various ways by many researchers in the literature. Basically, it is the state of nervousness, worry, and fear, and this can be mild or severe (Ma, 2023). Anxiety is not favourable, and individuals can feel uncomfortable (Ma, 2023) during unclear situations, which can hinder the effectiveness of communication (Kim et al., 2022). People who have different norms and values can experience anxiety during their conversations with people from other cultures because of cultural differences (Trisasanti et al., 2020). This is also observable in ICA, as it also refers to feeling worry and fear while engaging in conversations with people from various cultural backgrounds (Trisasanti et al., 2020). Sometimes people can have limited knowledge about each other during their first interactions, and this may lead to uncertainty for these people (Khukhlaev et al., 2020). These uncertainties may result from the unfamiliarity of cultural differences (Khukhlaev et al., 2020). If individuals have self-confidence in communication, they are found to be experiencing less anxiety in intercultural communication (Su, 2021), but individuals with high

levels of anxiety show avoidance in communicating with others from different cultures (Hu, 2024).

The research (Seyitoğlu et al., 2015; Koçak, 2022; Van Essen, 2020) has shown that there is a significant relationship between the experiences of university students their intercultural communication and adaptation in different academic environments. The study conducted by Seyitoğlu et al. (2015) aimed to evaluate the degrees of intercultural communication apprehension and satisfaction among tourism students. The findings revealed that there is a combination of low and moderate levels of communication anxiety among the participants. This highlights the possible difficulties encountered by international students, such as insufficient assistance in locating suitable housing and accessing healthcare facilities. In a similar vein, Koçak's (2022) research examined the relationship between intercultural communication willingness and apprehension. This study revealed that anxiety has a negative effect on individuals' willingness to participate in intercultural communication. In another study, Van Essen (2020) conducted research on international students in the United States and found that being fluent in English and having cultural sensitivity are important for adapting to different cultures. These studies highlight the complex and varied intercultural communication experiences of university students. They emphasise the need for systematic support to help them integrate and succeed in diverse educational settings.

2.2. Global Citizenship

Global citizenship is defined as a view that includes belonging, responsibility, and political activity on a global scale, contrary to the narrow-mindedness and lack of knowledge that are encouraged by local kinds of citizenship (Hernández Guzmán & Hernández García de Velazco, 2024). According to De Wit (2016), global citizenship involves the training of individuals to become global citizens, enabling them to effectively function and reside in the globalised world. Additionally, GC is seen as the state of being aware, caring, and accepting of cultural diversity while advocating for social justice and sustainability (Akçay et al., 2024).

GC has three key terms that are named similarly with slight differences by various researchers (Schattle, 2009; Morais & Dogden, 2010). According to Morais and Dogden's (2010) GC, it includes three interconnected dimensions: social responsibility, global competence, and global civic participation (see Figure 1).

