

## Medyatik İnşa Ölçeği<sup>1-2-3-4-5-6</sup>

 Celil ÜNAL\*

\* Dr. Süleyman Demirel  
Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
celilunall@gmail.com,  
Orcid ID: 0000-0002-3764-303X.

\*\* Prof. Dr., Marmara  
Üniversitesi,  
canik@marmara.edu.tr,  
Orcid ID: 0000-0002-7908-036X.

### Gönderilme/ Received


21.12.2022

### Kabul Tarihi/ Accepted

22.02.2023

### Yayın Tarihi/Published

30.03.2023

 Cengiz ANIK\*\*

### Öz

Bu çalışmanın amacı, medyatik mekanizmaların bireyler arası etkileşim üzerinde sahip olduğu rolü ortaya koyan bir ölçek geliştirmektir. Medyatik mekanizma, en basit tanımıyla etkileşime ve netice itibariyle bir ortaklaşmaya, mutabakata zemin hazırlayan her türden aracıdır. Bu araçlar, zaman içerisinde değişimlere uğramış ve insanlar arasındaki etkileşime aracılık eden unsurlar farklılaşmıştır. Ancak medyatik mekanizmalar tarihsel süreçte her ne kadar değişim göstermiş olsa da insanların etkileşim kurmalarına aracılık etme müktedirlikleri sabit kalmıştır. Fakat literatürde bu müktedirliği ölçebilecek bir araç bulunmamaktadır. Bu çalışma böyle bir ihtiyacı gidermek amacıyla ortaya konulmuştur. Ölçek geliştirme aşamasında gerekli analizlere geçmeden önce literatür taraması gerçekleştirilmiş, alandaki uzmanlarla görüşülmüş ve madde havuzu oluşturulmuştur. Ardından ön deneme için 216 kişilik bir örneklem grubuna madde havuzunda yer alan sorular yöneltilmiştir. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testinde ,915 ve Barlett küresellik testinde  $\chi^2 = 8249,59$  ( $p \leq .01$ ) değerleri bulunmuştur. İlgili değerler ölçeğe açımlayıcı faktör analizi (AFA) yapılabileceğini göstermiştir. AFA sonucunda ölçeğin 6 alt boyuttan oluştuğu görülmüş; bu alt boyutların toplam varyansın %75,72'sini açıkladığı tespit edilmiştir. Ardından gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) ölçeğin 6 alt boyutlu yapısının doğrulandığı ve uyum indeks değerlerinin (RMSEA: ,054, GFI: ,90, CFI: ,94, NFI: ,92) olması gereken değerler olduğu anlaşılmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen değerler, ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Etkileşim, Medyatik Mekanizma, İletişim Bilimleri, Ölçek Geliştirme.

<sup>1</sup> Bu çalışma Prof. Dr. Cengiz Anık danışmanlığında Dr. Celil Ünal tarafından hazırlanan "Toplumun Medyatik İnşası: Medyatik İnşanın Toplumsal Kabul Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

This study is derived from PhD dissertation entitled "Mediatic Construction of Society: A Research on the Effect of Mediatic Construction on Social Acceptance" prepared by Dr. Celil Ünal under the supervision of Prof. Cengiz Anık.

<sup>2</sup> Süleyman Demirel Üniversitesi Üniversite Etik Kurulu'nun 20.12.2022 tarihli ve 130/25 sayılı kararı çerçevesinde çalışma etik açıdan uygun bulunmuştur.

Within the framework of the decision of Süleyman Demirel University University Ethics Committee dated 20.12.2022 and numbered 130/25, the study was found ethically appropriate.

<sup>3</sup> Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

<sup>4</sup> Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur. In this study, the rules stated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive" were followed.

<sup>5</sup> Araştırmada yazarların katkısı eşittir.

The contribution of the authors to the research is equal

<sup>6</sup> Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.


There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

**Kaynak gösterme / To cite this article:** Ünal, C., & Anık, C. (2023). Medyatik İnşa Ölçeği. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 60-73. doi:10.5281/zenodo.7785305



## Mediatic Construction Scale

 Celil ÜNAL\*

 Cengiz ANIK\*\*

\* Dr, Süleyman Demirel  
University, Faculty of  
Communication,  
celilunall@gmail.com,  
Orcid ID: 0000-0002-3764-303X.

\*\* Prof. Dr., Marmara  
University,  
canik@marmara.edu.tr,  
Orcid ID: 0000-0002-7908-036X.

**Gönderilme/ Received**  
21.12.2022

**Kabul Tarihi/ Accepted**  
22.02.2023

**Yayın Tarihi/Published**  
30.03.2023

### Abstract

This study aims to develop a scale about the role of mediatic mechanism on interaction. Mediatic mechanism basically refers to instruments that allow individuals to interact each other. Although the mediatic mechanisms have changed so far, their ability to mediate human interaction has remained constant. But there is no scale in literature that can measure this ability. Therefore, this study has intended to meet such a need. Before the required analyzes, a literature review was conducted, experts in the field were interviewed and an item pool was created. Then, questions were asked to a sample group of 216 people. The values of ,915 in the KMO test and  $\chi^2 = 8249,59$  ( $p \leq .01$ ) in the Barlett sphericity test were found. These values proved that the scale is convenient for the explanatory factor analysis (EFA). As a result of EFA, it was seen that the scale consisted of six sub-dimensions and the dimensions explained 75,75% of the total variance. Then confirmatory factor analysis was made and it was seen that the six sub-dimensions of the scale were confirmed and the index values (RMSEA: ,054, GFI: ,90, CFI: ,94, NFI: ,92) distributed as required. The values showed that the scale was valid and reliable.

