

Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeği

The Scale of the Impact of Series and Serials on International Viewers

Ferhat KAÇAR*

Makale Bilgisi

Geliş: 04.02.2023

Kabul: 09.10.2023

Doi:

10.20296/tsadergisi.1247700

Anahtar Sözcükler:

Dizi ve Seriyal

Kültür

Dinsel ve Tarihsel

Etki Çalışmaları

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Türk dizilerinin sosyo-kültürel etkisini anlamaya yönelik bir ölçek geliştirmektir. Bu doğrultuda doğrulayıcı faktör analizi (DFA), açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve güvenilirlik çalışmaları yapılarak 20 maddelik dört boyutlu bir ölçek elde edilmiştir. Yapılan faktör analizinin sonucuna göre, ölçeğin KMO .902 ve Barlett testi χ^2 değeri ise 2304,519 ($p < .001$) olarak bulunmuştur. AFA sonucunda, faktör yüklerinin düşük olduğu belirlenen 37 madde ölçekten atılmış ve kalan 20 maddede toplam varyansın %59,534'ünü açıklayan 4 faktörlü ve 20 maddeden oluşan bir ölçek elde edilmiştir. "Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin" geliştirme sürecinde yapılan faktör analizi sonucuna psiko-sosyal, dinsel, tarihsel ve dilsel olmak üzere dört faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Ayrıca ölçeğin her bir madde için faktör yüklerinin .45 ile .92 arasında değiştiği ve en az .40 olma kriterini sağlamıştır. Ölçeğin güvenilirlik çalışmasında ise Cronbach alpha iç tutarlılık (internal consistency) katsayısı .92 olarak bulunmuştur. Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi AMOS programı ile yapılmıştır. Mevcut analizde, RMSEA= 0.06, CFI= .931, TLI= .920, IFI=.932, GFI=.855 olarak hesaplanmış ve değerlerin genel olarak veri ile ölçeğin faktör yapısı arasında kabul edilebilir düzeyde bir uyum olduğu belirlenmiştir. Bu değerlere göre geçerli ve güvenilir bir ölçek elde edilmiştir.

Article Information

Submission: 04.02.2023

Acceptance: 09.10.2023

Doi:

10.20296/tsadergisi.1247700

Key Words:

Series and Serials

Culture

Religious and Historical

Impact Studies

ABSTRACT

This study focused on creating a scale to measure the socio-cultural impact of Turkish TV series on audiences. To achieve this, the research involved performing confirmatory factor analysis (CFA), exploratory factor analysis (EFA), and reliability tests, resulting in a 20-item scale spanning four dimensions. The scale's Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure was .902, indicating a high level of sampling adequacy for the factor analysis, while the Bartlett's test of sphericity reached a χ^2 value of 2304.519 ($p < .001$), underscoring the scale's appropriateness for structure detection. The exploratory factor analysis led to the removal of thirty-seven items due to low factor loadings, with the retained 20 items explaining 59.534% of the total variance. This process culminated in a 20-item scale distributed across four distinct factors: psycho-social, religious, historical, and linguistic influences of series and serials on international viewers. The factor loadings for the scale's items ranged from .45 to .92, satisfying the minimum criterion of .40. This indicates a strong relationship between items and their respective factors. The scale's reliability was confirmed through a Cronbach's alpha coefficient of .92, suggesting excellent internal consistency among the items. The confirmatory factor analysis, conducted using the AMOS software, yielded the following fit indices: RMSEA= 0.06, CFI= .931, TLI= .920, IFI=.932, and GFI=.855. These values collectively indicate a satisfactory level of fit between the data and the model, affirming the scale's structural validity.

Atıf İçin

Kaçar, F. (2024). Dizi ve seriyallerin uluslararası izleyiciler üzerindeki etkisi ölçeği. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 28(1), 81-100. doi: 10.20296/tsadergisi.1247700

*Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema, Şanlıurfa, kacarferhat@harran.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4053-7163>

GİRİŞ

Kültür; toplum içinde herhangi bir yerde nasıl hareket edilmesi gerektiği, satın alma biçimleri, izleyecek televizyon programları (onları nasıl izleyeceğimizi ya da neleri izlememiz gerektiğini), küresel yaşama entegre olmak için kişilerin tutumları, yüz yüze etkileşimleri, hatta kişinin kim olması gerektiği ya da kim olduğuna ilişkin düşüncelerin biçimlendirilmesinde önemli rol oynar.

Kültür ile üretilen işaret ve semboller medyanın üretim sürecinde de etkili olmaktadır. Kullandığımız markalar ve ürünler başta olmak üzere medya tarafından üretilen içerikler kültürle biçimlenir ve kültürü biçimlendirir. Bunun yanı sıra kültür; geçmiş inançlar, ritüeller, ikonlar, mitler ve mitolojiler ile bağlantılı toplumların kendine has özelliklerini yansıtır.

Teknolojik gelişmelerle birlikte yayın organlarının çoğalarak çeşitlenmesi sonucunda televizyonlar (görsel medya) yeni sınırlar ve imkânlarla da yüzleşmektedir. Onun için tarihin bütün süreçlerinde olduğu gibi günümüzde de aşk, cinsellik, suç, dram her zaman dinleyicinin/izleyicinin ilgisini çekmeye devam etmektedir. Dizi ve seriyallerin bu etkileyici doğası televizyona yüklenen anlamlarla da ilişkilidir. Bourdieu göre (2015, s.45), televizyon, izleyicilerini yavaş yavaş aynı düzeye çekerek homojenleştirmekte, televizyonun bu aynılaştırma özelliği, hem belirli bir kültürün küresel hale gelmesine zemin hazırlamakta, hem de bireysel değişimleri beraberinde getirmektedir. Williams'a göre (2001, s.228-229) televizyon, teknik bir araç olmasının yanı sıra, kültürü üreten, aktaran ve tüketen özelliğiyle dünyamızı değiştirmektedir. Dolayısıyla televizyonun toplumun kültürlenmenin üzerinde önemli etkisi vardır.

Televizyonun önemli program türleri arasında yer alan dizi ve seriyaller, son dönemlerde etki çalışmalarının önemli konularını oluşturur. Türk televizyon dizilerine yönelik son dönemde yapılan çalışmaların sayısında önemli artışlar bunun göstergesidir. Türk televizyon dizileri sadece Türkiye'de değil, Asya, Balkanlar, Ortadoğu ve Afrika kıtasını da etkilemektedir. Bu bağlamda televizyon dizileri hem ekonomi politik hem de kültürel değerlerin üretimi açısından üzerinde çalışılması gereken yapımlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türk dizileri üzerinde çalışmak birçok kültürel unsuru ve küresel evreni tartışmak demektir. Çünkü Türk televizyon dizileri sadece Türk kültürünü yansıtmaz, aynı zamanda Türk kültürünü küresel kültür biçim ve stilleriyle birleştirerek aktarır. Bu nedenle Türk dizileri, Türk kültürünü ve küresel kültür biçimlerini anlatma açısından bir deney niteliği taşır. Türk dizileri, egemen değerleri geleneksel değerlerle birleştirerek karma bir kültür aktarımı sağlamaktadır. Bu kültür aynı zamanda geleneksel değerlerle batılı değerlerin birleşiminden oluşan melez bir kültürdür. Türk dizilerindeki bu melez kültür Tunus'taki insanların Türk dizilerini izleme nedenlerinden biri olarak kabul edilebilir.

Bu makale, günümüz televizyon dizileriyle etki çalışmaları alanında yürütülen tartışmalara, iletişim çalışmaları çerçevesinde katkı sunmayı amaçlamaktadır. Televizyon dizileri her ne kadar ticari kaygılarla oluşturulan ürünler olsa da dizilerin taşıdığı mesajlar, inşa ettiği anlamlar ve gerçeklerle kurduğu ilişkiler bağlamında salt tüketim metinlerinin çok ötesinde bir anlam ifade etmektedir. Televizyon dizileri, izleyicilerin günümüz gerçekliğine dair algılarını yeniden yorumlayabilme ve tasarlayabilme imkânı sağlamaktadır. Dizi ve seriyallerin izleyiciler üzerindeki etkisinin ortaya konulmasına yönelik bir ölçeğin geliştirilmesi, iletişim alanına önemli katkı sunmaktadır.

Alanyazın tarandığında Türk dizilerinin etkisine yönelik görüşme, odak grup görüşmeleri, içerik analizi, doküman analizi yöntemleriyle veriler elde edildiği görülmektedir. Türk dizi ve seriyallerle ilgili bir ölçeğin olmaması, Türk dizilerinin küresel etkisine yönelik bir eksikliklerdir. Bu çalışma Türk dizilerinin etkisine yönelik bir ölçek geliştirilerek alana katkı sağlamakta ve Türkiye'de akademik yazında bu türden bir araştırmanın yapılmamış olması çalışmanın özgün yönünü oluşturmaktadır.

Kültür Kavramı ve Kültür ile İlgili Tartışmalar

Kültür, insanların etkileşiminin ve iletişimlerinin en önemli zeminidir. Kültür toplumu ve bireylerin yaşam biçimlerini belirleyen insan düşüncesinin ve eylemlerinin oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Kültür, inançları, değerleri, gelenekleri, sanatı, dili kapsar; kitle iletişim araçlarıyla

aktarılır ve başka kişiler, toplumlar tarafından benimsenmektedir. Kültürel süreçler kitle iletişim araçları yoluyla toplumların sanatsal beğenilerini, giyim tarzlarını, yeme-içme alışkanlıklarını, evlenme güdülerini, dinsel yaşamlarını, öğrenme biçimlerini, yaşam felsefesini, hatta bizatihi dile kadar bütün kültürel simgelerin ve pratikleri değiştirmekte ve pekiştirmektedir.

Kültür dinamik bir süreçtir. Kültürün dinamik ve değişen yapısı, kitle iletişim araçları ve ağ teknolojilerinin gelişiminin etkisi vardır. Dolayısıyla kültürün değişen yapısı ve dinamikliğinin sürekliliği kültür tanımını zorlaştırmaktadır. Kültürün 164 tanımının olması kültürün dinamikliğini, değişebilirliğini en önemli göstergelerinden biridir.