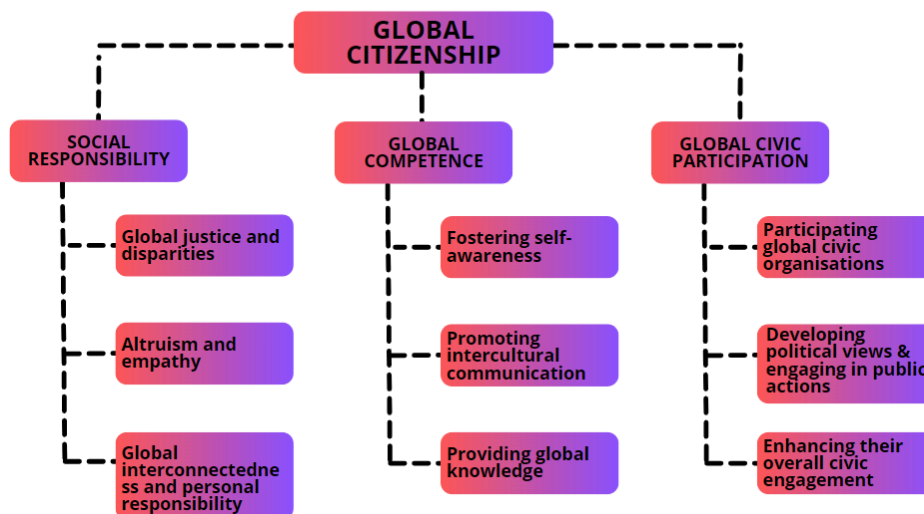


Figure 1. Dimensions of GC

Social responsibility can be categorized into three main areas. Firstly, it falls under the domain of global justice and disparities, where individuals gain knowledge about social issues and actively engage with examples of global justice and disparities. Secondly, it encompasses altruism and empathy, where individuals explore various perspectives and develop an ethical understanding of social service, considering both global and local issues. Lastly, it involves global interconnectedness and personal responsibility, where individuals uncover the links between their local actions and the resulting impacts on a global scale. The second component, global competency, consists of three distinct parts: 1) fostering self-awareness, where individuals develop an understanding of their own strengths and limitations to engage in intercultural relations; 2) promoting intercultural communication, where individuals acquire the essential skills for connecting with people from different cultures; and 3) providing global knowledge, where individuals learn about global issues and events. Global civic engagement encompasses three main components. Firstly, it involves individuals actively participating in volunteer work for global civic organizations. Secondly, it entails individuals developing their political views based on their global knowledge and engaging in public actions. Lastly, it includes individuals engaging in local actions that align with global agendas, thereby enhancing their overall civic engagement (Morais & Dogden, 2010).

Although institutions worldwide have increasingly embraced the concept of GC, the existing literature on this subject often underestimates the importance of English and fails to provide a critical analysis of its role in fostering GC (Cavanagh, 2020). The qualitative study conducted by Cavanagh (2020) revealed that GC is often associated with ability in English fluency and language learning plays a pivotal function regarding GC. Similarly, in another study by Bendeck et al. (2023), it was emphasized that language educators should both broaden their focus on developing linguistic competence and integrate intercultural communication and GC education in their teaching curriculum. In a study on ELT textbooks, the results revealed that these textbooks focus on GC awareness, but present limited activities concerning the key issues like human rights and democracy (Ait-Bouزيد, 2020). However, in another study on ELT reading materials, the results showed sufficient inclusion of topics like intercultural

awareness and global responsibility (Xu & Knijnik, 2021). These studies showed that there is no consistency in the integration of GC into English language teaching.

2.3. Willingness to Communicate (WCT)

The term willingness to communicate (WTC) was initially used by McCroskey and Baer in 1985. It refers to "the inclination of individuals to initiate communication when they have the freedom to do so." WCT is related to an individual's tendency to engage in communication when they come across other individuals (McCroskey and Richmond, 1990). This readiness reflects the personality of an individual towards speech, and this is the primary component of communication (McCroskey and Richmond, 1987). Some individuals have a tendency to only talk in response to being addressed, or they may choose not to respond even when someone addresses them. On the other hand, some individuals choose to engage constantly in a conversation, and some people tend to prefer certain situations and receivers over others to talk. This variation in speech patterns can be attributed to a personality trait known as "willingness to communicate" (McCroskey & Bear, 1985). This concept is very similar to second language anxiety, which is also related to experiencing fear during communication (Horwitz et al., 1986). It has been discovered that second language anxiety, which refers to the nervousness felt when speaking in the second language, has a significant effect on WCT. Many second language learners had an overwhelming sense of fear when they were required to engage in English communication. This fear significantly hindered their ability to communicate with the individuals in English. (Dombi, 2013).

It has been noted that modern EFL learners are more involved in English communication through digital environments due to technological advancements and the widespread use of English in digital communication (Sockett, 2014). In a study conducted on intervention programmes, researchers found out that computer-mediated communication, such as digital games, had a beneficial impact on improving the second language WTC of EFL learners (Reinders & Wattana, 2015). Apart from these studies, which focus on digital environments, researchers also investigated WTC in second-language environments. For example, Ghonsooly et al. (2013) studied the effect of communication confidence and classroom environment on WTC among Iranian undergraduate EFL students. Their study revealed that the students showed a moderate level of WTC in English. In another study conducted by Nagy and Nikolov (2007), the distinction between formal and informal settings in students' WTC was investigated. According to their study, formal situations tend to generate higher levels of fear. In a longitudinal study, Cao (2013) found that individual differences among language learners and the dynamics of the classroom impact WTC over time. Similarly, motivation was also found to be effective on the WTC of EFL learners (Lahuerta, 2014). In Youssef's (2016) study, the effects of academic motivation and English use outside the class were investigated, and the findings suggest that these have moderate levels of effect on WTC among teacher trainees in Malaysia. Furthermore, in Nagy's (2005) study, the correlation among communication apprehension, perceived competence, motivation, and WTC was investigated. The researcher concluded that they have low anxiety and high motivational levels to improve intercultural communication. These studies highlight the intricate relationship among the language learner, his environment, and his motivation, which altogether affect WTC in English.