**Keywords:** Interaction, Mediatic Mechanism, Communication Science, Scale Development

## Giriş

İnsan varlığı, Hegel'in de ifade ettiği üzere, doğası gereği, ihtiyaçlarını gidermek için iş birliği yapmaya mecbur bir canlı olarak gelişim göstermiştir (Tokath, 2011, s. 109). Bu mecburiyet, onu gruplar halinde yaşamaya itmiştir (Bierstedt, 2014, s. 21). Fakat insanoğlunun grup halindeki yaşam öyküsü diğer canlı varlıklardan farklıdır. Diğer canlılar grup halinde yaşamlarını içgüdüsel olarak sürdürürken, insan varlığı sahip olduğu simgesel düşünme yetisine bağlı olarak grup halindeki yaşamını mümkün hale getirmektedir; çünkü insanın grup halinde yaşayabilmesi için gerekli etkileşim ve iletişim, bu simgesel düşünüş sayesinde sağlanmaktadır (Barnard, 2016, s. 17). Başka bir ifadeyle, insan toplumunun mevcudiyeti, insanoğlunun sahip olduğu mistik düşünebilme kabiliyetinden kaynaklanmaktadır (Levy-Bruhl, 1975, s. 101). Çünkü insanlar, birlikte yaşamayı içgüdülerinden hareketle değil; hayali bir biçimde ortaya çıkardıkları düzenekler vesilesiyle öğrenmişlerdir (Harari, 2017, s. 140).

Bu hayali düzenekler doğrudan insan varlığının zihinsel performansı ile ilgilidir. İnsanoğlu, düşünen bir varlıktır. Bu niteliğiyle insan varlığı, canlı diğer her şeyden ayrılarak konuşabilmekte, intihar edebilmekte ya da yanılabilir (Kızılçelik, 2017, s. 55-56). Bunun yanında insanoğlunun düşünen bir varlık olması, onun kafasında sınırsız bir biçimde hayali görüntü oluşturabilmesine imkan tanımaktadır (Anık, 2017). Dolayısıyla bu düşüncelerin ortaklaştırılması, insanoğlunun bir arada yaşayışı için gereklidir. Çünkü toplum, kendisini oluşturan bireyler arasındaki ortaklaşmanın bir neticesi olarak ortaya çıkan ve kendisini oluşturan bireyleri de aşan bir bütünlüktür (Nisbet, 2013). Toplumun sürekliliği, kendisini oluşturan bireylerin sağlamış olduğu mutabakata bağlıdır. Bu mutabakat ise medyatik inşa olarak ifade edilen, bireyler arasındaki etkileşim ve iletişimin nasıl gerçekleştiğini tanımlayan sürecin işlevselliğiyle paralellik göstermektedir. Medyatik inşa; toplumu oluşturan bireylerin ortaklaşa kullandıkları medyatik mekanizmalar vasıtasıyla toplumu meydana getirdiği süreçtir (Anık, 2014, s. 60). Bu süreçte toplumun var olabilmesi için gerekli "communicative anlam" ve "ideolojik formatlama" (Anık, 2014, s. 79) gerçekleştirilmektedir.

Communicative anlam, bir toplumun medyatik mekanizmalar dolayısıyla yarattığı ortak paydalardır. Bu vesileyle herhangi bir toplum ya da topluluk diğerinden farklılaşmakta ve ayrılmaktadır (Cohen, 1999). Bunun yanında ideolojik formatlama; bireylerin ve genel anlamda toplumun zihinsel dünyasının tayin edilmesidir. İdeolojik formatlamanın gerçekleşmesi için communicative anlamın oluşması bir ön koşuldur (Anık, 2014, s. 79-80).

Bir toplumda communicative anlamın ortaya çıkması ve akabinde bireylerin ideolojik olarak formatlanması toplumun kuruluşunun da delili niteliğindedir. Fakat her iki durum da bireylerin düşünsel olarak tam manasıyla sınırlandırıldığı anlamına gelmemektedir. Çünkü communicative anlam da ideolojik formatlama da medyatik mekanizmaların devalüe ettiği temsiller üzerinden gerçekleşmektedir ve bu temsiller bireylerin yorumlamasına açıktır. Dolayısıyla toplum, temsilleri yorumlama kapasitesi kendinde mündemiç birey, grup ve topluluklarla dinamik bir yapı olarak varlık göstermektedir (Blumer, 1986).

Başka bir ifadeyle toplum, medyatik mekanizmaların taşıdığı temsillerin bireyler tarafından her defasında yeniden yorumlandığı diyalektik bir sürecin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bireyin sahip olduğu özne ben'i (I) de nesne ben'i (me) de medyatik mekanizmalara yüklenen temsiller tarafından şekillenmektedir. Bireyler, gruplar ve topluluklar bu temsiller üzerinden etkileşime girmekte, bu etkileşimler sonucunda anlam da temsillerin sahip olduğu muhteva da değişebilmektedir (Blumer, 1986, s. 18-19).

Bu yönüyle medyatik mekanizmalar, aynı toplumda yaşayan herkesin temsilleri benzer biçimde algılamasına vesile olmaktadır. Böylesi bir işleve sahip medyatik mekanizmaların başında dil gelmektedir. Dil, insanoğlunun zihinsel olarak ürettiği anlamı dışarıya aktarmasına imkan tanıyan ve sadece insana özgü olan bir yetidir (Mead, 1972, s. XIV). Dil yetisiyle insan, zihinsel olarak ortaya koyduğu performansın sonucunda ortaya çıkardığı her türden fikir, duygu ve düşünceyi yine dilin sınırlarının imkan verdiği ölçüde temsillere aktararak dışsallaştırabilir. Dil bu anlamda bir kurallar sistemi olarak (König, 1991, s. 61) temsillerin herkes tarafından benzer biçimde anlaşılmasına imkan tanımaktadır. İnsanlar bu kurallara ait bilgiye vakıf oldukça birbiriyle iletişim ve etkileşim kurabilmektedir (König, 1991, s. 59).