Özlem'e göre (2000, s.141) kültür, bütün alanlarda karşımıza çok yönlü ve çok çeşitli biçimlerde çıkmaktadır. Eagleton'a göre (2019, s.15), kültür olağanüstü derecede karmaşık bir sözcüktür. Erdoğan ve Alemdar (2005:215) kültürün birçok tanımı olduğunu ve bu tanımlar üzerinden ortak bir görüşün olmadığını söyler. Mardin'e göre (1997, s.54) "toplum bilimlerin en kaypak ve anlaşılması en zor kavramlardan biri kültürdür." Kültürle ilgili bu söylemler kültür kavramının kesin ve net bir tanımını yapmayı zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla burada kültürel tartışmalara girmeden kültürün etimolojik tanımına ve kültürle bazı tartışmalara yer vermek çalışma için önemlidir.

Kültür sözcüğü, Türkçeye batı dillerinden girmiştir. Kültür sözcüğünün kökü etimolojik olarak Latince colere fiilinden gelmektedir. Colere, Hint-Avrupa dil ailesinde, bir yeri altüst etmek, çevirmek, sabanla sürmek manasını taşımaktadır (Halton, 2014, s.63). Colere sözcüğü, ekip biçmek, sürmek, düzenlemek, yetiştirmek, onarmak, inşa etmek, iyileştirmek, bakım ve özen göstermek, eğitmek gibi geniş bir anlama sahiptir (Özlem, 2000, s.142). Kültürle ilgili ilk tanımlamalara bakıldığında daha çok tarımla ilişkili olduğu görülmektedir. Eagleton'a (2019, s.34) göre kültür, "ziraat (agriculture) ve saban bıçağı (coultter) kelimeleriyle ilişkili olup "çiftçilik ya da "doğal gelişime göz kulak olmak" anlamlarına gelmektedir." Kültürün tarımla, çiftçilikle ve yetiştirmeye ilişkili olan anlamı zamanla insan ruhunu, zekasını ve düşüncesinin üretimlerini alacak şekilde genişlemiştir. Çiçero kültür tanımına, hayvan ve bitki yetiştirilmesi anlamının ötesinde bir tanım getirerek kültürü insana özgülüştürmesi kültürün tanımlanmasına daha geniş bir perspektif kazandırmıştır (Özlem, 2000, s.142). Çiçero'nun kullandığı cultura anima'sı (kültürlü insan, bilge insan) tekil bir kültürü ifade etmektedir. Kültürün bu tekil anlamı zamanla değişmiştir.

17. yüzyıla gelindiğinde kültür terimi, Fransızcada aynı tekil anlamda kullanılmaya devam edilir (Güvenç, 1979, s.96). Kültürle ilgili bu tekil tanımlama günümüze doğru geldikçe değişmeye başlar. Özellikle 17. yüzyılın sonlarında kültür belirli bir halkın bütün bir yaşam biçimi" anlamında kullanılır (Williams, 1993:8-9). Kültürün insan cinsi için temel ayrımı ise 1798 Fransız Akademi Sözlüğünde kabul edilir (Cuhe, 2013, s.16). Kültür bundan sonra insanın tarih boyunca biriktirdikleri ve aktardıkları her şey için kullanılır ve kültür doğa dışında insanın ürettiği her şeyi ifade eden çoğul bir anlama kavuşur.

Kültürün birçok tekil/çoğul tanım ve anlamına rağmen; kültürün en açık ve kapsamlı tanımını antropolojinin öncü isimlerinden biri olan Sir Edward Burnett Tylor yapar. Tylor'un kültür tanımı, günümüze kadar geçerli olan ilk bilimsel tanım olarak kabul edilir (Güvenç, 1979, s.96). Tylor, Primitive Culture'de kültür tanımını şu şekilde yapmaktadır: "Geniş etnografik anlamıyla alındığında kültür veya uygarlık (medeniyet), toplumun bir üyesi olarak insanın kazandığı bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve diğer her türlü yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür" (Tylor, 1891, s.1) "Tylor'a göre kültür sosyal bakımdan kalıplaşmış insan düşünce ve davranışlarıdır; dolayısıyla kültür, insanın sosyal hayatının bütününü ifadesidir" (Cuhe, 2013, s.15). Tylor, modern insanın düşüncesi ve kültür anlayışının eski dönemlerin izlerini taşıdığını, dinden hareketle örnekler vererek açıklamaya çalışır. Taylor'dan sonra kültürle ilgili farklı toplum ve düşünürler tarafından tanımlamalar devam etmiştir. 18. yüzyılda kültür tanımı Alman tarihçi Herder ile anlamı belirgin bir şekilde değişir (Bulut, 2019, s.121). Bundan sonraki kültür tanımlamalarında Herder'in önemli etkisi olduğu söylenebilir.

Herder'e göre kültür, değerler ve duygular olduğu kadar sanayiye, ticareti ve teknolojiyi de kapsamaktadır (Eagleton, 2019, s.16). Kültür kavramına geniş bir anlam atfeden Herder'e göre kültür, "toplumların doğal durumlarından ayrılıp, kendileri için faydalı, iyi ve doğru bildikleri

amaçlara ulaşma ve bunları gerçekleştirmek için gösterdikleri tüm etkinlikler ve bunların sonucunda meydana getirdikleri tüm ürün ve yaratımlarının evrensel adıdır” (Özlem, 2000:145-146). Herder, kültürü tekil anlamının dışında çoğul anlamıyla, topluluk, sınıf, halk ve toplumların kendine özgü kültürlerinin de içerdiği kapsamlı bir tanım yapmaktadır. “Herder rölativist olan evrenselci olmayan “kültür kavramının öncüsü olarak görülebilir” (Cuhe, 2013, s.21). Herder’a göre kültür, insanlığın çeşitli tarihsel dönemlerde, çeşitli toplumlara özgü duyuş, düşünüş (zihinsel), seziş tarzlarının, din, dil, sanat, teknik, mitos, ekonomik, bilim ve felsefe formları içinde dışa vurumudur (Özlem, 2000, s.146). Tylor ve Herder’in kültürle ilgili bu geniş tanımlamaları daha sonraki düşünürler tarafından sürdürülmeye devam edilmiştir. Hegel, Karl Marks, Dilthey, Max Weber, Gramsci, Althusser, George Simmel, Adorno, Horkheimer, Pierre Bourdieu, Zygmunt Bauman gibi tarih, kültür ve toplum felsefesinin önde gelen filozoflarının genel tartışmaları kültürle ilişkilidir.

Kültür, “insanın neliğini, nasıl düşündüğünü, istediği, yaptığı, insanın kendisine nasıl baktığı, özünü nasıl gördüğü, değerlerini, ülkülerini, istek ve arzularını nasıl düzenlediği gibi bütün maddesel yapıt ve ürünlerden oluşur” (Uygur, 1996, s.17). Kültür kavramıyla, ideal (düşünsel), biçim, kutsallık, süreklilik, bütünsellik, topluluk, anlam, uyum, gelenekler, değerler, normler, örf ve adetler, otorite, statü, kurallar, grup, kurumsallık, organizasyon, ruh, insan, yetişkin gibi kavramlara dayanarak, insan eliyle yapılan bütün düzenlemelere gönderme yapılır (Türkoğlu, 2010, s.208). Kültürle ilgili yapılan tanımlamalar bütün yaşam biçimini ihtiva edecek şekilde genişler.

Bauman’a (2004, s.162) göre kültür en az doğa kadar doğal görünür. Doğa düzeni yerine yapay, tasarlanmış bir düzen koyma ya da ekleme işidir. Hatta oluşturulan yapay kültürün dışındaki bütün alternatifleri düzensizlik olarak gösterilmektedir. Dolayısı kültürle oluşturulan yapı bireye doğa yasaları gibi, karşı konulmaz bir kader olarak görülebilir. Bauman’a göre, “kültür” kavramının en derin çekirdeğinde, eşitsiz ve asimetrik bir toplumsal ilişkinin varlığını söyleyen bir önsezi ve örtük bir kabul” vardır (Bauman, 2020, s.73). Bauman, idarenin kültüre dayattığı talebin özü itibariyle bağımlı ve özerklikten yoksun olduğunu söyler. Bauman’a deyişiyle (2020, s.84) “akışkan modern kültür, artık tarihçilerin ve etnografların raporlarında kayda geçirdikleri türden kültürler gibi öğrenmeye ve biriktirmeye dönük bir kültür olma ihtiyacı duymamaktadır.” Aksine kültür artık bağlantısızlığın, süreksizliğin ve unutkanlığın kültürü haline gelir. Katı modernliğin aksine, Bauman’ın deyişiyle, akışkan modernlik kendisine hiçbir hedef koymaz ve hiçbir bitiş çizgisi çizmez. Artık kalıcılık yerine uçarı, geçici olanı koymaktadır. Kültür, akıp gidenden nasibini almaktadır. Eskiden zıt olan, çatışan bugün artık yapışık ikizler gibidir. Artık değişimin hızlandığı, anlamların sürekli değiştiği post-modern distopyaya dönüşen bir kültür süreci yaşanmaktadır. Bu kültürel sürecin en önemli aktarıcıları dizi ve seriyaller olduğu söylenebilir.

“Baskın Amerikan perspektifine bakıldığında kültür; bireylerin, grupların ve toplumların etkin bir şekilde işlev görebilmek için ürettikleri ve sahiplendikleri bir şeydir” (Robertson, 1999, s.72). Yani maddi birtakım ürünlerle oluşturulan değerlerdir. Bu anlamda Baudrillard, kültürel metalaşmayı kapitalizmin bir parçası olarak görmektedir. Baudrillard, meta analizinin kültürel anlamlarını oluşturmak için semiyoloji (simgebilim) kullanır ve geç-kapitalist toplumda simge ve metanın meta-simge üretmek üzere kaynaştıklarını iddia eder (Featherstone, 2014, s.318). Baudrillard’a göre politik-ekonomik mantık yalnızca kullanım değerinin yerini değişim değerinin alması değil, sonunda bu ikisinin yerini de simge değerinin almasını gerektiren semiyolojik bir devrim içermektedir. Baudrillard’ın kavramsal tanımlarına bakıldığında gittikçe değişen ve kayganlaşan bir kültürleşme sürecine dikkat çekmektedir.

