



**T.C.**  
**İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**Klinik Psikoloji Anabilim Dalı Programı**

**ANLATIYA DAHİL OLMA ÖLÇEĞİ'NİN**  
**(NARRATIVE ENGAGEMENT SCALE)**

**UYARLAMA ÇALIŞMASI**

Yüksek Lisans

Tezi Hazırlayan: **Deniz AĞAR**

## ÖZET

### ANLATIYA DAHİL OLMA ÖLÇEĞİ'NİN (NARRATIVE ENGAGEMENT SCALE) UYARLAMA ÇALIŞMASI

Deniz AĞAR

Yüksek Lisans Tezi, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Ömer Faruk ŞİMŞEK

Eylül, 2014 - 95 sayfa

Bu araştırma kişilerin anlatıya dahil olmasını; dikkat-odaklanma, duygusal dahil olma, öykünün içinde hissetme, anlatı anlayışı olmak üzere dört boyutta ölçen Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'ni Türk kültürüne uyarlamak amacıyla yapılmıştır. Uyarlama çalışması kapsamında ölçeği geliştiren çalışmacılardan izin alınmış, ölçek Türkçe'ye çevrilmiş ve geri çevirisi yapılmış bu çeviriler bir ekip tarafından değerlendirilerek çeviri son şeklini almıştır. Ölçeğin orijinal formu ile Türkçe form arasındaki eşdeğerliği, Türkçe formun anlaşılabilirliği, yapı geçerliği, ölçüt bağıntılı geçerlik, madde-toplam korelasyonu ve iç tutarlılığı incelenmiştir. Ölçüt bağıntılı geçerliği değerlendirmek üzere daha önce Türk kültürüne uyarlanmamış olan Anlatısal Aktarım Ölçeği ve Özdeşleşme Ölçeği'nin de uyarlama çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmalar kapsamında ölçekleri geliştiren çalışmacılardan izin alınmış, ölçekler Türkçe'ye çevrilmiş ve geri çevirileri yapılmış, bu çeviriler bir ekip tarafından değerlendirilerek çevirileri son şeklini almıştır. Her iki ölçeğin iç tutarlılığı ve ölçüt bağıntılı geçerliği değerlendirilmiştir.

Araştırma verileri İstanbul Arel Üniversitesi ve Karakedi Kültür Merkezi'nde yapılan toplu gösterimlerle yaş ortalamaları 22.2 olan 152 katılımcıdan oluşan bir örneklemden toplanmıştır.

Ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları sırasında, orijinal formu 12 madde ve dört boyuttan meydana gelen ölçeğin, Türkçe formunun 10 madde ve üç boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Bir madde orijinal formda olduğundan farklı bir faktöre yüklenirken, iki madde de ölçekten çıkarılmıştır. Yapılan geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları sonunda 10 maddeden oluşan ve üç boyutlu Türkçe formun Türk kültürüne uygun olduğuna karar verilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Anlatı, anlatıya dahil olma, anlatı etkileri, anlatı ölçekleri

## **ABSTRACT**

### **TURKISH ADAPTATION STUDY OF NARRATIVE ENGAGEMENT SCALE**

**Deniz AĞAR**

**Master Thesis, Department of Clinical Psychology**

**Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Ömer Faruk ŞİMŞEK**

**Septemner 2014, 95 pages**

The purpose of his study was to adapt Narrative Engagement Scale into Turkish culture. Narrative Engagement Scale aims to measure narrative engagement and it distinguishes among four dimensions of experiential engagement in narratives: attentional focus, emotional engagement, narrative presence and narrative understanding. Within the context of adaptation study, permission obtained from researchers who developed the scale. The scale was translated into Turkish and back translated into English and these translations were evaluated by a committee to finalize the translation process. The equivalence between English form and Turkish form, clarity of Turkish form, construct validity, criterion validity, item-total correlation and internal consistency were observed. To assess criterion validity, adaptation studies of Transportation Scale and Identification Scale which were not adapted into Turkish culture before, also performed. Within the context of adaptation study, permission obtained from researchers who developed the scales. The scales were translated into Turkish and back translated into English and these translations were evaluated by a committee to finalize the translation process. Criterion validity and internal consistency were observed for both scales. Research data conducted by group session in İstanbul Arel University and Karakedi Cultural Center in a sample consist of 152 participants and 22.2 average of age.

Validity and reliability studies showed that even though the original form of the scale was consist of 12 items and four dimensions; the version contains 10 items and three dimensions was valid and reliable for Turkish form. It can be said that the Turkish form consisting of 10 items and three dimensions is appropriate for Turkish culture.

**Keywords:** Narrative, narrative engagement, narrative effects, measures of narrative

## ÖNSÖZ

Bireyler farkında olarak ya da olmayarak her gün anlatıların etkisi altında kalmakta ve onlardan olumlu ve olumsuz yönlerde etkilenmektedirler. Bu çalışma, özellikle son on yılda dünyada yoğun olarak araştırmalara konu olan anlatı etkilerini değerlendirmeye yarayan güvenilir bir ölçme aracını Türk kültürüne kazandırmak için yapılmış bir uyarlama çalışmasıdır. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin hem kavramın farklı yönlerini değerlendirme imkanı sunan çok boyutlu yapısı hem de güvenilirliği ile araştırmacılara çalışmalarında katkı sunacak bir ölçek olmasını umuyorum.