Dile benzer biçimde dinin de toplumu oluşturan bireylerin ortaklaşmasında önemli işlevleri bulunmaktadır. Din özellikle toplumun müntesipleri arasında bir tür eğitim sistemi olma vasfı taşımaktadır. Toplumu oluşturan bireyler bu eğitim sistemi etrafında ortaklaşmakta ve netice itibariyle toplum bu şekilde teşekkül olmaktadır (Dönmezer, 1984). Dinin toplumsal açıdan sahip olduğu bu işlev, önce bireyler üzerinde yarattığı etkiyle başlamakta; ardından bireyler arasında bağlayıcı bir güç haline gelmesiyle devam etmektedir (Freyer, 1964). Nitekim cemaatlerin teşekkülü bu duruma önemli bir örnek teşkil etmektedir (Günay, 1998, s. 211). Dinin bireyler üzerinde sahip olduğu etki ise insan varlığına evreni kavraması hususunda sağlamış olduğu faydadan kaynaklanmaktadır (Berger, 1993: 58-95). Din sayesinde bireyler, ortak bir zihniyet kazanmakta ve dünyaya bakışları bu zihniyet tarafından belirlendiği (Mardin, 2021, s. 65; Pace, 2011) için bakış açıları ortaklaşmaktadır. Böylelikle din, bireyler arasındaki kaynaşmayı temin ederek, sembolik açıdan toplumsal bütünleşmeye vesile olmaktadır (Dönmezer, 1984, s. 24). Dinin vaaz ettiği yasaklar ve sevaplar etrafında birleşen müntesipler birlik ve dayanışma içerisinde bulunmakta ümmet ve tinsel kamu haline gelmektedir (Köseihal, 1971, s. 104). Bunun yanında dinin ayrıştırıcı etkileri de bulunmaktadır. Fakat Wach'ın da ifade ettiği üzere dinin ayrıştırıcı etkisi, birleştirici ve bütünleştirici etkisinden ziyadesiyle azdır (Wach, 1995, s. 72). Dolayısıyla din de dil gibi bireyler arasındaki etkileşim ve iletişimi tetikleyen bir tür medyatik mekanizma olarak varlığını korumaktadır.

Bireyleri bir araya getiren bir diğer medyatik mekanizma ise kültürdür. Kültür; etimolojik kökeni itibariyle toprağı ekin için hazır hale getirmek gibi bir mana taşımaktadır (www.etymonline.com). Fakat kültür kavramı zaman içerisinde soyut nitelikler kazanarak insan varlığı ile özdeşleşen bir nosyona dönüşmüştür. Nitekim zaman içerisinde bitkilerin yetiştirilmesini tarif eden kültür, insan varlığının nefsinin terbiye edilmesi manasında da kullanılmaya başlamıştır (Özlem, 2000, s. 142). Kültür, bir toplumda yaşayan bireylerin benzer nitelikler kazanmasına ve ortaklaşmasına vesile olarak, toplumsal dayanışmanın

unsurlarından birisidir (Fichter, 2002, s. 45). Kültür, bireyler için belli bazı rolleri kodlamakta; bu roller bireyler tarafından gerektiği gibi oynandıkça bireyler arasındaki bütünleşme ve toplumsal düzen gelişmektedir (Moore, 2014, s. 394). Kültürün bu anlamda bireyleri ortak roller etrafında bütünleştirici etkisi bulunmaktadır. Aynı kültürü paylaşan bireyler davranışsal açıdan benzer şablonlara aşına olduklarından (Giri, 2006) birbirleriyle daha kolay etkileşime girebilme potansiyeline sahiptir ki kültürün bu özelliği onu toplumsal açıdan medyatik bir mekanizmaya dönüştürmektedir.

Dünya görüşü ya da ideolojik benzerliğin de bu tarz bir işlevi bulunmaktadır. Heywood'un (2016, s. 23) da ileri sürdüğü üzere özellikle ideolojiler toplumsal açıdan çimento işlevi görmektedir. İdeolojiler bireylerin dünyayı anlamasına vesile olmakta; başka bir deyişle bireyler dünyayı yerleşik bazı inançların, kanaatlerin ve varsayımların ardından izlemektedir. Çünkü dünya bireyin anlayamayacağı kadar karmaşık bir bütünlüğe sahiptir (Oakeshott, 1962). Bu da bireylerin kavranabilmesi imkansız basitleştirme çabası içerisinde olan ideolojilere sığınmasına sebep olmaktadır. Bu bakış açısıyla ideolojiler; "var olan düzene dair bir dünya görüşü, arzu edilir bir gelecek tasarımı ve siyasi değişimin nasıl gerçekleşeceğine dair izahat sunmaktadır" (Heywood, 2016, s. 31). Bunun yanında ideolojilerin paradigmatik bir boyutu da bulunmaktadır. İdeolojileri sayesinde bireyler, yapıp etmelerini tasnif ve tayin etmekte, hayatı anlamlandırmak için paradigmaların sahip olduğu işlevselliği (bknz. Kuhn, 1962) elde etmektedirler. İdeolojiler toplumsal manada bir anlam alanı yaratmakta (Macit, 2016, s. 32-33) ve bu anlam alanı o ideolojiye kanalize olmuş kişilerce paylaşılmakta ve netice olarak bir ortaklaşmaya zemin hazırlanmaktadır.

Bireyler arasındaki ortaklaşmanın bir diğer kaynağı ise sahip oldukları eğitim düzeyidir. Eğitim düzeyi arttıkça özellikle sosyal etkileşimin olumlu yönde gelişim gösterdiği görülmüştür (Iyer vd., 2005, s. 1034-1035). Çünkü eğitim düzeyi yükseldikçe kişilerin güven duygusu ve güvene dayalı davranış biçimleri artmaktadır (Kaasa & Parts, 2008). Bu da eğitim seviyesi yüksek kişilerin daha kolay etkileşim kurmalarına ve sosyalleşmelerine vesile olmaktadır. Bireylerin sahip oldukları eğitim düzeyi, bizzat içerisinde buldukları sosyal ve ekonomik ortamlar üzerinde etkili olmaktadır (Günkör & Özdemir, 2017, s. 81). Başka bir ifadeyle eğitim düzeyi, bireyin kiminle ve nasıl etkileşim kurduğuna etki etmektedir. Benzer eğitim düzeyine sahip kişilerin birbiriyle daha kolay etkileşim kurmaları muhtemeldir ki bunu teşvik eden, benzer eğitim düzeyine sahip olan bireylerin benzer sosyal sermayeye sahip olmalarıdır.