Günümüzde kültürlerin, yazılı basın, Radyo, TV programları, sinema, sanat, moda akımları, vb. işlevlerle yüz yüze gelmeden kültürleşmeleri mümkündür (Güvenç, 1997, s.87). Bugün Türk televizyon dizileri Türk kültürünün, kültürleşmesini sağlayan en önemli araçtır. Türk dizileri, Türk toplumu dışındaki toplumların kültürleme ve kültürlenme süreçlerini de etkilemektedir. Küreselleşme denilen süreç aslında bir anlamda kültürlerin kültürleşme süreçleri ile ilgilidir. Kültürleşme bazen bir ülkenin başka bir ülke üzerinde baskı kurma aracına dönüşebilmektedir. Kültür emperyalizmi tartışmaları bu anlamda önemlidir. Türk dizileri kültür emperyalizmden ziyade Amerikan kültürünün yayılmasına ön ayak olmasında ve Türk kültür yapısının

yaygınlaşmasında yumuşak bir güç görevini görmektedir. Bu anlamda uluslararası arenada Türk dizileri küresel kültürün yayılmasının yanında Türk kültürü ile kültürlenmesinde önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Kültürlenme sürecinde televizyonlar kültürlenmeyi artıran en önemli araçlardandır. Televizyonlarla üretilen dizi ve seriyaller toplumun kültürlenmesini sağlarken aynı zamanda kültürel küreselleşmesine hizmet etmektedir.

Kültürün Küreselleşmesi

Modern dünyada iletişimin en kayda değer özelliklerinden biri kitle iletişiminin giderek bütün boyutlarıyla küresel bir boyut kazanmasıdır. 20. yüzyılın ikinci yarısında sonra gelişen yeni iletişim teknolojileri ve çokuluslu medya holdingleri, gittikçe daha çeşitli, hızlı ve yoğun geniş alanlara yayılan bir küresel kültür akışına yol açmaktadır. Artık yeni ağ teknolojilerinin sayesinde iletiler büyük mesafeleri saniyelik hızlarla kat etmekte, herkes istediği zaman bütün enformasyona ulaşabilmektedir. Ağ ve elektronik iletişim teknolojilerinin çoğalmasıyla mesafeler azalmakta, bireyler mekân ve coğrafya fark etmeksizin birbirleriyle iletişime geçmekte, ortak değer ve kimlikler oluşturabilmektedir. Dolayısıyla günümüzde yerelin ile küreselin iç içe geçtiği bir dönem yaşanmaktadır. Yanı sıra küreselleşme yerellikleri kendi içine alarak ulusal bir görünüm kazandırmaktadır. Farklılıkların ve aykırılıkların küresel arenada temsil edilmesinde küreselleşme, ideolojik işlev görmektedir. Merkezden çevreye doğru yayılan medya yapımları, gittikçe türdeş bir özellik kazanmaktadır. Onun için yerel medya metinleri diğer uluslararası medya metinleriyle homojen özellikler taşımaktadır.

Kültürel küreselleşme ulusaşırı kimliklerin gelişimi, göç, turizm, tüketim ve medyadaki benzeşmeyi ifade etmektedir (Ray, akt. Bozkurt, 2017, s.84). Küreselleşme birçok açıdan Batı toplumların ve diğer bütün toplumlar arasındaki asimetrik ilişkiler sonucudur. Bunun ana ekseninde dünya çapındaki meta, sermaye ve emek akışlarının sınırı değişmekte ulusal farklılıkları ortadan kaldırılmakta ve gündelik yaşam içinde giyim tarzlarında, mekanları kullanma biçimlerinde ve sanatın icrasında uluslararası bir türdeşleşmeye neden olur (Hülür, akt. Kaçar, 2022, s.140). Kültürün sürekli etkileşimli durumu kültürel benzeşmeyi de beraberinde getirir.

Kültürün küreselleşmesi, kültürün kendi yerel anlamının zedelenmesi, küreselleşmenin zamandan ve değerden-bağımsız ve mekânı kimliksizleştiren dayatmalar yoluyla, farklı kültürlerin kendine ait yaşam biçimlerinin ve değerlerinin kaybolması olarak anlaşılmaktadır. Artık gittikçe insan karakterleri birbirine benzemekte, benzer zevkler, yaşam tarzları yaygınlaşmaktadır. Homojenleşmeye doğru giden dünya nüfusu; kendine özgü bir karakterler tanımını yapmak, çözümlenmek ve anlaşılır kılmak olanaksızlaşmaktadır.

Kültürün küreselleşmesi, artık hiçbir yere döneme bağlı olmaması anlamına gelir. Küreselleşen kültür, birbirinden farklı kültürlerin birbirine eklenmesidir. Çakır (2014, s.338), küresel kültür için, eklektik, birbirinden kopuk, evrensel, sonsuz ve teknik küresel kültür, her şeyden önce yapılandırılmış kültür ifadesini kullanır. Küresel kültür, aslında sürekli hesap üzerine kuruludur ve yapaydır. Küresel kültürlerin yaygınlaşmasında çok uluslu medya holdinglerin işleyişi etkili olmuştur. Küreselleşen kültür genelde metalaşma yoluyla yerel, ulusal ya da bölgesel sınırları aşarak “küresel kitle kültürü” olarak adlandırılan bir kültür oluşumuna yol açmaktadır.

Küresel endüstriyel medya, kitleliliğini ve küreselliğini sürdürebilmek için, kültür ürünlerini dünyanın her yerinde farklı kesimlerden, farklı yaş ve cinsiyetten insanların anlayabileceği ortalama ve sıradan formlara dönüştürerek piyasalara sunmakta ve çok sayıda ülkeye ihraç etmektedir (Çakır, 2014, s.333). Ulusaşırı medya şirketlerin yaygınlaşması, medya kontrollerinin daha çok merkezîyetçi hale gelmesi anlamına gelmektedir.

Hall (1998, s.49), küresel kitle kültürün Amerikan ve Batı merkezli olduğunu ve daima İngilizce konuştuğunu söyler. Küreselleşme süreci post-fordist örgütlenme tarzının, yaşam tarzları ve pazarlamacılığın yoğunlaşması sonucunda, kitleli izleyici ve kitleli tüketicilere seslenen ve küçük gruplar tarafından üretilen içeriklere dayanmaktadır.

Kuzeyden Güneye, Batıdan Doğuya seyreden bu kültür ve güç akışı; sermaye, imge ve sembollerin, her türlü tüketim maddeleri, markalar ve medyanın yarattığı imaj/modalarla dolaşıma koyulmaktadır (Kırca, 2001, s.182). Bir kişi hem marka pantolon ve spor ayakkabılar giyerek,

AVM’lerde hamburger yiyerek, hatta Walt Disney çizgi filmi ya da Amerikan sabun köpüğü dizilerini seyrederek, hem de herhangi bir geleneksel kültürün tümüyle içinde kalabileceği düşüncesi tartışılabilir. Dünyanın birçok bölgesinde “Savaşma, Seviş” yazılı tişört giyen gençlerin daha önemli bir değişimi dile getiriyor olabilir. Rock müziği eşliğinde kendinden geçmesine dans eden bireyler ithal bir kültürü tüketirken etkilenmemesi olası değildir. Starbucks içerken ya da McDonald’s’ın sırasında beklerken modernliği ve popüler kültürü eleştirmek sadece bir ironi olarak kalmaktadır. McDonald’s bir hamburger ya da kafe sadece birer yiyecek ve içecek değildir. Çünkü McDonald’s ya da Disneyland gibi kültürel adacıkları birer ikonik kutsal göstergelerden oluşmaktadır. Hamburger yiyip, blucin pantolon ve spor ayakkabısı giyen, Walt Disney çizgi filmleri izleyen biri, geleneksel kültürün içinde ne kadar kalabilir. Hamburger bazen hamburger olsa da bunun ürettiği yeni kültürel değerler göz ardı edilemez. Bunun içinde tüketim, mutluluk ve yaşam formu vardır. Bütün bu yaşam formları çoğu zaman dizi ve seriyaller aracılığıyla karakterize edilmektedir (Kaçar, 2022, s.145). Dizi ve seriyaller tüketimi belirli yaşam biçimleri üzerinden izleyiciye dayatılır.

Medya metinlerin ürettiği; sembol, simge, tarz ve hikayeler, küresel olarak Amerikan popüler ürünleri, ulusaşırı şirketler aracılığıyla her yere yayılmaktadır. Söylenebilir ki dünya televizyonlarındaki programlar büyük ölçüde Amerika ve Hollywood kaynaklıdır (Demir, 2007, s.222). Thompson (2019, s.203) “eğlence alanında Hollywood’un ekonomik gücü uluslararası film ve TV programlarının dolaşımı üzerinde nüfuzunun sürdürdüğünü” söyler. Amerikan programları teknik kalite ve insanların birtakım duygularına hitap etmesi açısından genelde eleştirilse de çok fazla izlenmektedir. Çünkü çokuluslu medya ve iletişim sanayileri halkın sevkleri ve seçimlerinde önemli rol oynamaktadır. Onun için Amerikan ve Batı temelli kültür dünyanın en ücra köşelerine kadar ulaşmış durumdadır. “Hollywood filmleri, pop müzikler, ünlü sporcular ve McDonald’ın altın kemeri ile Nike’ın logosu gibi küreselleşme sembolleri Batı’nın dünyaya kültürel nüfuzunun belirtirleridir” (Kivisto, 2008, s.231). Coca-Cola, Adidas, Nike, McDonald’s, Starbucks, Disney, MTV, CNN vb. çeşitli şirketler tarafından yayılmaktadır. Bu şirketlerle sadece emtia ve hizmet satılmaz, aynı zamanda nesnelere kültürel anlam ve imgeleri de pazarlanmaktadır.

Durum komedileri, pop müzik ve diğer kitle iletişim araçları da hazcı değerleri ve maddi zenginlik arzusunu açıktan açığa dile getirmekte, böylece insanlar daha fazla tüketmeye yöneltilmektedir. Bu hazcı değerlerin ve maddi arzuların kaynağı Amerikan ve Batı kapitalizmi olsa da “popüler kültür alanındaki tek küreselleştirici güç Batı etkisi olduğu söylenemez. Örneğin, pembe dizilerde ve pop müzikte öncelikle Tayvan, Hong Kong, Singapur ve Japonya etkisi belirgindir (Yan, 2003, s.38). Hong Kong ve Tayvan’da üretilen popüler kültür ürünleri (pembe diziler ve aşk öyküleri), Çin ve Güney Kore’de önemli etkileri söz konusudur. Yani sıra günümüzde Türk pembe dizilerin Ortadoğu, Orta Asya, Balkan ve Araplar üzerinde küresel popüler yayılım etkisinden bahsedilebilir.