Bilgisini ve desteğini esirgemeyen Danışmanım Doç. Dr. Ömer Faruk ŞİMŞEK' e, ayırdıkları vakit ve ilgileri için Jüri Üyeleri Sayın Yard. Doç. Dr. Alp Girey KAYA ve Yard. Doç. Dr. Zümra ÖZYEŞİL'e, özellikle çeviri sürecindeki yardımları için İstanbul Arel Üniversitesi Psikoloji bölümü öğretim görevlileri ve araştırma görevlilerine, çeviri süreçlerinde profesyonel desteklerini aldığım Yard. Doç. Dr. Senem Öner, Nurhayat KÖKLÜ, Erkal ÜNAL ve Evrim BAYINDIR'a, gösterim süreçlerindeki teknik destek için Karakedi Kültür Merkezi'ne ve maumau ekibine, motivasyon desteği için çok sevgili arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Son olarak destek ve sevgileri olmasa tezimi asla hakkıyla ve vaktinde tamamlayamayacağım ailem ve sevgili Eren ACARARICIN'a can-ı gönülden teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET .....	i
ABSTRACT .....	-ii
ÖNSÖZ .....	-iv
KISALTMALAR LİSTESİ .....	viii
TABLolar LİSTESİ .....	-ix
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	-x
EKLER LİSTESİ .....	-xi

### 1. GİRİŞ

1.1. Problem.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı.....	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.3.1. Araştırmanın Klinik Psikoloji Alanı İçin Önemi.....	4
2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	

2.1. Anlatının Terapötik Bir Müdahale Aracı Olarak Kullanıldığı Yaklaşımlar.....	6
2.2. Anlatıya Dahil Olmaya İlişkin Kuramsal Görüşler.....	9
2.2.1. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Dayandığı Kuramsal Temeller.....	10
2.2.1.1. Anlatıya Dahil Olma ve Zihinsel Modeller.....	10
2.2.1.2. Anlatının Bakış Açısına Dahil Olma.....	11
2.2.1.2.1. Gösteren Kayması Teorisi.....	11
2.2.1.2.2. Anlatıya Dahil Olma ve Özdeşleşme İlişkisi.....	13
2.2.1.3. Anlatı Dünyasının İçinde Hissetme.....	13
2.2.1.3.1. "Orada Olmak" Presence.....	15
2.2.1.3.2. Kavramın Tarihsel Süreci.....	16
2.2.1.3.3. Kavramın Tipolojisi.....	17
2.2.1.4. Anlatısal Aktarım (Transportation).....	18
2.2.1.5. Akışa Dahil Olma.....	19
2.2.1.5.1. Akışa Dahil Olma ve Anlatı Dünyasının İçinde Hissetme.....	21
2.2.1.6. Algılanan Gerçekçilik.....	22
2.2.1.7. Öz- Referanslama (Self-Referencing).....	23
2.2.2. Anlatıya Dahil Olmanın Bilişsel Özellikleri.....	24
2.2.3. Anlatıya Dahil Olmaya Engel Olabilecek Durumlar.....	24
2.2.4. Anlatıya Dahil Olmanın Sonuçları.....	25
2.2.4.1. Öyküyle Tutarlı Tutum Ve İnançlar.....	25
2.2.4.2. Keyif Alma.....	26
2.3. Anlatıya Dahil Olmanın Boyutları.....	27

<b>2.4. Anlatının Kişi Üzerindeki Etkilerini Ölçen Diğer Ölçekler</b> -----	29
<b>2.4.1. Anlatısal Aktarım Ölçeği</b> -----	29
<b>2.4.2. Özdeşleşme Ölçeği</b> -----	30
<b>2.5. İlgili Araştırmalar</b> -----	31
<b>2.5.1. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Kullanıldığı Çalışma Örnekleri</b> -----	31
<b>2.5.2. Anlatıya Dahil Olma Kavramının Kullanıldığı Çalışma Örnekleri</b> -----	32

### **3. YÖNTEM**

<b>3.1. Araştırmanın Modeli</b> -----	36
<b>3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi</b> -----	36
<b>3.3. Veri Toplama Araçları</b> -----	37
<b>3.3.1. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği</b> -----	37
<b>3.3.2. Anlatısal Aktarım Ölçeği</b> -----	40
<b>3.3.3. Özdeşleşme Ölçeği</b> -----	42
<b>3.4. Ölçek Uyarlama Çalışmasının Aşamaları</b> -----	44
<b>3.5. Ölçeğin Uyarlanması Çalışmasında Uygulanan İşlem Basamakları</b> --	50
<b>3.5.1. Çeviri Çalışmaları</b> -----	50
<b>3.5.2. Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışmaları</b> -----	51
<b>3.5.2.1. Geçerlik Çalışmaları</b> -----	51
<b>3.5.2.2. Güvenirlik Çalışmaları</b> -----	52

### **4. BULGULAR**

<b>4.1. Geçerlik Çalışmalarına İlişkin Bulgular</b> -----	53
<b>4.1.1. Yapı Geçerliği Çalışmalarına İlişkin Bulgular</b> -----	53
<b>4.1.1.1. Açımlayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular</b> -----	53
<b>4.1.1.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi</b> -----	54
<b>4.1.1.3. Ölçüt Bağıntılı Geçerlik Çalışmalarına İlişkin Bulgular</b>	58
<b>4.2. Güvenirlik Çalışmalarına İlişkin Bulgular</b> -----	59