Aynı şekilde sahip olunan mekan dili, başka bir ifadeyle aynı ortamı paylaşmak ortaklaşmanın başka bir boyutunu oluşturmaktadır. Bireyler içerisinde buldukları fiziksel ortamı anlamlandırmakta, başka bir deyişle içerisinde bulunduğu çevreyi bilişsel süreçlerinde yorumlamaktadırlar (Pløger, 2001). Böylelikle mekan zaman içerisinde bir kimlik kazanmaya başlamaktadır. Bu kimlik çeşitli fiziksel nesnelere, mimari yapılar, peyzaj vb. unsurlarla görünür hale gelmektedir (Rapoport, 1990, s. 15-16). Bütün bu fiziksel çıktılar bireyin mekana yüklediği sembolik manaların yansımasıdır. Bireyler bu fiziksel çıktıları dikkate alarak davranış sergilemekte (Solak, 2017, s. 28) ve fiziksel çıktılar üzerinden birbirleriyle etkileşime girmektedirler. Bir başka ifadeyle bireyin mekana yüklediği anlamın somut çıktıları mekanın dili haline gelmektedir.

Kullanılan ağız ve şive, kılık – kıyafet, ibadet biçimi, düşünce yapısı, eğitim durumu, kültürel “artefact”ların tamamı mekanda bütünleşmekte ve tek bir çıktı haline gelmektedir. Aynı mekanı paylaştıkları için bu dile hakim olan bireyler birbirine yakınlaşmakta (Asiliskender, 2004, s. 74); dolayısıyla birbirileriyle daha kolay kaynaşabilmekte ve etkileşim kurabilmektedirler.

Özü itibariyle dil, din, kültür, dünya görüşü (ideoloji), eğitim düzeyi ve mekan dili birer medyatik mekanizma olarak bireylerin ortaklaşmasına ve birbirileriyle daha kolay etkileşim kurmalarına imkan tanımaktadır. Teorik olarak ileri sürülen bu varsayımın pratikte bir karşılığının olup olmadığı ise bir merak konusudur. Bu nedenle bu konuda bir ölçek geliştirilmeye çalışılmış, teoride var olanın pratikte karşılık bulup bulmadığı sorgulanmıştır.

### 1.Yöntem

Bu çalışmada medyatik inşa ve etkileşime yönelik bir ölçek tasarlanmış; ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğine dair işlemler sırasıyla yürütülmüştür. İlk olarak literatür taraması gerçekleştirilmiş ve soru havuzu oluşturulmuştur. Ardından alandaki uzmanların görüşleri ışığında soru havuzunda yer alan ifadeler değiştirilip düzenlenmiştir. Bu sürecin sonunda elde edilen soru formu örneklem grubuna uygulanmış ve SPSS 24.0 ve AMOS üzerinden gerekli analizler gerçekleştirilmiştir.

### 2.Çalışma Grubu

Medyatik İnşa ölçeğinin geliştirilmesi esnasında anket formu, Türkiye'nin yedi bölgesinden toplam 225 kişilik bir örneklem grubuna uygulanmıştır. Fakat 11 adet formun eksik ve hatalı olduğu tespit edilmiş; geçerlilik ve güvenilirlik testleri 214 anket formu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bir ölçeğe açıcı faktör analizi uygulamak için gerekli olan katılımcı sayısına ilişkin literatürde farklı yaklaşımlar bulunmakla birlikte ölçek formunu yanıtlayan katılımcıların madde sayısının 5 katı olması yeterli görülmektedir (Bryman & Cramer, 2002). Dolayısıyla 24 maddelik Medyatik İnşa anket formu için 214 kişilik örneklem grubunun ölçek geliştirmek adına yeterli olduğu düşünülmektedir.

Çalışma için soru formunun yöneltildiği örneklem grubuna ait bilgiler aşağıda yer alan tabloda yer almaktadır.

**Tablo-1:** Katılımcıların Demografik Özellikleri

<i>Öğrenim Durumu</i>		
İlkokul	7	3,27
Ortaokul	5	2,34
Lise	23	10,75
Ön Lisans	26	12,15
Lisans	104	48,60
Lisans Üstü	49	22,90
<i>Yaş Dağılımı</i>		
18-24	53	24,77
25-34	81	37,85
35-44	40	18,69
45-54	23	10,75
55-64	13	6,07
65 Üstü	4	1,87

Görülebileceği üzere anket formunu yanıtlayan katılımcıların %3,27'si ilkokul, %2,34'ü ortaokul, %10,75'i lise, %12,15'i ön lisans, %48,60'ı lisans ve %22,90'ı lisans üstü mezun kişilerden oluşmaktadır. Grubun yaş dağılımı ise %24,77 ile 18-24, %37,85 ile 25-34, %18,69 ile 35-44, %10,75 ile 45-54, %6,07 ile 55,64 ve %1,87 ile 65 ve üzeri yaş aralığında değişkenlik göstermektedir.

### 3. Formdan Elde Edilen Verilerin İşlenmesi

Araştırma kapsamında toplanan anket formları SPSS 24.0 paket programında işlenmiştir. Maddelere verilen yanıtlar “Kesinlikle Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “Katılıyorum”, “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 1 ile 5 arasında kodlanmıştır.

### 4. Madde Analizleri

Madde analizi kapsamında “Madde-Ölçek Korelasyonuna Dayalı Madde Analizi” yapılmıştır. Madde analizi yapılırken, varimax döndürme aşamasında ölçekle uyuşmayıp çıkarılan KÜ3 maddesi bu aşamaya dâhil edilmemiştir.