Medyanın dizi ve seriyaller yoluyla aşk ve cinsel özgürlük talepleri artırmakta, boşanma oranları yükseltmekte ve tek ebeveynli ailelerin sayısını artırmakta, tüketici hareketi ve meta fetişizm zafere ulaşmaktadır. Amerikan hızlı yemek zincirleri artmış, İngilizce eğitimi tutku halini almış ve “cool” olma yarışı kentli gençleri etkilemektedir. Artık tutku derecesinde yerel ve geleneksel kültürlerden bahsetmek imkânsızlaşmıştır. Yerel kültürlerin görünümüleri küresel kültür içerisinde melez bir görünüm kazanmıştır. Bütün bu kültürel değişimlerin adaptasyonunu sağlayan ve kültürü melezleştiren en önemli medya metinleri dizi ve seriyaller olduğu söylenebilir.

Amaç

Dizi ve seriyallerin son yıllarda bireylerin yaşamlarında sosyo-kültürel olarak önemli etkisi olduğu düşünüldüğünde bu alanda ölçeklerin kullanılması daha geniş kitlelere ulaşılmasını sağlamaktadır. Alanyazın da Türk dizilerinin sosyo-kültürel etkisine yönelik iletişim bilimleri alanına yeni bir ölçek kazandırılmak amacıyla “Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeği” geliştirilmiştir. Bu makalede Türk dizileriyle ilgili teorik alanda oluşturulan olgu ve kavramların ışığında hazırlanan soruların sosyo-kültürel olarak genelde Tunuslu gençlerin, özelde üniversite gençlerinin kültür aktarımı ve etkileşimine odaklanılmıştır. Bu çalışmanın özeldeki amacı Türk dizilerinden hareketle Tunuslu izleyicinin Türkiye ile ilgili genel tutum ve algısını

anlamak ve Türk dizilerinin Tunuslu gençlerin üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak ve etki araştırmalarında kullanılabilmesi için bir ölçek geliştirmektedir.

şu varsayımlardan hareketle çalışma yürütülmüştür:

- Türk dizileri uluslararası kültürel etkileşime katkı sağlamaktadır
- Türk dizileri uluslararası izleyicilerin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını etkilemektedir.
- Tarihi diziler, Tunuslu gençlerin Türk tarihine ilişkin düşüncelerini olumlu biçimde etkilemektedir.
- Türk dizilerini izleyen Tunuslu gençlerin Türkiye'ye karşı sevgi ve sempatisi artmaktadır.
- Türk dizilerini izleyen gençlerin, Türkçe öğrenme istekleri artmaktadır.
- Gençlerin Türk dizilerini izleme alışkanlıkları ve dizileri benimseme durumları yaş, cinsiyet ve eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Bu araştırma Türk dizilerinin kültürlerarası etkileşim ve kültürlenme çeşitli değişkenler açasından ele alındığı tarama modeline tasarlanan bir araştırmadır. Tarama modeli sosyal bilimlerde en yaygın kullanılan veri toplama tekniğidir (Neuman, 2022, s.506). Tarama modelleri, geçmişte ya da devam eden durumları var olduğu şekliyle betimleyi amaçlayan araştırma yöntemidir (Karasar, 2012, s.77). Tarama modeli, araştırma sürecinde araştırılan konu, olay, nesne ya da bireyleri kendi koşulları içinde olduğu gibi değerlendirmeye çalışır. Tarama modelinde bilinmek istenen bir şey vardır ve araştırmacı onu değiştirme çabasına girmez. Araştırmacı bilinmek istenen şeyi sadece keşfetme çabasına girer. Dolayısıyla bu çalışmada tarama modelinin tercih edilmesinin nedeni; Türk dizilerinin yoğun bir şekilde izlenme nedenlerinin bir betimlemesini yapmaktır. Araştırmada betimsel verileri elde etmek için de, nicel araştırma ve ölçe yöntemi benimsenmiş ve veri toplama tekniği olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır.

Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evreni Tunus ülkesinin Tunus kentinde bulunan üniversite öğrencilerdir. Bu çalışmanın örnekleme de 2022-2023 Eğitim-öğretim yılı bahar döneminde Tunus ülkesinin Tunus şehrinde bulunan Tunus El Manar Üniversitesinde aktif öğrenim gören önlisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerinden olmaktadır. Uygun örnekleme modeline göre tasarlanan bu çalışmada en az bir Türk dizisini izleyen öğrencilerle ölçek uygulaması yapılmıştır. Ölçek geliştirme sürecinde evrene genelleme gibi bir amaç söz konusu olmadığı için örneklemede "uygun örnekleme" metodu seçilmiştir (Balcı, 2006). Ölçek geliştirmeler de literatürde, özellikle değişkenlerin sayısı az, faktörlerin güçlü ve belirgin olduğunda 100 ile 200 arasındaki örnekleme büyüklüğünün yeterli olduğu belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2002, s.480). Bu örnekleme büyüklüğü söz konusu ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak için yeterli olduğu düşünölmektedir. Bu çalışmanın örnekleme ait nitelikler tablo 1'dedir.

Tablo 1. *Örnekleme İlişkin Demografik Veriler*

Cinsiyet	Kadın	141	67,1
	Erkek	57	27,1
Yaş	18-22	80	38,1
	23-27	49	23,3
	28-32	43	20,5
	33-37	13	6,2
	38 ve Üzeri	13	6,2
Eğitim	Önlisans	31	14,8
	Lisans	99	47,1
	Yüksek Lisans	62	29,5
	Doktora	6	2,9

Araştırma grubu cinsiyete göre bakıldığında grubu oluşturan 198 katılımcının %67,1' si (n=141) kadınlardan, %27,1' si (n=57) erkeklerden oluşmaktadır. Örneklem grubu içerisinde kadın katılımcıların ağırlıklı olduğu görülmektedir. Yaşa göre incelendiğinde grubu oluşturan katılımcıların %38,1' ini 18-22 yaş, %23,3' ünü 23-27 yaş, %20,5' ini 28-32 yaş grubu, %6,2' sini 33-37 yaş, %6,2' sini 38 ve üzeri yaş oluşturmaktadır. Buna göre grup içerisinde 18-22 yaş katılımcıların ağırlıklı olduğu görülmektedir. Eğitim durumuna göre grubu oluşturan katılımcıların %14,8 önlisans öğrencilerinden, %47,1 lisans öğrencilerinde, 29.5' i yüksek lisans öğrencilerinden ve 2.9' u doktora öğrencilerinden oluşmaktadır. Katılımcıların %67,1' si kadınlardan, %27,1' si erkeklerden oluşmaktadır.

İşlem

Ölçek geliştirme sürecinde belirli bazı adımlar izlenmiş olup ölçek geliştirme süreci şu aşamalara göre yapılmıştır.

1. Çalışmaya uygun bir ölçek bulmak için öncelikle ulusal ve uluslararası alanda geniş bir literatür taraması yapılmıştır.
2. Konu ile ilgili olduğu düşünülen ulusal ve uluslararası ölçekler incelenmiştir. Literatür taranırken çok az sayıda ölçek bulunmuş ve bulunan ölçekler daha çok tüketim odaklı ölçekler olmuştur. Bu çalışma tüketim dışında bir çalışma tasarımı yapmayı amaçlamıştır.
3. Literatür taranmasından sonra 80 maddelik madde havuzu oluşturulmuştur. Daha sonra bu maddeler Atatürk, Harran, İnönü, Mersin, İstanbul Ticaret Üniversitelerinde görev yapan, Türkçe, dilbilim, felsefe, iletişim, sinema, dizi/seriyal sosyoloji alanlarında uzman 8 akademisyen tarafından değerlendirilmiştir. Bu uzmanların görüşleri doğrultusunda madde sayıları 57' e düşürülmüştür ve maddelerin ifade biçimleri de düzenlenerek 5' li likert tipi ölçek formu hazırlanmıştır.
4. Arapçaya çevrilen ölçek formunun, Arapça dilinde rahat anlaşılması için Mısır ve Tunus Üniversitelerindeki akademisyenler ve Arapça bilen dilcilere gönderilmiştir. Anketin Arapça dil uygunluğu sağlandıktan sonra, ana dili Arapça olan 10 gençle mülakat yapılarak maddelerin anlaşılabilirlik düzeylerine bakılmıştır. Daha sonra anket formu 20 Tunuslu öğrencinin ölçeğin cevaplamaları istenmiş ve anket sorularıyla ilgili görüşleri alınmıştır. Anket maddelerinin anlaşılabilirliği ve anlamlarıyla ilgili bir problem olmadığı anlaşılınca pilot çalışmaya geçilmiştir.
5. Pilot çalışmada madde sayısının 3 katından fazla deneğe ulaşılmıştır. Yani 57 maddelik ölçek için 203 kişilik bir örneklem grubu ölçek sorularını cevaplamıştır. Analiz aşamasında 198 kişinin verilerine göre analiz yapılmıştır ve analizler sonucunda 20 maddelik 4 boyutlu bir ölçek elde edilmiştir.

BULGULAR

Bu çalışmanın istatistiksel bilgileri, bilgisayar ortamında istatistiksel analizlerin kullanıldığı programlarla elde edilmiştir. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik testlerini IBM SPSS statistics 21 ve IBM SPSS Amos 26 Graphics programları kullanılarak bulgular elde edilmiştir.

Veri analiz edilirken belirli istatistiksel sırayla yapılmış ve katılımcılardan elde edilen verilerin parametrik testlere uygunluğu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda verilerin normallik ve homojenlik ölçütlerini sağlayıp sağlamadığına yönelik analizler yapılmıştır. Yapısal geçerliliğin sınanmasında, açıklayıcılığı göz önünde bulunduran Açıklayıcı Faktör Analizine (AFA) ait bulguların, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile sınanması ölçeği daha kullanışlı ve geçerli hale getirmektedir. Bu analizlerden sonra ölçeğin uyum indekslerine bakılmış ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Yapılan analizlerden hareketle istatistiksel olarak uygun ve uyumlu bir ölçek elde edilmiştir.