3. METHODOLOGY

3.1. Research Method

A quantitative research design is adopted in this study to understand the relationship between EFL learners' intercultural communication apprehension, global citizenship, and their willingness to communicate in English. There are several reasons for employing a quantitative research design in this study. According to Amaratunga et al. (2002), it is recommended to adopt a quantitative design when the aim is to gain accurate and unbiased measurements of variables. Therefore, since the main aim of this study is to quantitatively evaluate and analyse the concepts of ICA, GC, and WTC, a quantitative research approach was selected. Furthermore, the utilisation of quantitative research enables the implementation of statistical analytic methods in order to investigate the connections, disparities, and correlations between variables (Bloomfield & Fisher, 2019). The present research utilised t-tests, analysis of variance (ANOVA), and correlation analysis to ascertain the statistical significance of gender and class disparities, as well as the correlations among the variables of this study. The use of statistical analysis in this study offers a methodical and rigorous framework for deriving meaningful findings from the dataset. In addition, quantitative research is found to be advantageous in its ability to analyse the correlations between various variables (Bloomfield & Fisher, 2019). This study examines the relationship between ICA, GC, and WTC. Hence, the use of a quantitative research approach was deemed appropriate for this study as it was consistent with the research aims.

3.2. Participants and Context

The study involved a total of 94 students enrolled in the Department of Tourism Guidance at a certain institution, spanning across several grade levels ranging from English Preparatory Class to Senior Class. The participants were selected by a convenient sampling method (Creswell, 2021) due to their accessibility and voluntary participation in the study. The participants were enrolled in English classes based on their proficiency levels during their academic program. Table 1 displays the demographic distribution based on gender and grade levels.

Table 1. Demographic information of the participants

		Class					Total
		Preparatory Class	Freshman	Sophomore	Junior	Senior	
Gender	Female	15	15	0	18	6	54
	Male	9	10	2	13	6	40
Total		24	25	2	31	12	94

Within the framework of this study, it is anticipated that the participants will engage in a range of English courses spanning many grade levels. In the English preparation class,

students studying tourism guidance are required to participate in a 20-hour curriculum focused on English language acquisition. This curriculum encompasses many components, including grammar and vocabulary, reading, writing, listening, and speaking. During their first year of college, students often enrol in a total of five credit hours of English courses. These courses encompass several aspects of the English language, including grammar, vocabulary, the development of the four language skills (listening, speaking, reading, and writing), and English instruction at the elementary level. Furthermore, within the English Tourism Guidance section, 30% of the curriculum is dedicated to English language instruction. Specifically, students are required to complete a total of 6 hours of English courses. Of these 6 hours, 2 are allocated to the study of grammar, vocabulary, and the development of the four language skills. The other 4 hours are focused on enhancing communication skills, specifically within the context of the tourism industry. In the curriculum for the sophomore class, students are provided with a total of three hours of English instruction, which encompasses the pre-intermediate level. Furthermore, under the English Tourism Guidance department, a total of 30% of the curriculum is dedicated to English courses. Specifically, students are required to complete 9 hours of English instruction. Additionally, there are 3 hours allocated to the subject of "International Tourism," another 3 hours dedicated to "Tourist Behaviours," and a further 3 hours focused on "Current Issues in Tour Guiding." During their third year of study, students are often required to enrol in a three-hour English course at the intermediate level. In the last year of their academic tenure within the department, these students are required to enrol in a 3-hour English course titled "English Communication Skills." In addition to their English coursework, students pursuing a degree in tourism guidance are required to enrol in elective courses focused on a second foreign language throughout each year of their academic program. German and Russian language classes are available, starting at the introductory level and progressing to the upper-intermediate level. The curriculum for tourism guidance students includes a total of 59 hours dedicated to foreign language classes, specifically 18 hours each for German and Russian. These language courses are spread out across the duration of their studies within the department.

From an ethical perspective, all participants provided informed consent by signing consent forms prior to their participation in the study, affirming their voluntary engagement. In addition, the students were assured that their involvement in these activities would not impact their academic evaluations. Furthermore, the study obtained permission from an ethical council affiliated with a state institution.

3.3. Data Collection Instruments and Process

The researchers employed a questionnaire that had three primary parts pertaining to intercultural communication apprehension, global citizenship perspective, and willingness to communicate in English. In addition, the initial part of this questionnaire included inquiries on demographic factors, such as gender and class.

In the first section, a total of 14 techniques devised by Neuliep and McCroskey (1997) were employed. The scale utilised in this study to measure intercultural communication

apprehension is the Personnel Report of Intercultural Communication Apprehension (PRICA) scale, which has a single item. The researchers developed an applied scale to assess individuals' communication problems within an intercultural setting. The scale consists of a 5-point distribution with the following descriptors: '5 = strongly agree', '4 = agree', '3 = undecided', '2 = disagree', '1 = strongly disagree'. The survey instrument is designed in a Likert scale format. Out of the total 14 statements encompassed under the Intercultural Communication Apprehension scale, it is seen that 7 statements (namely, statements 2, 4, 6, 8, 11, 13, and 14) are characterised by a negative sentiment, whereas the other 7 statements (namely, statements 1, 3, 5, 7, 9, 10, and 12) exhibit a positive sentiment. The Cronbach Alpha value found for this scale in this study is .716.