#### 4.1. Madde Ölçek Korelasyonuna Dayalı Madde Analizi

Formda yer alan maddelere ait puanlar ve formdaki bütün maddelerin puanlarının toplamından meydana gelen puanlar arasında ortaya çıkan korelasyon katsayıları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo-2:** Maddelere Ait Korelasyon Katsayıları

Maddeler	DL1	DL2	DL3	DL4	DN1	DN2	DN3	DN4	ED1	ED2	ED3	ED4
r	.5**	.7**	.5**	.5**	.7**	.5**	.5**	.5**	.6**	.6**	.6**	.6**
Maddeler	MD1	MD2	MD3	MD4	KÜ1	KÜ2	KÜ4	DG1	DG2	DG3	DG4	
r	.6**	.7**	.6**	.7**	.7**	.8**	.7**	.6**	.6**	.6**	.6**	

Tablo-2’de görülebileceği üzere maddelere ait puanlar ile ölçek puanı arasındaki korelasyon katsayıları en düşük .49 (DN1) ile en yüksek .84 (KÜ2) arasında değişmektedir. Tabloya göre elde edilen katsayılar 0.01 düzeyinde ve anlamlıdır.

### 5. Formun Yapı Geçerliliği

Medyatik İnşa soru formuna yönelik yapı geçerliliğini görmek adına açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri gerçekleştirilmiştir.

#### 5.1. Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Faktör analizine uygunluğu tespit etmek üzere bir ön koşul olan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett küresellik testleri gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu analiz sonucunda elde edilen değerler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo-3:** Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Uyum Ölçüsü		0.915
	X <sup>2</sup>	8249,59
Bartlett Küresellik Testi	sd	253

p

0.000

Tablodan görülebileceği üzere KMO değerinin 0,915 olması, ölçeğe faktör analizi uygulanabileceğine delil teşkil etmektedir. Barlett Küresellik test sonucu ise 8249,59 düzeyindedir ve 0,001 düzeyinde anlamlıdır ( $X^2_{253}=8249,59$ ). Elde edilen sonuçlar, anket formundaki veriler üzerinde faktör analizi gerçekleştirilebileceğini işaret etmektedir (Hinkin, 1995).

Tasarlanan 24 maddelik anket formundan ortaya çıkan verilere uygulanan açımlayıcı faktör analizi ile ölçeğe ait alt boyutların neler olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda alt boyutlarla ilgili herhangi bir kısıtlamaya gidilmemiş ve varimax dik (orthogonal) döndürme yöntemi uygulanmıştır. Sonrasında formun bütünüyle uyuşmayan 1 madde taslak ölçekten çıkartılmıştır. Söz konusu madde aşağıda yer almaktadır.

- Bir kişi benimle aynı kültürü paylaşıyorsa onun hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim (KÜ3).

**Tablo-4: Faktör Analizi Sonuçları**

Faktör	Başlangıç Öz Değerleri			Döndürme Öncesi Değerler			Döndürme Sonrası Değerler		
	Toplam	Vary %	Küm %	Toplam	Vary %	Küm %	Toplam	Vary %	Küm %
1	9,247	40,205	40,205	9,247	40,205	40,205	3,429	14,909	14,909
2	2,750	11,955	52,160	2,750	11,955	52,160	3,321	14,439	29,348
3	1,712	7,442	59,602	1,712	7,442	59,602	3,048	13,254	42,602
4	1,444	6,276	65,878	1,444	6,276	65,878	2,860	12,434	55,037
5	1,254	5,454	71,333	1,254	5,454	71,333	2,557	11,116	66,152
6	1,010	4,389	75,722	1,010	4,389	75,722	2,201	9,570	75,722

Tabloda da görülebileceği üzere öz değeri (eigenvalue) 1 üzeri olan 6 faktör bulunmaktadır. Birinci faktörün sahip olduğu öz değer ölçeğe yer alan diğer faktörlerin öz değerinden numerik olarak yüksek oluşu (Kline, 1994) ölçeğin bütün bir halde belli bir gerçekliği ölçtüğüne delil niteliği taşımaktadır. Diğer taraftan döndürme sonrası formun 6 faktörlü yapısını koruduğu görülmektedir. Boyutların tümünün açıkladığı varyans 75,722'dir.

Form üzerinde gerçekleştirilen AFA sonrası elde edilen bütün değerlere detaylı bir biçimde aşağıdaki tabloda yer verilmektedir.

**Tablo-5: Varimax Döndürme Sonrası Değerler**

MEDYATİK İNŞA ÖLÇEĞİ	
<b>1.DİN BOYUTU:</b> $\alpha$ : ,914.	
Faktör Yükleri	
Bir kişi benimle aynı inancı paylaşıyorsa (aynı dini inanca mensupsa) o kişiye kendimi daha yakın hissederim.	,881
Bir kişi benimle aynı inancı paylaşıyorsa (aynı dini inanca mensupsa) onunla daha kolay etkileşim kurarım.	,875
Bir kişi benimle aynı inancı paylaşıyorsa (aynı dini inanca mensupsa) o kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,864