Kapsam Geçerliliği

Kapsam geçerliliği, ölçme araç ve yöntemlerin kapsam ve içeriklerine bakarak varılan geçerlik yargısına denir. Kapsam geçerliliği testteki bir maddenin ölçme aracına ne kadar hizmet ettiği ile ilgilidir (Taşdemir, 2011, s.45). Kapsam geçerlilik ile ölçmek istenen maddelerin nitelik ve nicelik

olarak ölçülmesinde yeterli olup olmadığının göstergesidir. Bunun içinde kapsam geçerlik için uzman görüşüne başvurulmuştur. Bu kapsamda madde formunun değerlendirilmesi için kültür ve medya alanlarında uzman 8 akademisyen tarafından değerlendirilmiştir. Madde değerlendirme formu, maddelerin uygunluk dereceleri “Hiç Uygun Değil (1)”, “Kısmen Uygun (2)”, “Uygun (3)” şeklinde hazırlanarak her madde puanlamasına uygun bir şekilde ölçek maddeleri son hali hazırlanmıştır.

Ölçeğe İlişkin Betimsel İstatistikler

Çalışma grubuna, uygulanan ölçeklerin alt boyutlarında elde edilen verilerin genel örüntüsüne ilişkin betimsel değerler Tablo 2’de özetlenmiştir.

Tablo 2. *Betimsel İstatistikler*

Değişkenler	N	\bar{X}	SS	Min.	Max.	Çarpıklık	Basıklık
DSUIÜEÖ	198	71,12	13,5	38	99	-,195	-,509
Faktör1	198	11,70	2,5	4	15	-.500	-.450
Faktör2	198	14,71	3,4	4	20	-.536	-.075
Faktör3	198	14,71	3,8	4	20	-.508	.146
Faktör4	198	30,60	7,4	12	45	-.058	-.562

DSUIÜEÖ: Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeği

Veri setinin normal dağılım varsayımını sağlayıp sağlamadığını belirlemek için basıklık (kurtosis), çarpıklık (skewnes) değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık ya da basıklık ortalamasının ± 1.95 aralığında kalıyorsa toplam değerlerin %95’inin içinde bir değere sahip demektir (Can, 2019:85). Buda dağılımı bozan %5’lik uç değerler arasında değildir demektir. Literatüre bakıldığında basıklık ve çarpıklık değerleri kabul edildiği \pm aralık referans değerleri değişmektedir. Basıklık çarpıklık değerlerinin George ve Mallery (2019) göre ± 2 aralığında yer alması veri setinin normal dağılıma sahip olduğu şeklinde değerlendirilmektedir. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin normallik katsayısı ± 1 aralığında olması normal dağılım ölçüsü açısından önerilmektedir (Leech, Barrett ve Morgan, 2015, Şancan, 2005). Bu çalışmada da basıklık ve çarpıklık değerlerinin ± 1 aralığında yer alması verilerin normal dağılım gösterdiği söylenebilir.

Tablo 2’de uygulanan ölçeğe ait betimsel istatistikler hareketle Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin puan ortalaması $\bar{X}=71,12\pm 13,5$ olarak bulunmuştur (Tablo 2). Alt boyutlarında faktör 1 boyutu puan ortalaması $\bar{X}=11,70\pm 2,5$, faktör 2 boyutu puan ortalaması $\bar{X}=14,71\pm 3,4$; faktör 3 boyutu puan ortalaması $\bar{X}=14,71\pm 3,8$, faktör 4 boyutu puan ortalaması $\bar{X}=30,60\pm 7,4$ olarak bulunmuştur (Tablo 2).

Ölçeğin Geçerliliğine İlişkin Bulgular

Geçerlik ve güvenilirlik analizleri için toplanan veriler bilgisayar ortamında düzenlendikten sonra uç değer, normallik, doğrusallık, eksik veri ve multicollinearity analizleri yapılmıştır (Pallant, 2013). Veri setinin normallliğini etkileyecek düzeyde uç değere sahip olan veriler veri setinden çıkarılmıştır.

Bir ölçeğin yapı geçerliliğini test etmekte AFA ve DFA olmak üzere genellikle iki faktör analizi yapılmaktadır. Ölçeğin örtük yapısı AFA ve model uyumu DFA ile incelenmiştir. AFA bir ölçekte yer alan maddelerin kaç boyutta yer aldığını ve hangi maddenin hangi boyut altında toplandığını belirlemeye dönük bir teknik olarak kullanılırken; DFA ise, AFA ile belirlenen örtük yapının doğrulanması amacıyla kullanılmaktadır (Seçer, 2015:78). Bu bağlamda geliştirilmeye çalışılan *Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin* yapı geçerliliği AFA ve DFA ile sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Faktör analizi sonucunda elde edilen veriler geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarına istatistiksel bir yol sunar. Faktör analizi, faktör yapısını ortaya çıkarmak ya da daha önceden kestirilen faktör yapısını doğrulamak amacıyla uygulanır (Çokluk, Şekerçioğlu & Büyükoztürk, 2014:177). AFA sonucunda çalışma grubundan toplanan verilerin faktör analizine uygunluğunu test etmek amacıyla

Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) ve Barlett testleri yapılmış ve KMO .902 ve Barlett küresellik testi χ^2 değeri ise, 2304,519 ($p < .001$) olarak bulunmuştur. KMO'nun değeri .60'tan yüksek, Barlett testinin de anlamlı çıkması verilerin faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir (Büyüköztürk, 2020; Karagöz, 2016; Pallant, 2013; Seçer, 2015). Analizlerde faktörlere ait her bir değişkene ait faktör varyansı maddelerin faktör yükleri ve açıklanan varyansların faktörlerin belirlenmesinde .40 ve üzeri değerlerin faktör yapısına bakılmıştır.

Bir maddenin faktör yük değerinin düşük olması o maddenin bulunduğu faktörün istenilen derecede kadar güçlü olmadığını gösterir. Literatürde, bir maddenin faktör yük değeri için asgari büyüklüğü 0.30 olması yönünde yaygın bir görüş mevcuttur, fakat bu büyüklüğün 0.40 olması gerektiğini savunan kuramcılarda vardır (Çokluk, Şekercioğlu, Büyüköztürk, 2014:194). Bu çalışmada birden fazla faktörde yer alan maddelerin binişik madde olmaması için yükler arası farkın .10 'dan büyük olması gerektiği kriteri ölçüt alınmıştır (Seçer, 2017:163). Ayrıca; AFA'da maksimum olabilirlik tekniği ve promax döndürme yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 3. *Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin Madde Analizleri, Madde Faktör Yükleri ve Madde Toplam Korelasyonu*

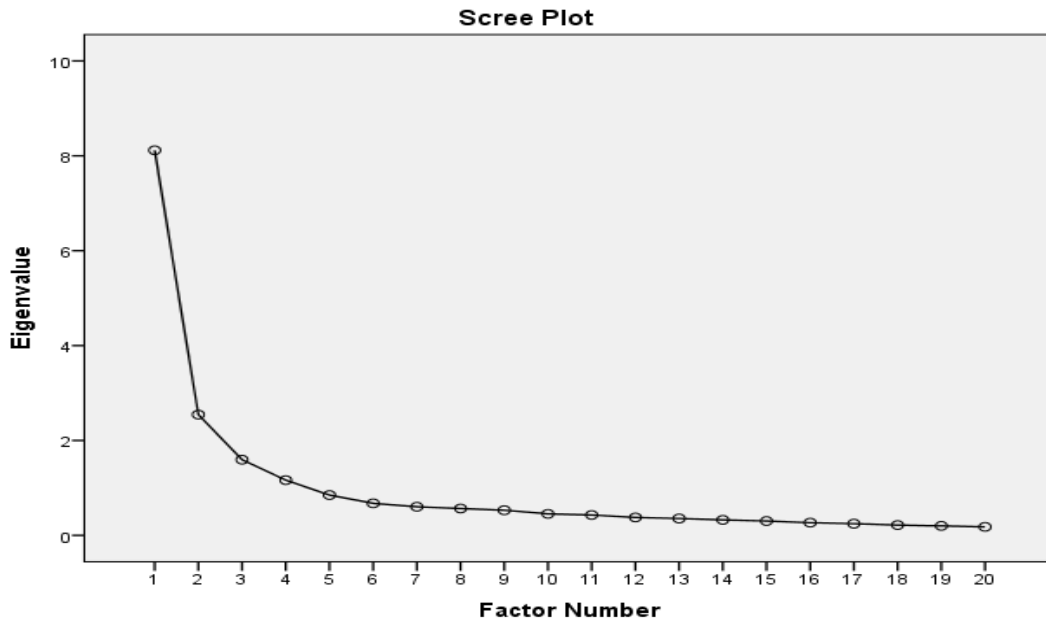
	1.Faktör	2.Faktör	3.Faktör	4.Faktör	Madde Toplam Korelasyonu
Madde 14	,882				,643
Madde 13	,833				,642
Madde 12	,772				,558
Madde 19	,730				,538
Madde 16	,660				,540
Madde 18	,649				,595
Madde 20	,648				,474
Madde 17	,526				,404
Madde 15	,450				,471
Madde 9		,923			,748
Madde 10		,838			,741
Madde 8		,717			,723
Madde 11		,647			,562
Madde 4			,820		,618
Madde 5			,794		,665
Madde 6			,716		,555
Madde 7			,519		,558
Madde 2				,870	,765
Madde 3				,805	,686
Madde 1				,669	,419
Özdeğer	8.118	2.546	1.595	1.164	-
Açıklanan varyans	22.035	13,999	13,253	10,247	-
Açıklanan toplam varyans					59,534
KMO/ X^2					.902/ 2304,519 ($p < .001$)

Ölçeğin her bir madde için faktör yüklerinin .45 ile .92 arasında değiştiği ve en az .40 olma kriterin sağlamakta olduğu görülmektedir. Buna ek olarak her boyutun en az %5 varyans açıklaması gerektiği öne sürülmektedir (Can, 2019, s.318). Söz konusu üç faktörün her birinin açıkladığı varyansın %5'in üstünde olduğu da görülmektedir.

Ayrıca AFA sonucunda, faktör yüklerinin düşük olduğu belirlenen 37 madde ölçekten atılmış ve kalan 20 maddede toplam varyansın %59,534'ünü açıklayan 4 faktörlü ve 20 maddeden oluşan bir yapıyı barındıran bir ölçek elde edilmiştir. Ölçek Türk dizilerinin sosyo-kültürel etkilerinin toplam varyansın %59,534'ünü açıklamaktadır. Bu faktörlerin birincisi 9 maddeden oluşan ve toplam varyansın %22,035'ini açıklayan psiko-sosyal, ikincisi 4 maddeden oluşan ve toplam varyansın 13,999'ini açıklayan dinsel, üçüncüsü 4 maddeden oluşan ve toplam varyansın %13,253'ünü açıklayan tarihsel, dördüncüsü 3 maddeden oluşan ve toplam varyansın %10,247'ünü açıklayan dilsel alt boyuttan oluşmaktadır. Faktörlerin isimlendirilmesi tablo 4'tedir.