In the second section, the Global Citizenship Scale developed by Morais and Ogden in 2011 was implemented in order to investigate the participants' global citizenship perceptions. It was adapted into Turkish by Şahin and Çermik in 2014. The scale is a five-point Likert-type measurement tool based on self-report. All of the items in the "Social Responsibility" dimension of the scale are reverse-scored. Exploratory and confirmatory factor analysis was performed for the validity procedures of the scale, and a three-factor structure was obtained explaining 51.6% variance in the exploratory factor analysis, and the model fit indices of this structure were found to be at a good level. In this context, an item pool was created by writing a total of 30 items: 6 in the dimension of social responsibility, 9 in the dimension of global competence, and 15 in the dimension of global participation. The Cronbach Alpha value found for this scale in this study is .842.

In the third section, the researchers assessed the WTC of the participating students by employing a 12-item WTC scale, which was originally designed by McCroskey (1992) and had high internal consistency (Cronbach's alpha = .94). The initial scale was established in the English language. In this investigation, the researchers selected to utilise a Turkish translation provided by Bektaş Çetinkaya (2005) to provide the participants with a measurement instrument in their mother tongue. The scale utilised in the present investigation demonstrated a high level of reliability, as evidenced by a reliability coefficient of .942. The objective of the scale is to assess WTC across various communication situations, including but not limited to meetings, public speaking engagements, interpersonal chats, group discussions, and interactions with diverse sorts of recipients, such as friends, acquaintances, and strangers. The participants were instructed to indicate their level of readiness to communicate in various situations by selecting a numerical score on a scale ranging from 0 to 100. A score of 0 represented a complete lack of WTC, while a score of 100 indicated a strong inclination to engage in communication.

The survey, consisting of three parts, was distributed electronically to students, who were subsequently requested to provide their responses using an online platform. The questions were presented in the students' native language to enhance their comprehension of the survey's inquiries and objects. The survey items, which were not originally prepared in the students' native language, were translated into the students' native language, and their validity was checked using the back translation method.

3.4. Data Analysis

In the initial stages of the data analysis process, this study used descriptive statistics to analyse the data collected from the scales. The mean, median, and mode values obtained for all three scales were very close to each other, indicating a symmetric distribution. In addition to the skewness and kurtosis coefficients for a normal distribution, the histogram graph was also examined. The skewness and kurtosis coefficients were all between -2 and +2, as expected for a normal distribution (Byrne, 2010). The only exception was the kurtosis coefficient for the Intercultural Communication Apprehension scale, which was slightly above 2. This suggests that the scores for the Intercultural Communication Apprehension scale have a slightly steeper distribution than the other two scales. Examination of the histogram graph, however, revealed that the steeper distribution of the Intercultural Communication Apprehension scale did not significantly affect the overall distribution of the data. Since T-Test and ANOVA assumptions are robust against violations (especially normal distribution and type 1 errors), parametric tests are adopted for the Intercultural Communication Apprehension scale, which is slightly off the limits.

4. RESULTS

This section presents tables derived from various statistical analyses conducted based on independent variables, namely gender and class. Explanations of the analysis are provided below each respective analysis table. Finally, the correlation results between the dependent variables are presented.

Table 2. T-Test Results for dependent variables according to participants' gender

		N	X	SD	df	t	p
Willingness to Communicate in English	Female	54	895.370	206.156	92	.910	.365
	Male	40	844.625	332.847			
Intercultural Communication Apprehension	Female	54	37.33	4.509	92	.424	.673
	Male	40	36.87	5.979			
Global Citizenship	Female	54	83.42	13.850	92	2.782	.007
	Male	40	75.40	13.802			

Table 2 presents the outcomes of the t-tests that were done in order to investigate the relationship between the gender of participants and three distinct dependent variables: WTC, ICA, and GC. The t-tests were performed individually for female and male participants, with the corresponding sample sizes (N), means (X), standard deviations (SD), degrees of freedom (df), t-statistics (t), and p-values (p) reported for each variable.

The findings of the study indicate that there is no statistically significant difference between female and male participants in terms of their willingness to communicate in English. This

conclusion is supported by the p-value of.365, which exceeds the conventional significance level of.05. This finding implies that gender does not have a significant influence on WTC in English.