Bir kişi benimle aynı inancı paylaşıyorsa (aynı dini inanca mensupsa) ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,837
<b>2.DÜNYA GÖRÜŞÜ BOYUTU:</b> $\alpha$ : ,911	
Bir kişi benimle aynı dünya görüşüne (ideolojik ya da politik) sahipse o kişiye karşı kendimi daha yakın hissederim.	,837
Bir kişi benimle aynı dünya görüşüne (ideolojik ya da politik) sahipse o kişiyle daha kolay etkileşim kurarım	,828
Bir kişi benimle aynı dünya görüşüne (ideolojik ya da politik) sahipse ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,820
Bir kişi benimle aynı dünya görüşüne (ideolojik ya da politik) sahipse o kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,800
<b>3.MEKAN DİLİ BOYUTU:</b> $\alpha$ : ,880	
Benimle aynı ortamı (işyeri, mahalle, apartman, okul vb.) paylaşan bir kişiye fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,802
Benimle aynı ortamı (işyeri, mahalle, apartman, okul vb.) paylaşan bir kişiye karşı kendimi daha yakın hissederim.	,789
Benimle aynı ortamı (işyeri, mahalle, apartman, okul vb.) paylaşan bir kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,761
Benimle aynı ortamı (işyeri, mahalle, apartman, okul vb.) paylaşan bir kişiyle daha kolay etkileşim kurarım	,692
<b>4.EĞİTİM BOYUTU:</b> $\alpha$ : ,862	
Bir kişi benimle aynı eğitim düzeyine sahipse o kişiye karşı kendimi daha yakın hissederim.	,832
Bir kişi benimle aynı eğitim düzeyine sahipse onunla daha kolay etkileşim kurarım.	,771
Bir kişi benimle aynı eğitim düzeyine sahipse o kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,740
Bir kişi benimle aynı eğitim düzeyine sahipse ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,702
<b>5.DİL BOYUTU:</b> $\alpha$ : ,800	
Bir kişi benimle aynı dili konuşuyorsa o kişiyle daha kolay etkileşim kurarım.	,765
Bir kişi benimle aynı dili konuşuyorsa ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,749
Bir kişi benimle aynı dili konuşuyorsa o kişiye kendimi daha yakın hissederim.	,739
Bir kişi benimle aynı dili konuşuyorsa o kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,619
<b>6.KÜLTÜR BOYUTU:</b> $\alpha$ : ,862	
Bir kişi benimle aynı kültürü paylaşıyorsa onunla daha kolay etkileşim kurarım.	,742
Bir kişi benimle aynı kültürü paylaşıyorsa ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,678
Bir kişi benimle aynı kültürü paylaşıyorsa o kişiye karşı kendimi daha yakın hissederim.	,656
<del>Bir kişi benimle aynı kültürü paylaşıyorsa onun hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.</del>	<del>,334</del>
Açıklanan Toplam Varyans: <b>75,722</b>	

## 5.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Doğrulayıcı Faktör Analizi verilerin temelde hangi yapıya sahip olduğunu değerlendirmeye yardımcı olan Açımlayıcı Faktör Analizinin farklı bir boyutudur. Doğrulayıcı Faktör Analizi; belirlenen faktörler, değişkenler ile faktörler, doğrudan faktörler arasında nasıl bir ilişki ve bağlantı olduğunu test etmek amaçlı kullanılmaktadır. Bunun yanında modelin açıklanmasında faktörlerin yeterliliği de yine Doğrulayıcı Faktör Analizi ile test edilmektedir (Erkorkmaz vd., 2013).

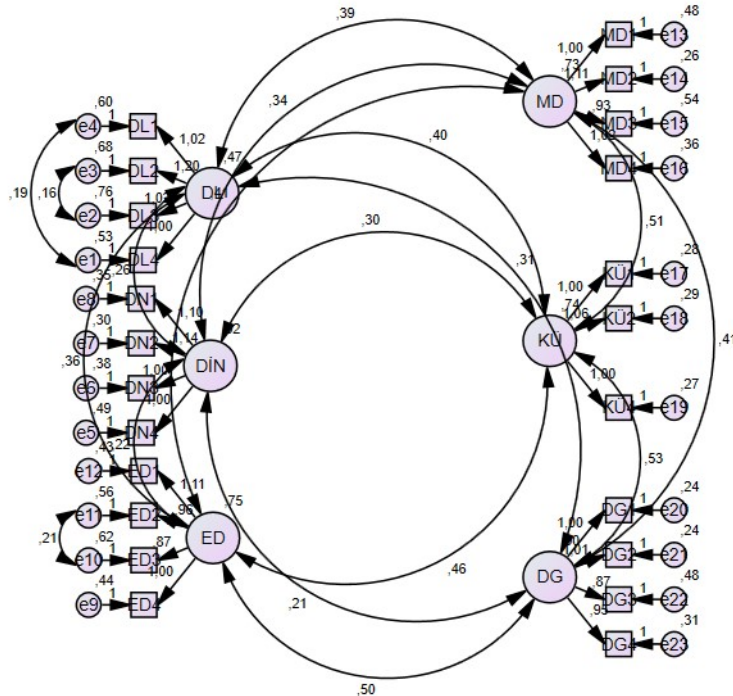
Doğrulayıcı Faktör Analizi ve yapısal eşitlik modellerinde modelin uyumlu olup olmadığını değerlendirmek üzere bazı uyum değerlerine bakılmaktadır. Bu uyum değerleri ve bu çalışmaya ait istatistikler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo-6:** DFA Uyum Değerleri

İNDEKS	NORMAL DEĞER	KABUL EDİLEBİLİR DEĞER	MODELE AİT DEĞER
$\chi^2$ (CMIN)	-	-	669,701
sd (df)	-	-	212
$\chi^2/sd$	<2	<5	3,16
GFI	>0,95	>0,90	0,90
CFI	>0,95	>0,90	0,94
RMSEA	<0,05	<0,08	0,054
AGFI	>0,95	>0,90	0,90
RMR	<0,05	<0,08	0,51
IFI	>0,95	>0,90	0,94
NFI	>0,95	>0,90	0,92

Gerçekleştirilen DFA sonrasında ölçeğin 6 faktör ve 23 maddelik biçimin ideal bir formda yapılandığı gözlenmiştir. Modifikasyon indeksleri doğrultusunda e1-e4; e2-e3; e10-e11 arasında kovaryans bağlantıları atanarak, DFA değerlerinde iyileştirme sağlanmıştır. DFA analizi sonrasında ortaya çıkan faktör yüklerinin 0.50 ile 0.84 arasında değişkenlik gösterdiği görülmüş; bireysel parametre istatistiğinin 0.01 düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

**Şekil-1:** DFA Diyagramı



DFA sonrasında AFA esnasında ortaya çıkan alt boyutlar ve madde sayısı değişmemiş olup, alt boyutların Cronbach's Alpha değerleri ile tahmin katsayıları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo-7: DFA Sonrası Ölçek Maddeleri ve Boyutların Cronbach's Alpha Değerleri**