Tablo 4. Faktörlerin İsimlendirilmesi

1.Faktör	➔	Psiko-sosyal
2.Faktör	➔	Dinsel
3.Faktör	➔	Tarihsel
4.Faktör	➔	Dilsel



Scree Plot Grafiği (Faktör Analizi Çizgi Grafiği)

İstatistiklerde özdeğer (eigenvalues) 1'den büyük olan faktörler anlamlı kabul edilmektedir (Kalaycı, 2010, s.322). Can (2019, s.318) Joliffe'nin yaklaşımından hareketle özdeğerleri 0,7 büyük olanlar, faktör olarak ele alınabileceğini belirtir. Bu ölçeğin scree pilot tablosunda kestirim noktası ve öz değerleri 1'in üzerindeki kısımlar incelendiğinde 4 boyutlu bir ölçekten oluştuğu görülmektedir.

Tablo. 5. Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Analiz sonucu

	1	2	3	4
Psiko-sosyal	1,000	,540	,497	,480
Dinsel	,540	1,000	,643	,292
Tarihsel	,497	,643	1,000	,224
Dilsel	,480	,292	,224	1,000

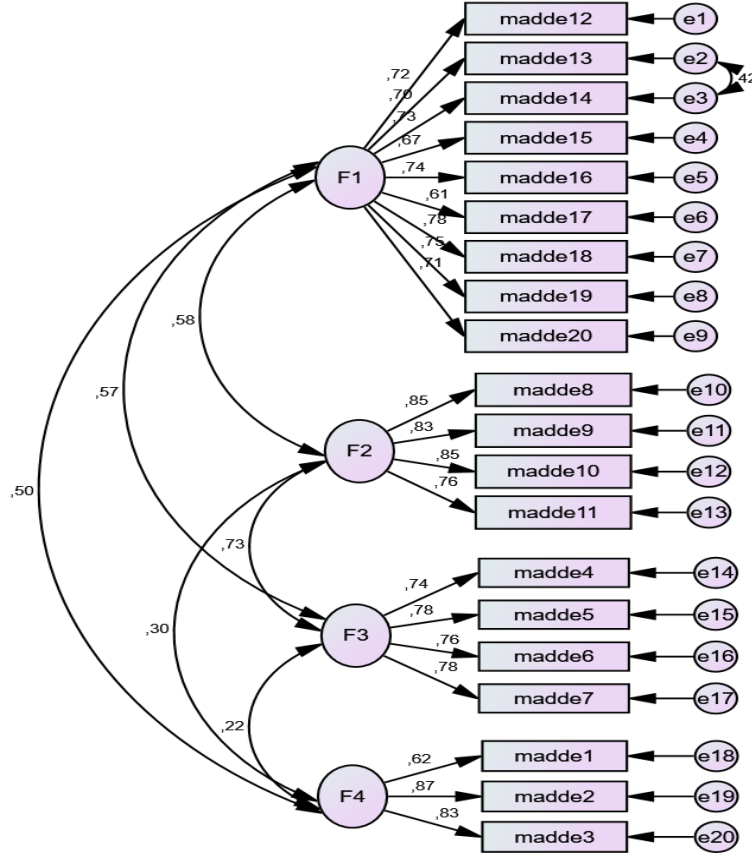
Tablo 5 incelendiğinde dizi ve seriyallerin uluslararası izleyiciler üzerindeki etkisi ölçeğinin alt boyutları arasındaki korelasyon değerleri görülmektedir. Elde edilen veriler ölçeğin alt boyutları

arasında anlamlı düzeyde ilişkiler olduğunu ve ikili korelasyon değerleri düşük olduğundan çoklu bağıntı probleminin bulunmadığı (Seçer, 2017) söylenebilir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

AFA sonucu ortaya çıkan faktör yapısının iyi uyum verip vermediğini test etmek için DFA yapılmıştır (Şekil 1).

Şekil 1. DFA Sonuçları



Şekil 1 incelendiğinde 20 madde ve dört alt faktörden oluşan dizi ve seriyallerin uluslararası izleyiciler üzerindeki etkisi ölçeğinin DFA sonucunda uyum değerlerinin istenilen kriterleri sağladığı ve modelin uyumlu olduğu görülmektedir. DFA’da AGFI için >.85; GFI ve CFI için >.90, RMSEA ve SRMR için <.08 χ^2/sd için <3 kriterleri ölçüt alınmıştır. Ölçeğe ait uyum iyilik indeksleri tablo 6’dadır.

Tablo 6. Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin Uyum İyilik İndeksleri

χ^2 / Sd	AGFI	GFI	CFI	TLI	IFI	RMSEA	SRMR
2.87	.850	.855	.931	.920	.932	0.06	.065

Mevcut analizde, RMSEA= 0.06, CFI= .931, TLI= .920, IFI=.932, GFI=.855 olarak hesaplanmış ve değerlerin genel olarak veri ile DSUIÜEO faktör yapısı arasında kabul edilebilir düzeyde uyumludur.

Bu değerlerin kabul edilebilir düzeylerine ilişkin kriterler literatürde kabul edilen şu referanslar göz önünde bulundurulmuştur. Modele ilişkin ki-karenin serbestlik derecesi 3'ten düşük oranlar iyi; 5'ten daha düşük oranlar ise kabul edilebilir uyumu ifade etmektedir (Çokluk, Şekercioğlu & Büyüköztürk, 2014). AGFI değerinin ,85 ve üzerindeki değerler kabul edilebilir; ,90 ve üzerinde değerlerin ise modelin iyi bir uyum derecesine sahip olduğunu (Schermelleh-Engel, Moosbrugger & Müller, 2003), CFI değerinin ,90 ve üzerinde değer (Raykov ve Marcoulides, 2006) aldığıında modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. RMSEA değerinin ,05 ile ,08 arasında değerlerde olması ise modelin kabul edilebilir uyuma sahip olduğunu (Marcoulides & Schumacker, 2001), SRMR değerinin ,08 ile daha küçük değerler alması ise kabul edilebilir değerlerdir (Tabachnick & Fidell, 2013). Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin literatürdeki referanslarla da uyumlu olduğu görülmektedir.

Güvenirlilik Analizi

Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin güvenirliliğini incelemek için yapılan iç tutarlık sonucu aşağıdaki tablodadır.

Tablo 7. *Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin Güvenirliliğine Dair Bulgular*

Alt Boyutlar	İç tutarlılık
Psiko-Sosyal	.809
Dinsel	.848
Tarihsel	.891
Dilsel	.904
Toplam Ölçek	.921

Tablo 7 incelendiğinde Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeğinin Cronbach alpha iç tutarlılık (internal consistency) katsayısı .92 olarak bulunmuştur. "İç tutarlılık, ölçekteki her soruya verilen cevapların ölçeğin tümüne verilmiş olan cevaplarla tutarlı ve uyumunu ifade eder" (İslamoğlu ve Alınacı, 2019, s.159). Psiko-sosyal alt boyutunun Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı .80, dinsel alt boyutunun Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı .84, tarihsel alt boyutunun Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı .89 olarak bulunmuştur. Son olarak dilsel alt boyutunun Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı .90 bulunmuştur. Bu sonuçların ölçek geliştirme çalışmalarında kabul edilen .70 ve üzerinde bir değer olduğu (Seçer, 2017; Pallant, 2013) sonuç olarak ölçeğinin güvenirlilik katsayılarının kabul edilebilir seviyede olduğu ifade edilebilir. Buna göre, ölçek formunun katılımcı öğrencilerin, Türk dizilerine yönelik tutum, algı ve davranış düzeylerini ölçmek için yeterli psikometrik özelliklere sahip olduğu belirtilebilir.

TARTIŞMA / SONUÇ ve ÖNERİLER

Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeği kapsam geçerliliği, faktör yapısı, uyum indeksleri açısından bir uyumsuzluk teşkil etmediği ve uyum indekslerinin ölçek geliştirme kriterlerini sağladığı görülmektedir. Beşli likert tipi olarak hazırlanan ölçek kapsam geçerliliği için alanda uzman kişilerin görüşlerine başvurularak 57 maddelik bir taslak form hazırlanmıştır. Hazırlanan formun Türkçe ve Arapça dil yeterliliği sağlandıktan sonra iki ayrı öğrenci grubu üzerinde yüz yüze pilot uygulama yapılmıştır. Daha sonra pilot uygulamada alınan dönütlere göre ölçek formunun son hali hazırlanmıştır. Hazırlanan ölçeğin Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde etik kurul izni alındıktan sonra ölçeği gönüllü olarak 203 kişi cevaplamıştır.

Literatür tarandığında Türk dizilerinin uluslararası etkisine yönelik bir ölçek formunun olmaması bu çalışmayı önemli ve özgün kılmaktadır. Ayrıca çalışmanın ölçek geliştirme süreçleri literatürde geliştirilen ölçeklerle uyumlu olduğu ve ölçeğin geçerlilik, güvenirlilik kriterlerine uyduğu görülmektedir. Çalışmanın DFA, AFA ve güvenirlilik çalışmaları yapılarak 20 maddelik dört boyutlu bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçeğin alt boyutları olan psiko-sosyal, dinsel, tarihsel ve dilsel boyutları daha önce Türk dizileriyle ilgili yapılmış literatür çalışmalarından hareketle

isimlendirilmiştir. Dizi ve seriyallerin etkisine yönelik geliştirilen bu ölçek, televizyon dizileri yoğun bir izleyici talebiyle, izleyicilere günümüze ve gerçeğe dair algıları yorumlayabilme, tasarlayabilme imkânı sağlamaktadır.