In a similar vein, the analysis of ICA reveals that there is no significant difference according to gender. This result is supported by a p-value of.673. This suggests that the gender of participants does not have a statistically significant effect on their degrees of ICA.

On the other hand, the findings indicate a significant difference in terms of gender for the variable GC ($p < .05$). In particular, it is seen that female participants exhibit a statistically significant higher mean score in their GC levels in comparison to male students.

Table 3a presents the descriptive statistics regarding the three dependent variables. These statistics are further analysed based on the participants' class. The results of ANOVA tests for the dependent variables are presented in Table 3b. These tests evaluate whether there are statistically significant differences between the class groups.

Table 3a. Descriptive statistics for dependent variables according to participants' classes

		N	X	SD
Intercultural Communication Apprehension	Preparatory Class	24	36,9583	4,39841
	Freshman	25	38,0000	4,30116
	Sophomore	2	43,0000	1,41421
	Junior	31	36,0000	6,11555
	Senior	12	37,6667	5,49931
	Total	94	37,1383	5,16106
Global Citizenship	Preparatory Class	24	82,5833	13,93749
	Freshman	25	78,9600	14,11111
	Sophomore	2	62,5000	14,84924
	Junior	31	82,2581	14,84580
	Senior	12	74,1667	12,17922
	Total	94	80,0106	14,32232
Willingness to Communicate in English	Preparatory Class	24	939,6667	187,67656
	Freshman	25	948,5200	208,84147
	Sophomore	2	1080,0000	169,70563
	Junior	31	762,9677	341,50359
	Senior	12	838,1667	218,09749
	Total	94	873,7766	267,05109

Table 3b. ANOVA Results for dependent variables according to participants' class

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Intercultural Communication Apprehension	Between Groups	131,577	4	32,894	1,248	,297
	Within Groups	2345,625	89	26,355		
	Total	2477,202	93			
Global Citizenship	Between Groups	1366,094	4	341,523	1,716	,153
	Within Groups	17710,895	89	198,999		
	Total	19076,989	93			
Willingness to Communicate in English	Between Groups	724770,101	4	181192,525	2,730	,034
	Within Groups	5907644,208	89	66378,025		
	Total	6632414,309	93			

The ANOVA findings indicate that there is no statistically significant variation across the class groups (Preparatory Class, Freshman, Sophomore, Junior, Senior) in terms of ICA ($p > .05$). This finding indicates that the participants' class did not have a statistically significant effect on their ICA levels.

In the case of GC, the ANOVA findings reveal that there is no statistically significant difference among the different class groups ($p > 0.05$). Therefore, the class of participants does not have a significant effect on participants' GC levels.

However, the ANOVA results indicate a statistically significant difference among the class groups in terms of their WTC levels in English ($p < .05$). Additional post-hoc analyses were conducted in order to understand which class groups exhibit significant differences. However, these further analysis results did not reveal any significant differences in the participants' WTC levels according to their classes.

Table 4 presents the findings of the correlation analysis among the three dependent variables. The table shows the Pearson correlation coefficients (r) for the relationships between two variables, along with the corresponding p -values (Sig.) and sample sizes (N).

Table 4. The results of correlation among three dependent variables

		Intercultural Communication Apprehension	Global Citizenship	Willingness to Communicate in English
Intercultural Communication Apprehension	Pearson Correlation	1	,259*	,458**
	Sig. (2-tailed)		,012	,000
	N	94	94	94
Global Citizenship	Pearson Correlation	,259*	1	,034
	Sig. (2-tailed)	,012		,748
	N	94	94	94
Willingness to Communicate in English	Pearson Correlation	,458**	,034	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,748	
	N	94	94	94

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

The correlation results show that there is a statistically significant positive correlation ($r = .259$, $p < 0.05$) between the constructs of ICA and GC. This implies, interestingly, that as ICA increases, GC levels also increase. Second, a statistically significant positive connection ($r = .458$, $p < 0.01$) has been observed between the constructs of ICA and WTC in English. This finding suggests that those with higher levels of ICA are more willing to engage in English communication. However, the statistical analysis reveals that there is no significant correlation ($r = .034$, $p > 0.05$) between the constructs of GC and WTC in English.

The findings of this study indicate that there is a positive correlation between ICA and both GC and WTC in English levels. This suggests that students who experience higher levels of ICA are more likely to demonstrate stronger GC and have a greater WTC in English.

5. DISCUSSION AND CONCLUSION

The findings of this study show various facets of ICA, GC, and WTC at the English level among students who are studying in the Department of Tourism Guidance. The findings of this study revealed that there was no significant difference in ICA levels among participants based on gender. This finding is consistent with previous research by Koçak (2022), which suggests that gender may not be a significant predictor of ICA levels among students. However, it is worth noting that while gender may not directly influence ICA, other factors such as cultural background, language proficiency, and past experiences may play a role in shaping individuals' apprehension towards intercultural communication (Neuliep & McCroskey, 1997).