### **5. TARTIŞMA**

<b>5.1. Geçerlik Çalışmalarına İlişkin Bulgulara Yönelik Yorumlar</b> -----	61
<b>5.2. Güvenirlik Çalışmalarına İlişkin Bulgulara Yönelik Yorumlar</b> -----	64

<b>5.3. İleri Çalışmalar için Öneriler</b> -----	64
<b>KAYNAKÇA</b> -----	71
<b>EKLER</b> -----	80
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> -----	88



## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>DO</b>	<b>: Dikkat Odaklanma Alt Ölçeği</b>
<b>DD</b>	<b>: Duygusal Dahil Olma Alt Ölçeği</b>
<b>AA</b>	<b>: Anlatı Anlayışı Alt Ölçeği</b>
<b>İH</b>	<b>: İçinde Hissetme Alt Ölçeği</b>
<b>NE</b>	<b>: Narrative Engagement</b>
<b>NP</b>	<b>: Narrative Presence</b>
<b>NU</b>	<b>: Narrative Understanding</b>
<b>EE</b>	<b>: Emotional Engagement</b>
<b>HD</b>	<b>: Hedef Dil</b>
<b>KD</b>	<b>: Kaynak Dil</b>
<b>G- HD</b>	<b>: Hedef Dilden Geri Çeviri</b>

## TABLÖLAR LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
<b>Tablo 1.</b> Anlatıya Dahil Olma Ölçeği Türkçe Formu Faktör Analizi Sonuçları -----	53
<b>Tablo 2.</b> Ölçme Modeli İçin Uyum İyiliği Değerleri-----	53
<b>Tablo 3.</b> Ölçme Modeli İçin Parametre Değerleri-----	54
<b>Tablo 4.</b> Anlatıya Dahil Olma Ölçeği Faktör Varyansı (communality) Değerleri, Madde-Toplam Korelasyonları ve İç-Tutarlık Değerleri.-----	58

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1. Üst Düzey Gizli Değişkenle Birlikte Anlatıya Dahil Olmanın Boyutları-----	39
Şekil 2. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği Türkçe Formu Yamaç-Birikinti Grafiği	52
Şekil 3. Ölçme Modeline İlişkin Standardize Edilmiş Çözümleme Değerleri	55
Şekil 4. Ölçme Modeline İlişkin T-Değerleri-----	55

## EKLER LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
<b>Ek- 1:</b>	Narrative Engagement Scale-----74
<b>Ek- 2:</b>	Transportation Scale-----75
<b>Ek- 3:</b>	Identification Scale-----76
<b>Ek- 4:</b>	Anlatıya Dahil Olma Ölçeği-----77
<b>Ek- 5:</b>	Anlatısal Aktarım Ölçeği (ER dizisi için)-----78
<b>Ek- 6:</b>	Özdeşleşme Ölçeği (ER dizisi için)-----79

## I BÖLÜM

### GİRİŞ

Kitap okuyucusunun ya da film izleyicisinin öyküye ne derece dahil olduğu son yıllarda araştırmacıların giderek daha fazla ilgisini çekmektedir. Anlatıya dahil olma, anlatısal aktarım kavramı kullanılarak geliştirilip kavramsallaştırılmıştır. Anlatısal aktarım kavramı ise Gerrig (1993)'in bir metaforuna dayanır. Bu metafora göre kendini hikayenin içinde hisseden birinin duygu ve düşünceleri de bu kurgu dünyasına uygun olarak değişecektir. Melanie Green ve Tim Brock 2000 yılında yayınladıkları ve son derece etkili çalışmalarında kendilerini daha fazla öyküye aktarılmış hisseden okuyucuların, hikayede desteklenen fikirleri benimsemeye daha yatkın olduklarını ortaya koymuşlardır (Green & Brock, 2000). Onlardan bir yıl sonra Cohen anlatı etkilerinden en popüler olanı olsa da o tarihe kadar işlemsel bir tanımlama yapılamamış ve dolayısıyla bir ölçme aracı geliştirilememiş olan özdeşleşme üzerine ses getiren çalışmasını yayınlamıştır (Cohen, 2001). İleri çalışmalar neticesinde, aslında anlatısal aktarım ve özdeşleşmenin okuyucu ya da izleyicilerin anlatıya dahil olmalarının farklı yönlerini ortaya koyan kavramlar oldukları düşünülmüştür. Bunu üzerine Buselle ve Bilandzic anlatıya dahil olmayı tüm boyutlarıyla ortaya koyacak bir tanımlama ve ölçme aracı geliştirmek için bir araştırma yürütmüş ve 2009'daki "Anlatıya Dahil Olmayı Ölçmek" (Measuring Narrative Engagement) çalışmalarını yayınlamışlardır. Ölçekleri amaçlarına hizmet etmiş ve daha sonra pek çok bilimsel çalışmada ölçme aracı olarak kullanılmıştır.