<b>MEDYATİK İNŞA ÖLÇEĞİ</b>	
<b>1.DİN BOYUTU</b> <i>Cronbach Alfa: ,914</i>	
Bir kişi benimle aynı inancı paylaşıyorsa (aynı dini inanca mensupsa) o kişiye kendimi daha yakın hissederim.	,806
Bir kişi benimle aynı inancı paylaşıyorsa (aynı dini inanca mensupsa) onunla daha kolay etkileşim kurarım.	,842
Bir kişi benimle aynı inancı paylaşıyorsa (aynı dini inanca mensupsa) o kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,893
Bir kişi benimle aynı inancı paylaşıyorsa (aynı dini inanca mensupsa) ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,871
<b>2.DÜNYA GÖRÜŞÜ BOYUTU</b> <i>Cronbach Alfa: ,911</i>	
Bir kişi benimle aynı dünya görüşüne (ideolojik ya da politik) sahipse o kişiye karşı kendimi daha yakın hissederim.	,890
Bir kişi benimle aynı dünya görüşüne (ideolojik ya da politik) sahipse o kişiyle daha kolay etkileşim kurarım	,889
Bir kişi benimle aynı dünya görüşüne (ideolojik ya da politik) sahipse ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,766
Bir kişi benimle aynı dünya görüşüne (ideolojik ya da politik) sahipse o kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,850
<b>3.MEKAN DİLİ BOYUTU</b> <i>Cronbach Alfa: ,880</i>	
Benimle aynı ortamı (işyeri, mahalle, apartman, okul vb.) paylaşan bir kişiye fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,778
Benimle aynı ortamı (işyeri, mahalle, apartman, okul vb.) paylaşan bir kişiye karşı kendimi daha yakın hissederim.	,880
Benimle aynı ortamı (işyeri, mahalle, apartman, okul vb.) paylaşan bir kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,736
Benimle aynı ortamı (işyeri, mahalle, apartman, okul vb.) paylaşan bir kişiyle daha kolay etkileşim kurarım	,824
<b>4.EĞİTİM BOYUTU</b> <i>Cronbach Alfa: ,862</i>	
Bir kişi benimle aynı eğitim düzeyine sahipse o kişiye karşı kendimi daha yakın hissederim.	,796
Bir kişi benimle aynı eğitim düzeyine sahipse onunla daha kolay etkileşim kurarım.	,691
Bir kişi benimle aynı eğitim düzeyine sahipse o kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,745
Bir kişi benimle aynı eğitim düzeyine sahipse ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,829
<b>5.DİL BOYUTU</b> <i>Cronbach Alfa: ,800</i>	
Bir kişi benimle aynı dili konuşuyorsa o kişiyle daha kolay etkileşim kurarım.	,687
Bir kişi benimle aynı dili konuşuyorsa ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,628
Bir kişi benimle aynı dili konuşuyorsa o kişiye kendimi daha yakın hissederim.	,708
Bir kişi benimle aynı dili konuşuyorsa o kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak isterim.	,673
<b>6.KÜLTÜR BOYUTU</b> <i>Cronbach Alfa: ,892</i>	
Bir kişi benimle aynı kültürü paylaşıyorsa onunla daha kolay etkileşim kurarım.	,854
Bir kişi benimle aynı kültürü paylaşıyorsa ona fikirlerimi daha iyi ifade ederim.	,862
Bir kişi benimle aynı kültürü paylaşıyorsa o kişiye karşı kendimi daha yakın hissederim.	,854
	Tahmin K.Sayısı

Tablodan görülebileceği üzere ölçeğe ait alt boyutlar olması gereken güvenilirlik katsayısının (0,70) üzerinde bir değere sahiptir. Bunun yanı sıra maddelere ait tahmin katsayıları 0,50 değerinin üzerindedir. Yine de bu da ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Ayrıca ölçeğe ait genel güvenilirlik katsayısı  $\alpha$ :0,934 olarak bulunmuştur. Bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

### **Sonuç**

Toplumun insan varlığının hayatta kalabilmesi için bir sığınak olduğu (Proudhon, 2017, s. 231) ve insanın doğası gereği bir arada yaşama mecburiyetinde bulunduğu (Bierstedt, 2014, s. 21) aksiyomatik bir niteliğe sahiptir. Bunun yanında insan varlığı, diğer canlılardan farklı olarak kafasında sınırsız biçimde görüntü üretebilen bir canlıdır (Anık, 2017). Fakat toplumsal yaşam, bilinçlerin ortaklaşması ile karakterize olmaktadır (Durkheim, 1984, s. 61). Dolayısıyla toplumun var olabilmesi için bilinçleri ortaklaştıracak ve insanları bir araya getirecek medyatik mekanizmaların olması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle insan, toplumu medyatik olarak, iletişimle inşa etmektedir (Schultze, 2007, s. 4). Medyatik inşa; bireylerin medyatik mekanizmalar dolayısıyla ortaklaşma sürecini tarif etmektedir (Anık, 2014, s. 60). Bu medyatik mekanizmalar sayesinde insanlar bir araya gelip cemaat, camia ve cemiyet gibi toplumsal mevcudiyetleri oluşturmaktadır. Bu anlamda din, dil, kültür, eğitim düzeyi, dünya görüşü (ideoloji) ve mekan dili (paylaşılan ortam) bireyleri bir araya getirmekte; bir bütünlüğün oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Dil toplumsal bütünlük için bireylerin kendilerini belli kurallar etrafında dışsallaştırmasına imkan tanımaktadır (König, 1991; Mead, 1972). Din eğitici ve kaynaştırıcı işleviyle insanları bir araya getirmektedir (Dönmezer, 1984). Kültür ise bir üst yapı olarak insanlar arasında dayanışmayı temin ederek toplum denen mefhumun oluşmasına vesile olmaktadır (Fichter, 2002). Daha alt boyutta ise dünya görüşü, eğitim düzeyi ve kişinin sahip olduğu mekan dili, bireylerin ortaklaşmasında etkili olabilmektedir. Fakat bu aksiyomun hipotez haline getirilerek ölçülmesi gerekmektedir ve literatürde bunu ölçebilecek herhangi bir araç bulunmamaktadır. Bu çalışma ile ilgili hipotezi ölçebilecek bir aracı geliştirilmeye çalışılmıştır. Ölçek oluşturma sürecinde yapılan testler sonucu geçerlilik ve güvenilirliği temin eden değerlerin elde edildiği görülmüştür. İlgili çalışmanın özellikle iletişim sosyolojisi, iletişim psikolojisi, göç iletişimi bağlamında gerçekleştirilecek sonraki çalışmalarda din, dil, kültür, eğitim düzeyi, mekan dili ve dünya görüşü (ideoloji) gibi alt boyutların etkilerini ölçebilmeye imkan tanıyacağı düşünülmektedir.