Moreover, the findings of this study suggest no significant difference in ICA levels according to participants' classes. This suggests that regardless of academic progression, students in the Tourism Guidance Department may experience similar levels of apprehension when engaging in intercultural communication. However, it is important to consider that ICA is a dynamic construct influenced by various factors, including exposure to diverse cultural contexts, language proficiency, and cultural sensitivity training (Cherdchoopong, 2020). Therefore, it is recommended in the literature that educational institutions should implement strategies to decrease ICA and promote effective intercultural communication skills among students, such as intercultural training programmes and immersive cultural experiences (Bozkaya & Erdem Aydın, 2010).

The study found a significant difference in GC perceptions between male and female participants, with female students showing higher levels. Similarly, in Şahin's (2012) study, females were found to have greater cultural sensitivity and awareness, contributing to their higher levels of GC perceptions. GC includes recognition and appreciation of cultural diversity along with human rights awareness (Akkari & Maleq, 2020). Therefore, students with higher levels of GC perceptions may demonstrate greater acceptance of individuals from diverse cultural backgrounds. This is also important in practicing inclusive tourism and developing intercultural understanding (Şahin, 2012).

The correlation analysis results revealed a positive correlation between ICA and GC, suggesting that individuals who experience higher levels of ICA may perceive themselves as global citizens more. Although this result may seem paradoxical at first sight, there may be some potential reasons. Firstly, the students who perceive themselves as global citizens more may have some concerns about reflecting themselves correctly in intercultural environments. Thus, this may lead to being afraid of miscommunication. Similarly, GC requires being aware of cultural diversity and accepting various cultures along with social justice (Akçay et al., 2024). In this sense, students who identify themselves as global citizens may fear that their communication may prevent them from having meaningful communication in intercultural situations in which they want to show their understanding and empathy for other cultures.

Similarly, the correlation analysis showed a positive correlation between ICA and WTC in English levels. This indicates that students who experience higher levels of ICA may demonstrate a greater WTC in English. This interesting finding can be interpreted as meaning

that students who have higher levels of apprehension may be more motivated to overcome their fears by communicating more in English. Thus, they may show higher WTC in English in spite of their apprehension. Therefore, educational institutions should provide more English language courses and interventions to decrease ICA and support students according to their needs to enhance their WTC in English (Koçak, 2022).

The study revealed a significant difference in WTC in English levels according to participants' classes. Students in higher class levels demonstrated higher levels of WTC. This finding suggests that students' English proficiency levels may influence their confidence and ability to communicate effectively in English, which is consistent with previous research highlighting the importance of English language proficiency in the tourism industry (Prachanant, 2012). In the context of this study, the participants are expected to take various levels of English language courses until their graduation. Thus, taking these courses can be interpreted as being helpful to students at WTC in English levels. Therefore, students should be supported by various language courses, which may include extracurricular English sessions to enhance their English communication skills. Hence, they can improve their employability prospects in the tourism sector (Gürbüz et al., 2022).

In conclusion, this study provides valuable insights into the complex relationship among intercultural communication comprehension levels, global citizenship perceptions, and willingness to communicate in English among students in the tourism guidance department. By understanding and addressing these factors, educational institutions can prepare their students in a better way so that they can have successful careers in the tourism industry. This study is limited to the answers of students who are studying in the Department of Tourism Guidance at a state school. The school's location, being in a small district of a small city, may have had an effect on the results of this study, as some of the students, especially the sophomore students, were not very willing to study in the department because of its geographical location. Thus, this led to fewer students studying in the sophomore class and fewer participants from that class. Also, the number of participants is restricted to one school. Further studies may include various schools that have the Department of Tourism Guidance. Also, future research can explore the effectiveness of interventions that aim to reduce ICA and enhance students' GC values and WTC in English. Additionally, longitudinal studies can investigate the long-term impact of these interventions on students' professional careers in the tourism sector. Overall, by fostering intercultural competence, promoting global citizenship values, and improving English language proficiency, educational institutions can empower their students to become effective communicators and global citizens in the tourism sector.

6. STATEMENTS

6.1 Conflict of Interest

There is no conflict of interest in this study

6.2. Contributions

It is stated that each author has equally contributed to this study.