#### 1.1. Problem

Anlatıya dahil olmanın tutum ve inançlarda öyküyle tutarlı yönde değişikliklere sebep olduğu çeşitli çalışmalarla ortaya konmuştur (Green & Brock, 2000; Slater 2002; Slater, Rouner & Long, 2006). Bu bilgi doğrultusunda sosyal psikoloji, bilişsel psikoloji ve medya psikolojisi alanlarında pek çok çalışma yapılmış bu çalışmalar kimi kitaplarda toplanarak literatürde yerini almıştır (Örn. Green, Strange, Brock 2013). Psikoloji alanında geliştirilen bu kavram zamanla sağlık (Gardner, 2010; Hecht & Miller-Day, 2013), eğitim (Sangalang, Johnson & Cianco, 2013; Johnson, HARRISON & Quick, 2014), politika (Landreville & LaMarre, 2009, 2011), felsefe

(Krakowiak & Oliver, 2012; Bartsch, 2010) alanındaki çalışmalara da konu olmuştur.

Anlatının kişi üzerindeki etkileri keşfedildikçe bireyler ve kitleler üzerinde olumlu (Miller-Day & Hecht, 2013) ve olumsuz (Riddle, 2013) etkileri ortaya konmuş ve olumlu etkilerin ne şekilde artırılacağı üzerine çalışmalar yapılmaya başlanmış (Ross, 2011; Chun & Shi, 2013) ve anlatı etkileri günümüzde üzerine yoğun olarak çalışılan bir alan haline gelmiştir.

Anlatının kişiler üzerindeki etkileri üzerine yapılan çalışmalar psikoloji alanında, öncelikle bu etkilerin boyutlarının ve bireyi ne yönde ve ne kadar etkilediklerinin belirlenmesi çalışmalarıyla başlamış, daha sonra kişilerin kendilerini, başkalarını ve dünya görüşlerini, inanç ve tutumlarını ne şekilde ve ne ölçüde etkilediğini araştıran çalışmalarla devam etmiştir. Klinik psikoloji alanında psikoterapi ve psikoterapist algısı üzerine ve anlatıların bireylerin kendilik algılarını nasıl ve ne düzeyde etkilediği üzerine doktora tez çalışmaları yapılmıştır (Robison, 2013; Woolley, 2012).

Sağlık alanında anlatıya dahil olmanın olumlu etkilerinden faydalanılabileceğini ortaya koyan çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda bireylerin hastalıklarla ilgili bilinç kazandırma (Gardner, 2010), sigara bırakma (Kim, Bigman, Leader, Lerman & Cappella, 2012) ve uyuşturucu kullanımının önüne geçme (Miller-Day & Hecht, 2013) gibi bireysel ve toplumsal farkındalığı artıracak çalışmalar yürütülmüştür.

Politika alanında anlatıya dahil olmanın bilinç kazandırma ve politik katılımı artırma yönünde kullanılabileceğini ortaya koyan tez çalışmaları ve makaleler yayınlanmıştır (Huijts, 2012; Landreville & LaMarre, 2011).

Eğitim alanında anlatıya dahil olmanın öğrenme süreçleri üzerindeki etkileri (Landreville & LaMarre, 2009) ve son yıllarda yaygın olarak kullanılan eğlenceli eğitim sistemi içinde anlatıya dahil olmanın etkilerinde ne şekilde faydalanılabileceği araştırılmıştır.

Anlatıya dahil olmanın sonuçlarından biri de keyif almaktır. Bu nedenle medya alanında anlatıya dahil olma daha çok bu yönüyle ele alınmıştır. Eğlenceyi artırabilmek için anlatıya dahil olma kavramından ne şekilde faydalanılabileceği araştırılmıştır (Bartsch & Oliver, 2011; Ross, 2011, Bartsch, 2012).

Anlatıların olası olumsuz etkilerinin önüne geçmek ve psikoloji, eğitim, sağlık, siyaset gibi alanlarda olumlu etkilerini artırabilmek adına yapılan çalışmalarda Anlatıya Dahil Olma Ölçeği kilit bir rol oynamaktadır. Yurt dışında bu alanda yüzlerce yayın yapılmış olmasına karşın ülkemizde anlatı etkilerini ölçmeyi hedefleyen geçerli bir ölçme aracının bulunmaması, bu alanda araştırmaların yapılmasında önemli bir engel oluşturmaktadır. Dolayısıyla araştırma yapmak için yeni ve zengin bir alan olan anlatı etkileri üzerine şimdiye kadar geliştirilmiş en kapsamlı ölçek olan Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Türk kültürüne uyarlanmasının başta psikoloji olmak üzere pek çok alan için faydalı olacağı düşünülmüştür.

## **1.2. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı, Anlatıya Dahil Olma Ölçeği (Narrative Engagement Scale)'ni Türk kültürüne uyarlamaktır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki çalışmalar yapılmıştır.

a. Yapı geçerliği için;

a.1. Ölçeğin Türkçe formu ile orijinal İngilizce formunun faktör yapılarının benzerliği,

a.2. Ölçeğin alt ölçeklerinin birbirleriyle gösterdikleri korelasyon katsayıları test edilmiştir.

b. Ölçüt bağıntılı geçerlik için;

b.1. Katılımcıların Anlatıya Dahil Olma Ölçeği alt ölçeklerinden aldıkları puanlarla Anlatısal Aktarım Ölçeği'nden aldıkları puanlar arasındaki ilişki,

b.2. Katılımcıların Anlatıya Dahil Olma Ölçeği alt ölçeklerinden aldıkları puanlarla Özdeşleşme Ölçeği'nden aldıkları puanlar arasındaki ilişki,

b.3. Katılımcıların Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nden aldıkları puanlarla Anlatısal Aktarım Ölçeği'nden aldıkları puanlar arasındaki ilişki,

b.4. Katılımcıların Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nden aldıkları puanlarla Özdeşleşme Ölçeği'nden aldıkları puanlar arasındaki ilişki test edilmiştir.

c. Güvenirlik için;

c.1. Ölçeğin madde-toplam puan korelasyonları ve

c.2. Alt ölçeklerin Cronbach alfa iç tutarlık katsayıları test edilmiştir.