Dizilerin hayatımızda yoğunlaşmasıyla birlikte, televizyon ve gerçeklik algısı, izleme alışkanlıklarımız, bilgilenme biçimlerimiz, tüketim alışkanlıklarımızı da değiştirmektedir. Diziler; hayata dair izlekler sunmanın yanında tarihi konularla bugünü ve yarını anlamamıza rehberlik etmekte, sosyal yaşamımızı neredeyse bütün yönleriyle etkilemekte ve hayatımıza dair birçok duygunun şekillenmesine neden olmaktadır. Günümüzde dizilerin etki alanları düşünüldüğünde dizilerin sadece kitlelerin eğlendirilmesi ile sınırlı olmadığı, aynı zamanda kitleleri eğlendirirken anlatılan hikâyeler ile izleyicilerin duygularına hitap ettiği, onların tutumlarını, düşüncelerini, kararlarını ve davranışlarını etkilediği bilinmektedir. Bu çalışmada da televizyon dizilerinin sosyo-kültürel etkisine yönelik alan çalışmasına katkı sağlaması için geliştirilen ölçek alana önemli bir katkı sunacağı düşünülmektedir.

Türk dizilerinin uluslararası etkisine yönelik bir ölçeğin geliştirilmemiş olması iletişim bilimleri açısından bir eksikliklerdir. Türk dizileri son dönemlerde akademi de ve siyasal alanda herkesin ilgisini çekmektedir. Türk dizilerinin etkisi birçok siyasetçinin söylemlerine de yansımaktadır. Bu yönden Turizm ve Kültür Bakanı Mehmet Nuri Ersoy; “125 ülkeden ortalama 5 bin kişinin Türk Dizileri ve Türkçe Saha Araştırması'na katılanların, Türkçe öğrenmeye isteklerini artıran temel motivasyonun Türk dizileri olduğunu belirtmiştir” (RTÜK, 2022). Türk dizilerinin Türkçeyi yaygınlaştırmasına yönelik farklı birçok akademik çalışmada bu sonucu doğrulamaktadır. Arbatlı ve Kurar (2015) çalışmalarında katılımcıların Türk dizilerinin internet üzerinden orijinal dilinde tercih edilmesinde Türkçe öğrenme istekleri ve televizyonda yayınlanan dizilerin kötü dublajın etkili olduğu sonucunu ortaya koymaktadır.

Türk dizilerinin sosyo-kültürel etkisine yönelik yapılan çalışmalarda Türk dizilerinin Türkçe'nin yaygınlaşmasında etkili olduğu birçok görüşme ve anket çalışmalarında öne çıkmaktadır. Farklı bölge ve ülkelerde elde edilen bulgulardan hareketle Türk dizilerinin Türkçenin yaygınlaşmasında önemli katkı sağladığı görülmektedir. Arık ve Çelik (2019) Kırgızistan örneğinden hareketle Türk dizilerinin Türkçenin yaygınlaşmasında katkısı olduğu bulgularına ulaşmışlardır. Arık ve Çelik (2019) “Türk dizileri Türkçe öğrenme isteği oluşturdu” önermesine %94,4 oranında “evet” cevabı verildiği sonucuna ulaşmıştır.

Şu ana kadar yapılan çalışmalar ve bu ölçek geliştirme sürecinde Türk dizi ve seriyallerin önemli bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Televizyon dizi ve seriyalleri kültürel süreçleri etkilemenin yanı sıra, bir zaman aktarıcısıdır. Ancak Türk dizilerini izleyen diğer birçok ülkenin insanları, Türk dizilerinde kendi yaşamlarından kesitler bulmakta, arkadaşlarının benzer hikayelerini izlemekte, çevrelerindeki insanların yaşamlarını dizilerden deneyimlemektedirler. Zira; toplumsal ve kültürel anlamda, Türkiye ve Tunus toplumu kültürleri arasında mevcut bir uyum olduğu için, Türk dizilerine olan ilgi artmaktadır. Bundan dolayı Türk dizileri yoğun bir şekilde izlenmektedir. Bunun sonucunda Türk dizileri, Türk ve Türkiye algısı, din, dil, tarih, mekân, mimari ve sanat algısı gibi pek çok hususta olumlu değişimlere sebebiyet vermektedir. Ayrıca yukarıda ortaya atılan varsayımların izleyicilerin cevaplarıyla somutlaştığı söylenebilir. Türk dizileri uluslararası kültürel etkileşime katkı sağladığı, uluslararası izleyicilerin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını etkilediği, Türk tarihine ilişkin düşüncelerini olumlu biçimde etkilediği, Türkiye'ye karşı sevgi ve sempati oluşturduğu ve Türkçe öğrenme taleplerini artırdığı bulgularına ulaşılmıştır.

Türk dizilerinin Tunus'ta çok fazla izlenmesinin ana nedeni kültürel yakınlıktır. Kültürel yakınlığının en temel sebebi Osmanlı Devleti döneminde Tunus ile başlayan ilişkilerin olumlu bir seyirde devam etmesi etkisi vardır. Tunus'ta Osmanlı Devleti'nden kalan tarihi ve mimari eserler, adetler, gelenekler ve alışkanlıklar günümüze kadar ulaşmaktadır. Katılımcıların ölçeğin tarihsel boyutu Türkiye ve Tunus toplumunun geçmiş tarihi bağlarını ortaya koymak açısından önemlidir. Tarihi anlatan Türk dizileri geçmişten gelen tarihsel yakınlığı artırmakta ve Türklerin tarihine olan ilgiyi artırmaktadır.

Türk dizilerinin uluslararası alanlarda izlenmesini etkileyen en önemli kültürel etmenlerinden biri de dindir. İki ülkenin Müslüman olması, ortak değerlere sahip olması Türk dizilerinin sevilerek ve

beğenilerek izlenmesine neden olmaktadır. Tunuslu izleyiciler, Türk oyuncularını diğer ülke oyuncularına göre kendilerine daha yakın bulmaktadırlar. Tarihsel, dinsel ve kültürel yakınlık Türkiye ve Tunus toplumunun benzer duygulara sahip olmasının da nedenidir. Ayrıca Türkiye modern bir Müslüman toplum olma çabası, sosyal ilişkilerin benzerliğinin (büyüğe saygı, aile bağları, evlilik dışı ilişkilerin tasvip edilmemesi, vb.) Türkiye ve Türk dizilerine olan sevgiyi ve sempatiyi artırmaktadır. Dizilerde kültürel yakınlığın yanında kadınların toplumsal yaşamdaki rolü çoğu zaman iyi gösterilmesi kadın izleyicilerin ilgisini cezbetmektedir. Türk dizilerinin, Müslümanların çoğunlukta olduğu ve İslami değerlerin ön planda olduğu bir ülkede çekilmesi; doğu yaşam tarzı ile batı yaşam tarzını harmanlayarak vermesi, geleneksel ve modern yaşam tarzının birlikteliğinin gösterilmesi diziye olan ilgiyi artırmaktadır.

Bütün bunlardan hareketle dünyanın farklı coğrafyalarının farklı sosyokültürel ekosistemleri içerisinde dizilerin önemli derece etkisi olduğu söylenebilir. Türk dizileri farklı ülkelerde ulusal kamu diplomasisi ve kültürel diplomasi faaliyetlerinin yürütülmesinde en etkili yumuşak güç olduğu anlaşılmaktadır. Diziler farklı ülkelerin kurumları ile kültürlerarası stratejik iletişim ve etkileşim faaliyetlerini artırmaktadır. Bu çalışmanın genel bir değerlendirilmesi yapıldığında Türk dizileri uluslararası alanda Türk kültürüne, Türkçeye ve Türkiye'ye yönelik yakınlaştırıcı bir etki oluşturmaktadır. Ayrıca dizilerle sunulan içeriklerle kültürel, ekonomik, siyasi, askeri ve ulusal güvenlik bağlamları ile küresel bir Türkiye algısının inşasına katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmadan hareketle şu öneriler yapılabilir. Medya planlamacıları, kültür politika ve kültürel diplomasiyi yürütenlerin ve ulusal markaların göz önünde bulundurulması gerekenler; Türk dizileri Türkçeyi yaygınlaştırdığı, Türk Kültürüne ve Türkiye'ye yönelik asimetrik çekim etkisi yaratacak seviyede önemli bir güce sahip olduğu bu durum da Türkiye'ye farklı alanlarda iletişim imkânı sağlamaktadır. Dizilerin özgün içeriklerle üretilmesi Türkiye'ye önemli ekonomik ve kültürel faydalar sağlayacaktır.

Ek Bilgi

* Bu çalışmadaki kültür ile ilgili tanım ve bazı istatistiksel bilgiler doktora tezinden alınmıştır.

KAYNAKLAR

- Arbatlı, M. S., Kurar, İ. (2015). Türk dizilerinin kazak-türk kültürel etkileşimine ve Türkçenin yaygınlaşmasına etkisi. *Electronic Turkish Studies*, 10(2), 31-48.
- Arık, İ., Çelik, F. (2019). Türk dizilerinin orta asya türk cumhuriyetlerinde türkçe öğrenmeye etkisi (Kırgızistan örneği). *Journal Of International Social Research*, 12(64), 677-691.
- Balcı, A. (2006). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler*. Pegem Yayıncılık.
- Bauman, Z. (2004). *Sosyolojik düşünmek*. (Çev. Abdullah Yılmaz). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2020). *Akışkan hayat*. (Çev. Akın Emre Pilgir). Ayrıntı Yayınları.
- Berger, L., B. (2003). Küreselleşmenin kültürel dinamikleri. (Çev.: Ayla Ortaç), Peter L. Berger-Samuel P. Huntington (Ed.). *Bir küre bin bir küreselleşme: çağdaş dünyada kültürel çeşitlilik*, içinde (ss.9-28). Kitap Yayınevi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Televizyon üzerine*. (Çev. Alper Bakım). Sel Yayınları.
- Bozkurt, V. (2017). Küreselleşme ve kültür. Mevlüt Özben (Ed.), *kültür ve toplum*, içinden, (ss. 83-103). Bilge Yayınları.
- Bulut, Y (2019). Siyaset, kültür ve siyasal kültür. Mevlüt Özben (Ed.). *kültür ve toplum*, içinden, (ss.111-131). Bilge Kültür-Sanat Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Büyüköztürk, Ş. (2020), *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem Yayıncılık.