REFERENCES

- Ait-Bouزيد, H. (2020). Exploring global citizenship as a cross-curricular theme in Moroccan ELT textbooks. *Eurasian Journal of Applied Linguistics*, 6(2), 229-242.
- Akçay, K., Altınay, F., Altınay, Z., Dağlı, G., Shadiey, R., Altınay, M., ... & Okur, Z. G. (2024). Global Citizenship for the Students of Higher Education in the Realization of Sustainable Development Goals. *Sustainability*, 16(4), 1604.
- Akkari, A., & Maleq, K. (2020). Global citizenship education: Recognizing diversity in a global world. In *Global citizenship education: Critical and international perspectives* (pp. 3-13). Cham: Springer International Publishing.
- Amaratunga, D., Baldry, D., Sarshar, M., & Newton, R. (2002). Quantitative and qualitative research in the built environment: application of “mixed” research approach. *Work study*, 51(1), 17-31.
- Aririguzoh, S. (2022). Communication competencies, culture and SDGs: effective processes to cross-cultural communication. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1-11.
- Bektaş Çetinkaya, Y. B. (2005). *Turkish college students' willingness to communicate in English as a foreign language* (Doctoral dissertation, The Ohio State University).
- Bendeck, J., Briceño, L., Jiménez, Y., & Zuluaga, E. (2023). *Global Citizenship: The Contribution of English Language Learning to the Development of Global Citizens*. *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)*, 28(4), Series 6, 56-63. DOI: 10.9790/0837-2804065663
- Bloomfield, J., & Fisher, M. J. (2019). Quantitative research design. *Journal of the Australasian Rehabilitation Nurses Association*, 22(2), 27-30.
- Bozkaya, M., & Erdem Aydın, İ. (2010). Intercultural communication apprehension: The case of Anadolu University for the Erasmus student exchange program. *Connectist: İstanbul University Journal of Communication Sciences*, 39, 29–40.
- Byram, M. (2020). *Teaching and assessing intercultural communicative competence: Revisited*. Multilingual matters.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. New York: Routledge.
- Cao, Y. (2013). Exploring dynamism in willingness to communicate: A longitudinal case study. *Australian Review of Applied Linguistics*, 36(2), 160-176.
- Cavanagh, C. (2020). The role of English in global citizenship. *Journal of Global Citizenship & Equity Education*, 7(1).

- Cherdchoopong, J. (2020). *A study of English communication problems in listening and speaking of third-year students majoring in English at a public university in Bangkok* (Master's Thesis, Thammasat University).
- Creswell, J. W. (2021). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE publications.
- De Wit, H. (2016). Internationalisation and the role of online intercultural exchange. In *Online intercultural exchange* (pp. 69-82). Routledge.
- Djoughaina, C. (2022). Describing the Role of English as a Lingua Franca in Facilitating Intercultural Communication in the Tourism Industry The case of the Travel Agencies in Biskra. Master's Thesis. University of Biskra.
- Dombi, J. (2013). *A mixed method study on English majors' intercultural communicative competence* (Unpublished Dissertation). University of Pécs, Hungary.
- Etzkorn, N., & Reese, G. (2022). The Impact of Globalization on How We Learn: Global Citizenship Education as a Transformative Learning Approach Towards Global Identities. In *Globalized Identities: The Impact of Globalization on Self and Identity* (pp. 301-326). Cham: Springer International Publishing.
- Fang F., Baker W. (2021). Implementing a critical pedagogy of global Englishes in ELT from the lens of EMI and intercultural citizenship. *Bloomsbury World Englishes* 3 177. 10.5040/9781350065918.0021
- Ghonsooly, B., Fatemi, A. H., & Khajavy, G. (2014). Examining the relationships between willingness to communicate in English, communication confidence, and classroom environment. *International journal of research studies in educational technology*, 3(1).
- Gürbüz, A., Abi, M., & Canlı, B. (2023). Students' Perceived Cultural Styles, Second Language Communication, and Confidence in Communication. *Journal of Business, Communication & Technology*, 2(1), 13-25.
- Hernández Guzmán, D., & Hernández García de Velazco, J. (2024). Global Citizenship: Towards a Concept for Participatory Environmental Protection. *Global Society*, 1-28.
- Horwitz, E. K., Horwitz, M. B., & Cope, J. (1986). Foreign language classroom anxiety. *The Modern language journal*, 70(2), 125-132.
- Hu, W. (2024). Social Withdrawal: A Systematic Review of the Influencing Mechanism, Forming Reason and Discussing the Affected Groups. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 26, 645-654.
- Khukhlaev, O. E., Gritsenko, V. V., Pavlova, O. S., Tkachenko, N. V., Usubian, S. A., & Shorokhova, V. A. (2020). Comprehensive model of intercultural competence: theoretical substantiation. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 17(1), 13-28.