## **1.3. Araştırmanın Önemi**

Anlatının bireyler üzerindeki etkileri özellikle son on yılda pek çok farklı çalışma alanında yoğun olarak çalışılan bir konudur. Anlatıya dahil olma,

anlatısal aktarım ve özdeşleşme kavramları bu çalışmalar için merkezi bir öneme sahiptir. Bu kavramları değerlendirebilmek için geliştirilmiş olan Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nden (Buselle & Bilandzic, 2009) 123 uluslar arası akademik yayında, Anlatısal Aktarım Ölçeği'nden (Green & Brock,2000) 996 uluslar arası akademik yayında ve Özdeşleşme Ölçeği (Cohen, 2001)'nden ise 482 uluslar arası akademik yayında faydalanılmıştır. Bu çalışmalar psikoloji, sağlık, eğitim, felsefe, siyaset gibi pek çok farklı alandadır. Çalışma dahilinde bu üç önemli ölçek de Türk kültürüne kazandırılmıştır. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin dünyada kullanıldığı çalışma alanlarında Türkiye'de de çalışmalar yürütülmesi bakımından ölçeğin uyarlanması önem taşımaktadır. Bunun dışında sosyal psikoloji, bilişsel psikoloji ve eğitim psikoloji alanlarında defalarca kullanılmış olmasına rağmen dünyada Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin kullanıldığı bir klinik psikoloji çalışması yoktur. Ölçeğin Türk kültürüne uyarlanma çalışmasının bir klinik psikoloji yüksek lisans tezi dahilinde yapılmış olması, bu anlamda yeni bir çalışma alanı ve ölçme aracı sunduğu için önemlidir.

### **1.3.1. Araştırmanın Klinik Psikoloji Alanı İçin Önemi**

Klinik psikoloji alanında giderek artan bir şekilde anlatılardan faydalanılmaktadır. Psikoterapi bireylerin kişisel anlatılarını oluşturdukları, değiştirdikleri, yıkıp yeniden kurdukları bir alan olarak değerlendirilebilir. Bireylerin hastalıklarını bütünlüklü bir anlatıya dökmelerinin iyileştirici bir etkisi olduğu öne sürülmektedir. Bu görüşten yola çıkarak Anlatı Terapisi terapötik bir müdahale olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu tür terapötik müdahalelerin terapi sürecinde nasıl daha işlevsel olarak kullanılabileceğini ortaya koymak için yapılacak çalışmalarda Anlatıya Dahil Olma Ölçeği son derece faydalı olabilir.

Bunun yanında sinema terapi de anlatıdan faydalanılan terapötik bir müdahale olarak son yıllarda öne çıkmaktadır. Sinematerapi sürecinde kullanılacak filmleri belirleme sürecinde de Anlatıya Dahil Olma Ölçeği faydalı olabilir. Aynı şekilde terapi süreçlerinde terapötik müdahale aracı olarak kitapları kullanan terapistler için de tedavi sürecinde daha işlevsel olacak araçları belirlemek bakımından yardımcı bir ölçme aracı olabilir.



## II BÖLÜM

### KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

#### 2.1. Anlatıya Dahil Olmaya İlişkin Kuramsal Görüşler

Anlatı Büyük Türkçe Sözlük'te “roman, hikâye, masal vb. edebî türlerde bir olay dizisini anlatma biçimi, hikâyeleme, hikâye etme, tahkiye” olarak; Yazın Terimleri Sözlüğü'nde ise “roman, öykü, masal, oyun gibi türlerde anlatılan gerçek ya da düşsel olayların anlatımı” olarak tanımlanmaktadır. Anlatıya dahil olma konusunda yapılan çalışmaların kökenini dikkatleri anlatı ve yazardan okuyucuya kaydıran alımlama teorisine dek dayandırmak mümkün olabilir.

“Almanya'da Konstanz Üniversitesi'nde gelişen alımlama estetiği kuramı, okur merkezli kuramlar arasında yer almaktadır. Wolfgang Iser ve Hans R. Jauss bu akımın ilk temsilcileri arasında yer almaktadır. Alımlama estetikçilerinin okur, eser, yazar ve toplum dörtlemesi arasından merkeze oturttukları, unsur okurdur (Selden, 1997:56 ). Her ne kadar diğer üç unsuru yok saymasalar da bu üç unsura anlam verenin okur olduğunu düşünmektedirler. Onlara göre okuma eylemi; yazar, toplum ve eser ile okurun diyalektine dayanan etkileşimli bir süreçtir. Bu süreçte ilk üç unsurun ne anlama geldiğinden daha önemlisi dördüncü unsur olan okurun bu unsurlara ne anlam verdiği (Holub, 1984: xii xiii).” (akt. Tüzel & Kurudayıoğlu, 2013).