### **Kaynakça**

- Anık, C. (2014). İletişim Sosyolojisi. Derin Yayınları.
- Anık, C. (2017). Bilgi İşleme Mekanizma Olarak Zihinsel Performans. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5(1), 314–330.
- Asiliskender, B. (2004). Kimlik, Mekan ve Yer Deneyimi. Kültür ve İletişim, 7(14), 73–94.
- Barnard, A. (2016). Simgesel Düşüncenin Doğuşu. Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

- Berger, P. (1993). *Dinin Sosyal Gerçekliği*. İnsan Yayınları.
- Bierstedt, R. (2014). 18. Yüzyılda Sosyolojik Düşünce. In T. Bottomore & R. Nisbet (Eds.), *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi* (pp. 21–57). Kırmızı Yayınları.
- Blumer, H. (1986). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.
- Bryman, A., & Cramer, D. (2002). *Quantitative Data Analysis with SPSS Release 10 for Windows: A Guide for Social Scientists*. Routledge.
- Cohen, A. (1999). *Topluluğun Simgesel Kuruluşu*. Dost Kitabevi.
- Dönmezer, S. (1984). *Sosyoloji*. Savaş Yayınları.
- Durkheim, E. (1984). *The Division of Labour in Society*. MacMillan Press.
- Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir, O., Özdamar, K., & Sanisoğlu, S. Y. (2013). Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Uyum İndeksleri. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, 33(1), 210–223.
- Fichter, J. (2002). *Sosyoloji Nedir*. Anı Yayıncılık.
- Freyer, H. (1964). *Din Sosyolojisi*. AÜİFY.
- Giri, V. N. (2006). Culture and Communication Style. *Review of Communication*, 6(1–2), 124–130. <https://doi.org/10.1080/15358590600763391>
- Günay, Ü. (1998). *Din Sosyolojisi*. İnsan Yayınları.
- Günkör, C., & Özdemir, M. Ç. (2017). Sosyal Sermaye ve Eğitim İlişkisi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15(1), 70–90.
- Harari, Y. N. (2017). *Hayvanlardan Tanrılara: Sapiens*. Kolektif Yayınları.
- Heywood, A. (2016). *Siyasi İdeolojiler*. BB101.
- Hinkin, T. (1995). A Review of Scale Development Practices in the Study of Organizations. *Journal of Management*, 21(5), 967–988.
- Iyer, S., Kitson, M., & Toh, B. (2005). Social Capital, Economic Growth and Regional Development. *Regional Studies*, 39(8), 1015–1040.
- Kaasa, A., & Parts, E. (2008). Individual-Level Determinants of Social Capital in Europe: Differences Between Country Groups. *Acta Sociologica*, 51(2), 145–168.
- Kızılçelik, S. (2017). *Sosyoloji Tarihi-4: Hegel, Proudhon, Marx, Durkheim, Weber ve Veblen'in Sosyal Teorileri*. Anı Yayıncılık.
- Kline, P. (1994). *An Easy Guide to Factor Analysis*. Routledge.
- König, G. Ç. (1991). Toplumdilbilim Açısından Dil ve Dil Türleri. *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, 2, 59–70.
- Köseihal, N. Ş. (1971). *Durkheim Sosyolojisi*. Remzi Kitabevi.
- Kuhn, T. (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.

- Levy-Bruhl, L. (1975). *The Notebooks on Primitive Mentality*. Peter Riviere (Trans.). Basil Blackwell.
- Macit, M. H. (2016). İdeoloji Üzerine Felsefi Bir Değerlendirme. *Kaygı, Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, 26, 29–36.
- Mardin, Ş. (2021). *Din ve İdeoloji*. İletişim Yayınları.
- Mead, G. H. (1972). *Mind, Self and Society* (C. W. Morris, Ed.). The University of Chicago Press.
- Moore, W. E. (2014). İşlevselcilik. In T. Bottomore & R. Nisbet (Eds.), *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi*. Kırmızı Yayınları.
- Nisbet, R. (2013). *Sosyolojik Düşünce Geleneği*. Paradigma Yayıncılık.
- Oakeshott, M. (1962). *Rationalism in Politics and Other Essays*. Liberty Fund.
- Özlem, D. (2000). *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi*. İnkılap Yayınları.
- Pace, E. (2011). Religion as communication. *International Review of Sociology*, 21(1), 205–229. <https://doi.org/10.1080/03906701.2011.544201>
- Pløger, J. (2001). Millennium Urbanism -Discursive Planning. *European Urban and Regional Studies*, 8(1), 63–72.
- Proudhon, P. J. (2017). *Mülkiyet Nedir? Hukukun ve Yönetimin İlkesi Üzerine Araştırmalar*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Rapoport, A. (1990). *The Meaning of The Built Environment, A Nonverbal Communication Approach*. The University of Arizona Press.
- Schultze, Q. J. (2007). Communication as Religion: In Memory of James W. Carey, 1935-2006. *Journal of Media and Religion*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/15348420701338277>
- Solak, S. S. G. (2017). Mekân-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 13–37.
- Tokatlı, A. (2011). *Çağdaş Diyalektiğin Kaynağı Hegel*. Sitare Yayınları.
- Wach, J. (1995). *Din Sosyolojisi*. MÜİFVY.

#### **Elektronik Kaynak**

“Kültür” kelimesinin İngilizce karşılığı için:

[https://www.etymonline.com/word/culture#:~:text=culture%20\(n.\),cultivate%22%20\(see%20colony\)](https://www.etymonline.com/word/culture#:~:text=culture%20(n.),cultivate%22%20(see%20colony).). Erişim Tarihi: 25.09.2022.