- Kim, S. S., Liu, M., Qiao, A., & Miller, L. C. (2022). "I Want to Be Alone, but I Don't Want to Be Lonely": Uncertainty Management Regarding Social Situations among College Students with Social Anxiety Disorder. *Health Communication*, 37(13), 1650-1660.
- Koçak, Ö. F. (2022). Investigating the Effect of Intercultural Communication Apprehension on Intercultural Willingness to Communicate with Structural Equation Modeling. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (48), 118-128.
- Lahuerta, A. C. (2014). Factors affecting willingness to communicate in a Spanish university context. *International Journal of English Studies*, 14(2), 39-55.
- Leung, Y. F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., Buckley, R., & Groves, C. (2018). *Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability* (Vol. 27). Gland, Switzerland: IUCN.
- Ma, R. (2023). Background of anxiety and existential angst: A review of literature. *Applied Psychology Research*, 1(1).
- Mantra, I. B. N., Widiastuti, I. A. M. S., Handayani, N. D., & Pramawati, A. A. I. Y. (2020). English Language urgency for tourism and hospitality employees to boost global economy. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(7), 5458-5469.
- McCroskey, J. C. (1992). Reliability and validity of the willingness to communicate scale. *Communication Quarterly*, 40(1), 16-25.
- McCroskey, J. C., & Baer, J. E. (1985). Willingness to communicate: The construct and its measurement.
- McCroskey, J. C., & Richmond, V. P. (1990). Willingness to communicate: Differing cultural perspectives. *Southern Journal of Communication*, 56(1), 72-77.
- Morais, D. B., & Ogden, A. C. (2011). Initial development and validation of the global citizenship scale. *Journal of studies in international education*, 15(5), 445-466.
- Nagy, B. C. (2005). Az egyéni kommunikációs jellemzők szerepe haladó szintű nyelvtanulók esetében. *Magyar Pedagógia*, 105(1), 5-27.
- Nagy, B., & Nikolov, M. (2007). A qualitative inquiry into Hungarian English majors' willingness to communicate in English: Classroom perspectives. *Uprt*, 16(3), 149-168.
- Neuliep, J. W., & J.C. McCroskey (1997). The development of intercultural and interethnic communication apprehension scales. *Communication Research Reports*, 14(2), 145-156.
- Prachanant, N. (2012). Needs analysis on English language use in tourism industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 66, 117-125.

- Reinders, H. & S. Wattana (2015). "Affect and Willingness to Communicate in Digital Game-Based Learning." *ReCALL* 27 (1): 38–57. doi:10.1017/S0958344014000226
- Şahin, İ. F., & Çermik, F. (2014). Küresel vatandaşlık ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Güvenirlilik ve geçerlik çalışması. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(31), 207-218.
- Şahin, S. (2012). Tourist guides' communication efficiencies: A cross-cultural comparison. *Journal of Travel and Hospitality Management*, 9(3), 52–69.
- Schattle, H. (2010). Global citizenship in theory and practice. In *The handbook of practice and research in study abroad* (pp. 25-42). Routledge.
- Seyitoglu, F., Guven, A., & Kocabulut, O. (2015). Effects of intercultural communication apprehension on satisfaction of foreign students. In *First European Academic Research Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (EARL 5Italy Conference)*. Milan, Italy.
- Sockett, G. (2014). *The Online Informal Learning of English*. Basingstoke, London: Palgrave Macmillan.
- Su, Y. C. (2021). College students' oral communication strategy use, self-perceived English proficiency and confidence, and communication anxiety in Taiwan's EFL learning. *Educational Studies*, 57(6), 650-669.
- Trisasanti, H., Dhammasaccakarn, W., Rinthaisong, I., & Limpradit, B. (2020). Intercultural communication apprehension as a mediator between generational differences and conflict. *The Journal of Behavioral Science*, 15(3), 66-84.
- Van Essen, C. (2020). *Intercultural Communication Apprehension: A multidimensional perspective of communication between international and domestic students* [Master's thesis, Minnesota State University, Mankato]. Cornerstone: A Collection of Scholarly and Creative Works for Minnesota State University, Mankato.
- Wen Xu & Jorge Knijnik (2024) Teaching the English language in Chinese higher education: preparing critical citizens for the global village, *Teaching in Higher Education*, 29:1, 16-30, DOI: 10.1080/13562517.2021.1955339
- Youssef, M. A. F. (2016). Willingness to Communicate in English: Academic Motivation and using English outside the Classroom as Predictors. *American Journal of Applied Sciences*, 13, 12.
- Zeng, M. (2010). *Chinese Students' Willingness to Communicate in English in Canada*. Doctoral thesis. Windsor, Canada: The University of Windsor.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.