Araştırmacıların ilgisi okurun ve izleyicinin anlatıyı nasıl deneyimlediğine kaydığında bu yana edebiyat, psikoloji ve ekonomi alanlarında bu alanda pek çok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar 2000'li yıllarda anlatı deneyiminin kendine odaklanmaya başlamıştır. Bir öykünün okuyucu/izleyiciyi nasıl etkilediğini anlamak için anlatı deneyiminin farklı yönlerine odaklanan Escalas (2007), Green, Garst ve Brock (2004) ve Slater, Rouner ve Long'un (2006) çalışmaları anlatıya dahil olmanın nihai olarak tanımlanıp ölçülebilir bir kavram olarak şekillenmesinde önemli çalışmalardır.

İzleyicinin anlatıya dahil olması algılanan gerçekçilik (Biocca & Burgoon, 2003), presence (Lee, 2004), karakterle özdeşleşme (Cohen, 2006) ve anlatsal aktarım (Grodal,2000) kavramları etrafında kavramsallaştırılmıştır. Bu kavramlar bir araya gelerek anlatıya dahil olmayı anlamak için iyi bir zemin

sağlarlar (Buselle & Bilandzic, 2008). Buselle ve Bilandzic (2009) okuyucu/izleyici ve anlatı etkileşimini anlamlandırmak, kavramsallaştırmak ve ölçmek için yapılan tüm çalışmalarını tarayıp değerlendirerek, anlatı algısındaki anlamlı faktörleri ölçen bir ölçek ortaya koymuşlardır. 12 maddeden oluşan ve anlatı anlayışı, dikkat-odaklanma, anlatının içinde hissetme ve duygusal olarak dahil olmayı içeren dört alt ölçekten oluşan bu ölçeği “Anlatıya Dahil Olma Ölçeği” olarak adlandırmışlardır.

### **2.1.1. Anlatının Terapötik Bir Müdahale Aracı Olarak Kullanıldığı**

#### **Yaklaşımlar**

Anlatı bireylerin tutum ve inançlarını etkileyebildiği için bireylerin terapi süreçlerinde bir terapötik müdahale aracı olarak kullanılmaktadır. Anlatıdan terapi sürecinde faydalanan pek çok terapi tekniği bulunsa da en sık kullanılan ve en yapılandırılmış olanlar sinema terapi, kitap terapisi ve anlatı terapisi. Aşağıda bu yaklaşımlara dair ayrıntılı bilgiler sunulmuştur.

Anlatı terapisi terapide anlatıya odaklanır. Anlatı terapisti daha zengin kişisel anlatılar geliştirme sürecinde danışanla işbirliği yapar. Bu süreçte anlatı terapistleri sorunlu hikâyenin olay örgüsüne halihazırda dahil edilmeyen olaylara dair deneysel olarak canlı betimlemelerin üretilmesi için sorular sorar. İçselleştirilmemiş bir kimliği kavramsallaştırmak suretiyle, anlatı pratikleri kişileri modernist ve yapısalcı paradigmalarda sorgusuz sualsiz kabul edilen niteliklerden ayırır. Bu dışsallaştırma süreci kişilerin kendi ilişkilerini farklı bir bakış açısıyla birlikte göz önünde bulundurmasını sağlar (White & Epton, 1990). Zaten anlatının şiarı şudur: “Sorun, kişinin kendisi değildir; sorun sorunun ta kendisidir.” Sözümona kuvvetli yanlar veya olumlu özellikler böyle dışsallaştırılmış olur ve kişilerin tercih edilen kimliklerin inşasına ve icrasına dahil edilmesini olanaklı kılar. İşlemsel açıdan bakıldığında, anlatı terapisi danışanla sorgulama ve işbirliği sayesinde ulaşılan bir yapıbozum ve “anlam yapımı” sürecini içerir. Anlatı çalışması genelde aile terapisi alanında yer alsa da, birçok yazar ve pratisyen bu fikirleri ve pratikleri grup terapisinde, okullarda ve yüksek öğretimde kullandığını belirtmektedir (Örn. Centre, 1997, 2000; John & Gerald, 2000).

Anlatı terapistleri belirli ölçüde birbirinden farklı çalışsa da terapistin danışanlarıyla “anlatısal olarak” çalıştığı kanaatine varılmasını sağlayabilecek bazı ortak unsurlar vardır. Anlatı terapisindeki ortak unsurlar şunlardır:

- Anlatıların veya hikâyelerin kişinin kimliğini şekillendirdiği varsayımı; sözgelimi bir kişinin kendi hayatındaki sorunun yarattığı etkileri ve sonuçları “baskın bir hikâye” diye değerlendirmesi.
- Belgelerin yaratılmasına ve kullanılmasına değer verilmesi; sözgelimi kişinin ve terapistin “Bunaltı Fakültesi’nden Mezun Olmak” diye bir metni beraber yazması.
- “Dışsallaştırmaya” yapılan vurgu; örneğin sorunun adını koyarak kişinin onun kendi hayatındaki etkilerini değerlendirebilmesini, hayatında nasıl işlediğini öğrenebilmesini, hayat hikâyesiyle bunun bağlarını kurabilmesini, bu sorun karşısında net bir konum alabilecek kadar onu değerlendirebilmesini ve nihayet onunla kuracağı ilişkiyi seçebilmesini sağlamak.
- Sorunun, sorunun veya hikâyenin kendisinin anlatılmasıyla tahmin edilemeyecek “eşsiz sonuçlar”ını (bu Erving Goffman’ın bir terimidir) yahut istisnalarına odaklanmak.
- Terapide yürütülen sohbetlerdeki iktidar ilişkilerinin etkisine dair güçlü bir farkındalık ve terapi tarzlarının etkilerini danışanla birlikte geriye dönüp değerlendirme ve böylece terapistin benimsediği görünmez varsayımların veya inançların olası olumsuz etkisini hafifletmek (White, 2000).