- Can, A. (2019). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi [quantitative data analysis in scientific research process with SPSS]*. Pagem Akademi.
- Çakır, M. (2014). *Görsel kültür ve küresel kitle kültürü*. Ütopya Yayınları.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Pegem Yayıncılık.
- Cuche, D. (2013). *Sosyal bilimlerde kültür kavramı*. (Çev. Turgut Arnas). Bağlam Yayıncılık.
- Demir, V. (2007). “Küreselleşme ve bir manipülasyon aracı olarak medya”, Vedat Demir ve Pınar Eraslan Yayınoğlu (Ed.). *İletişim yansımaları: gerçekler ve uygulamalar*, İçinde (ss. 215-233) Anahtar Kitabevi.
- Eagleton, T. (2019). *Kültür*. (Çev.: Berrak Göçer). Can Yayınları.
- Erdoğan, İ., Korkmaz, A. (2005). *Öteki kuram: kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirilmesi*. Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi anlamak*. Pozitif Yayınları.
- Featherstone, M. (2014). “Kültürel tüketim, tüketim ve kültürel alanın gelişmesi”. (Çev. Cumhuriyet Atay), Richard Münch, Neil J. Smelser (Ed.). *Kültür kuramı*, içinden (ss.313-345), Pales Yayınları.
- George, D., & Mallery, P. (2019). *IBM SPSS Statistics 26 Step By Step: A Simple Guide And Reference*. Routledge.
- Güvenç, B. (1979). *İnsan ve kültür*. Remzi Kitabevi.
- Güvenç, B. (1997). *Kültürün abc'si*. Yapı Kredi Yayınları.
- Hall, S. (1998). “Yerel ve küresel: küreselleşme ve etniklik”. (Çev. Gülcan Seçkin-Ümit Hüsrev Yolsal), Anthony D. King (Der.), *Kültür, küreselleşme ve dünya-sistemi* içinden (39-63). Bilim-Sanat Yayınları.
- İslamoğlu, A. H. & Alnaçık, Ü. (2019). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Beta Yayınevi.
- Kaçar, F. (2022). *Yurt dışında yayınlanan Türk dizilerinin sosyo-kültürel etkileri: Tunus örneği*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi: kavramlar, ilkeler, teknikler*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS 23 ve AMOS 23 uygulamalı istatistiksel analizler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kalaycı, Ş. (2010). Faktör analizi. Kalaycı, Ş. (Ed). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* içinde (ss.321-335). Asil Yayın Dağıtım.
- Kırca, S. (2012). Medya ürünlerinin küresel yayılımı yerleştirilmesi: ulusaşırı kimliklerin yaratılması. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 4 (15), 177-188.
- Kıvısto, P. (2008). *Sosyolojinin temel kavramları*. (Çev. İhsan Çapçioğlu-Sefer Yavuz). Birleşik Yayınları.
- Konyar, H. (2011). *Türkiye’de medya endüstrisi ile kurulan kültürel farklılıklar*. Ütopya Yayınları.
- Leech, N. L. & Barrett, K. C., Morgan, G. A. (2014). *IBM SPSS for intermediate statistics: use and interpretation*. Routledge.
- Marcoulides, G. A., & Schumacker, R. E. (2001). *New developments and techniques in structural equation modeling*. Lawrence Erlbaum.
- Mardin, Ş. (1997). *Din ve ideoloji*. İletişim Yayınları.

- Neuman, W., L. (2022). *Toplumsal araştırma yöntemleri: nicel ve nitel yaklaşımlar*. (Çev. Özlem Akkaya). Siyasal Kitabevi.
- Özlem, D. (2000). *Kültür bilimleri ve kültür felsefesi*. İnkılap Yayınları.
- Pallant, J. (2013). *SPSS survival manual*. Open University Press.
- Raykov, T., & Marcoulides, G. A. (2006). *A first course in structural equation modeling (2.b.)*. Lawrence Erlbaum.
- Robertson, R. (1999). *Küreselleşme (toplum kuramı ve küresel kültür)*. (Çev.: Ümit Hüsrev Yolsal). Bilim ve Sanat Yayınlar.
- RTÜK (2022). <https://www.rtuk.gov.tr/turk-dizilerinin-turkce-ve-turk-kulturunu-yakinlastirici-etkisi-calismasi-basina-tanitildi-4326>
- Seçer, İ. (2015). *Psikolojik test geliştirme ve uyarlama süreci: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Anı yayıncılık.
- Seçer, İ. (2017). *SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi*. Anı Yayıncılık.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenirlik ve geçerlilik*. Seçkin.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. (6.b.). Pearson.
- Taşdemir, M. (2011). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. Sohbet Kitabevi Yayınları.
- Thompson, J., B. (2019). *Medya ve modernite*. (Çev.: Serdar Öztürk). Kırmızı Yayınları.
- Türkoğlu, N. (2015). *İletişim bilimlerinden kültürel çalışmalara toplumsal iletişim: tanımlar, kavramlar, tartışmalar*. Karahan Kitabevi.
- Tylor, E., B. (1891). *Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, language, art and custom*. In Two Volumes. Vol. I., Third Edition, Revised. John Murray, Albemarle Street.
- Uygur, M. (1996). *Kültür kuramı*. Yapı Kredi Yayınları.
- Yan, Y. (2003). Çin'de devlet ve kültürel geçiş süreci. (Çev.: Ayla Ortaç), Peter L. Berger- Samuel P. Huntington (Ed.). *Bir küre bin bir küreselleşme: çağdaş dünyada kültürel çeşitlilik*. İçinde (28-56) Kitap Yayınevi Yayınları.
- Williams, R. (1993). *Kültür*. (Çev.: Suavi Aydın). İmge Yayınları.
- Williams, R. (2001). Teknoloji ve toplum. (Çev. Aytaç Yıldız), *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 4 (15), 227-239.

Extended Abstract

Television series and serials have transcended their roles as mere entertainment in modern societies to become significant cultural forces. Their narratives and portrayals wield considerable influence over public consciousness, shaping cultural discourses and often presenting a version of reality that is perceived as more authentic than actual life. These portrayals form complex structures of political, religious, and linguistic ideologies that resonate globally, steering societal values and behaviors, influencing individual lives, and forging role models within diverse cultural landscapes. As such, the impact of TV series extends far beyond simple viewership to become a dialectical component of cultural life, leading societies toward a serialized perception of existence, enriched with varied cultural symbols and meanings. The mass medium of television plays a pivotal role in the socio-cultural development of individuals, making it imperative to understand and quantify the international impact of Turkish TV series. Specifically, recent years have seen Turkish TV series significantly influence various global societies, notably affecting the language, religion, historical understanding, and cultural practices of Tunisian youth. This underscores the necessity of developing a

specialized scale to measure the motivations behind watching Turkish TV series and assess their broader cultural implications. Amidst the burgeoning international popularity of television series, which have seen a marked improvement in quality and an increase in viewership, understanding the reasons behind their consumption becomes crucial. Despite existing research methods like interviews, focus group discussions, and content analysis providing insights into the effects of Turkish series, the absence of a dedicated scale to measure these impacts represents a notable gap in research. This study aims to address this gap by introducing a scale to evaluate the socio-cultural and socio-psychological effects of Turkish TV series, particularly focusing on their reception within the Arab world and North African countries. The study embarked on a field survey among Tunisian university students to explore their viewing motivations, cultural transmissions, and the effects of Turkish series broadcast on Tunisian Television. Tunis El Manar University students formed the sample group for this investigation. Through a comprehensive literature review and subsequent item pool creation, which initially comprised 80 items informed by international interviews and surveys, the scale was refined to 57 items after expert academic evaluation. Ensuring linguistic compatibility in Turkish and Arabic, the scale was then applied to a diverse group of 203 students, spanning associate to graduate levels, for the 2021-2022 academic period. This process culminated in a validity and reliability assessment of the scale, resulting in a four-dimensional scale (psycho-social, religious, historical, linguistic) that encapsulates 59.534% of the total variance across the remaining 20 items. The methodology adhered to the 'screening' model prevalent in social sciences, benefiting significantly from the researcher's extensive work on TV series in Tunisia and his doctoral thesis on the subject. The meticulous process of scale development, dimension sizing, and naming underscores the study's comprehensive approach to measuring the international impact of Turkish TV series. This field study not only contributes a novel scale to the field but also provides a nuanced understanding of how Turkish television series mold perceptions of Turkey, influencing the socio-cultural and psychological landscapes of international audiences, particularly among Tunisian youth.

Ek 1:

Dizi ve Seriyallerin Uluslararası İzleyiciler Üzerindeki Etkisi Ölçeği	Kesinlikle katlıyorum	Katlıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katlıyorum
1. Türk dizileri Türkçemin gelişimine fayda sağlamaktadır.					
2. Türk dizilerinde geçen Türkçe kelimeleri günlük hayatta kullanırım.					
3. İzlediğim Türk dizilerindeki söz kalıpları (replikleri) veya esprileri gündelik hayatımda kullanırım.					
4. Türk dizilerini izlemek tarihi hafızama katkıda bulunur.					
5. Ortak tarihsel bağlardan dolayı Türk dizilerini izlerim.					
6. Türk Tarih dizileri, Türk tarihine olan merakımı artırmaktadır.					
7. Türk tarih dizileri, Türklerle ilgili düşüncelerimi olumlu yönde pekiştirmektedir.					
8. Türk dizilerini ortak dinsel değerlerden dolayı izlerim.					
9. Türk dizilerinde dinle ilgili içerikler ilgimi çekmektedir.					
10. Türk dizilerinde Müslümanlara ait kullanılan dini simge ve semboller Türk dizilerini izlememde etkili olur.					
11. Müslüman kimliğimden dolayı Türk dizilerini izlemeyi tercih ederim.					
12. Türk dizilerinde geçen karakter isimlerini kendi çocuğumda kullanmak isterim.					
13. İzlediğim Türk dizilerindeki davranış kalıplarını gündelik hayatımda kullanırım.					
14. Türk dizilerindeki oyuncularını hareketlerini, tavır ve davranışlarını gündelik hayatımda kendime rol-model alırım.					
15. Türk dizileri gündelik alışkanlıklarımızı olumlu etkiler.					
16. Türk dizilerini izlediğim zaman iyi ve kötü ile ilgili bir yargı sahibi olurum.					
17. Türk dizileriyle ilgili kişi ve olayları çevremdeki insanlarla paylaşıyorum.					
18. Türk dizileri, diğer yabancı ülke dizilerine oranla bana özgüven hissi verir.					
19. Türk dizileri sayesinde zengin bir hayat deneyimi kazanırım.					
20. Türk dizilerini izlemek beni yalnız olmadığım hissiyle donatarak rahatlatır.					