Kitap terapisi bir bireyin kitapların, şiirin ve diğer yazılı kelimelerin içeriğiyle olan ilişkisini terapi sürecinde kullanan, ifadeye dayalı bir terapidir. Kitap terapisi genelde yazı terapisiyle birleştirilir. Depresyonun tedavisinde etkili olduğu gösterilmiştir (Burns, 1999). Bu sonuçların uzun vadeli olduğu da ortaya konmuştur (Smith, Floyd, Jamison & Scogin, 1997). Kitap terapisinin tarihi antik döneme dek uzanır. Antik Yunanlar edebiyatın ruhsal ve manevi açıdan önemli olduğunu ileri sürmüştür (Sullivan & Strang, 2002). Kitap terapisinin ardındaki temel kavram sağaltıcı bir deneyimin edinilmesidir. Bilhassa II. Dünya Savaşı’nın ardından karmaşık sorunların çözümünde edebi kaynaklara başvurulmuştur. Kitap terapisi çocukların kendine güven

kazanmasında da faydalı olabilir. Sorunları çözüme yetilerinin kazanılmasında, yalıtılmışlık hissinin azaltılmasında, yaratıcılığın artırılmasında etkindir (Berns, 2004). Ebeveynlere çocuklarıyla kimi sorunları konuşmasında vesile sağlayabileceği düşünülür. Bugün sağlık çalışanları ve kurumları kitap terapisini çeşitli şekillerde kullanmaktadır. Kitap terapisi temelde danışanın yaşadığı bir sorun karşısında hayat durumuyla ilintili gerek kurgu gerek kurgu olmayan okuma malzemelerinin seçilmesine dayanır. Kitap terapisi kavramı zaman içinde değişip genişlemiştir. Terapi müdahalesi olmaksızın kişisel gelişim rehberlerinden, terapistin danışanın rahatlamasını sağlamak için bir filmi seyretmesini tavsiye etmesine kadar genişlemiştir.

The Online Dictionary for Library and Information Science'da (2011) kitap terapisi şöyle tanımlanır: Hastaların zihinsel hastalık veya duygusal sıkıntıdan kurtulmasını kolaylaştırmak için tasarlanmış planlı bir okuma programı içindeki bir içeriğe dayalı olarak seçilmiş kitapların kullanılması. İdeal açıdan bakıldığında, bu süreç üç aşamada gerçekleşir: okurun tavsiye edilen eserdeki belirli karakterle kişisel özdeşleşme kurması, bunun psikolojik bir katarsise yol alması ve bunun sonrasında metinde öne sürülen çözümün okurun kendi deneyimiyle ilişkisi konusunda rasyonel bir içgörüyü varılması. Bu doğrultuda eğitim almış bir psikoterapistin yardımı tavsiye edilir.

1980 ve 1990'larda kitap terapisi yaygın bir şekilde kullanılıyordu ama üzerine yapılan araştırmalar azdı. Fakat kontrollü testler kitap terapisinin kişinin kendine kasten zarar vermesi, obsesif-kompulsif bozukluk, bulimia nervosa ve imsomnia gibi durumlarda olumlu etkiler sağladığını ortaya çıkarmıştır. Bu araştırmalar alkol ve uyuşturucu bağımlılığı, cinsel bozukluk, duygusal sıkıntılar ve depresyondaki yaşlı insanların tedavisi konusunda da bu yönden faydalanılabildiği, bu gibi sorunların tekerrünü azalttığını göstermiştir (McKenna, Hevey & Martin, 2010).

Sinemanın terapide kullanımı üzerine ilk çalışmayı 1995'te Solomon Yapmıştır. Solomon 200 filmi ayrıntısıyla inceleyerek hangi hasta gruplarında ne maksatlarla kullanılabileceklerine yönelik geniş bir çalışma yürütmüştür. Sinematerapi tüm dünyada yaygın olarak kullanılan bir terapötik yöntem haline gelmiştir ve hastalar üzerinde olumlu etkileri pek çok çalışmayla kanıtlanmıştır (Örn. Powel, 2008; Paleg & Jongsma, 2005)

Sinemanın terapide kullanım süreçleriyle ilgili Türkiye’de en önemli çalışmaları yürüten Faruk Gençöz (2007) sinematerapi uygulamasının terapötik uygulamasını şöyle açıklar:

“Uzman eşliğinde rahatsızlığın türüne göre seçilen film izlendikten sonra uzman, kişiyle film hakkında konuşmakta ve hikâye ve karakterlerin davranışlarıyla kişinin karşı karşıya kaldığı sorunların önce açığa çıkarılması sonra giderilmesi amaçlanmaktadır. Film veya kliplerini, depresyon, huzursuzluk, öfke, sinirlilik ve korku faktörlerinin iyileşmesinde yardımcı metot olarak kullanılmaktadır. Film terapisinde psikiyatristler, psikologlar, terapistler, akademisyenler, eğitimciler 8-12 kişilik hasta gruplarına onların ihtiyaçlarına göre örneğin ilişkilerindeki sorunları, bağımlılıkları veya yaşadıkları travmalarına yönelik temaları içeren filmleri seyrettirirler. Haftada bir gerçekleştirilen seanslarda katılımcıların gösterdikleri gelişmeler uzman tarafından kayıt altına alınır. Film terapisi, bilişsel ve davranışsal yaklaşımlar için destekleyici, tedaviyi destekleyici, hızlandırıcı bir araç olarak da kullanılmaktadır. Terapide hikâyeler, mitler, espriler ve rüyalara benzer şekilde kullanılabilen metaforlar olan filmler hastanın bilişsel yapısını anlamayı kolaylaştırmakta ve aynı zamanda izlediği filmdeki davranışa öykünerek tedaviye daha açık olmaktadır.”

### **2.2.1. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği’nin Dayandığı Kuramsal Temeller**

Bu bölümde “Anlatıya Dahil Olma Ölçeği”nin dayandığı kuramsal temelleri, boyutları ve sonuçları ayrıntısıyla ele alınmıştır.

#### **2.2.1.1. Anlatıya Dahil Olma ve Zihinsel Modeller**

Bir anlatıyı anlayabilmek ve idrak edebilmek için izleyicilerin öyküyü temsil eden zihinsel modeller kurmaları gerekmektedir (Graesser, Olde, & Klettke, 2002; Roskos-Ewoldsen, Davies, & Roskos-Ewoldsen, 2004; van Dijk & Kintsch, 1983; Zwaan, Langston, & Graesser, 1995). Sahneleri, karakterleri ve durumları temsil eden bu modeller, hem metinden ya da filminden gelen bilgilerle hem de okuyucunun ya da izleyicinin hayata, anlatının konusuna ya da doğrudan anlatıya dair önceden sahip olduğu bilgilerle şekillenir. İzleyicinin önceden sahip olduğu bilgilerse kaynağını hem gerçek dünya deneyimlerinden hem de hem de kurgusal ya da kurgusal olmayan önceki deneyimlerinden almaktadır (Fiske & Taylor, 1991; Ohler, 1994). Örneğin; Harry Potter serisinden bir kitap okuyan okuyucuların zihninde ortak özellikleri olsa da birbirinden farklı birer “Harry” karakteri canlanmıştır. Bunun nedeni zihinde

canlandırılan karakterin kitapta tariflenen özellikleri ve kişinin zihnindeki stereotiplerin bir kombinasyonu ile oluşturulmasıdır. Öte yandan kitapta bir ejderhadan ya da asadan söz edildiğinde bunların ne olduğunun açıklanmasına gerek duyulmaz, zira bu kurmaca unsurlar hakkında okuyucunun önceden bilgi sahibi olduğu varsayılır.

Anlatıya dahil olmuş bir izleyici ya da okuyucunun zihinsel modellerinin hikayeye birlikte gelişmesi ve güncellenmesi beklenir. Yine aynı örnek üzerinden gidilecek olursa, Harry Potter serisinin kahramanları yıllar içinde büyümüş, değişmiş, örneğin serinin başlarında korkak olan karakterlerin cesur, kötü karakterlerin iyi olduğu ya da tam tersi olmuştur. Anlatıya dahil olmuş bir okuyucunun öyküdeki bu tip değişikliklerle uyumlu olarak karakterlere dair zihinsel modelleri değişecektir.

Teorik olarak zihinsel modeller pek çok medya içeriğine uygulanabilmektedir. Ryan (2007) bir hikayenin zihinsel temsili ele alındığında, kurgu olup olmamasının (gerçek hayattan bir hikaye ya da hayal gücüyle üretilmiş olması) ya da hikayeyi anlatma aracının (okunması, dinlenmesi ya da izlenmesi) fark etmeyeceğini iddia eder. Aslında pratikte Ryan'a karşı çıkmak ve anlatıyı aktaran aracın niteliğinin zihinsel modeli etkileyeceğini söylemek mümkündür. Bir kitap ve filmi karşılaştıracak olursak, filmin ses ve görüntü bilgisi de sağladığı için ya da anlatıya dair gelen bilginin oranını ve hızını okuyucu kendisi belirleyebilirken izleyici belirleyemediğinden, filmlerin zihinsel model üzerinde daha dayatmacı bir konumu olduğu söylenebilir. Yine aynı örnek üzerinden gitmeye devam edilirse okuyucuların gözlerinde canlandırdıkları karakterler çok çeşitli olabilirken filmde karakterin görüntüsünün onu canlandıran oyuncuyla sınırlandırılmış olması yukarıda anlatılan sürece denk gelecektir. Ne var ki bu farklar anlatıya dair bilginin nasıl işlendiğine dair değil; bu bilgi ve okuyucu ya da izleyicinin nasıl bağlantı kurduğuna dair farklılardır (Busselle & Bilandzic, 2009).

#### **2.2.1.2. Anlatının Bakış Açısına Dahil Olma**

Anlatıyı kavramak izleyici ya da dinleyicinin kendisini öykünün bir zihinsel modeliyle öyküye göre pozisyonlamasını gerektirir. Gösteren Kayması Teorisi izleyicilerin yer ve zaman algılarının öyküye göre ve öznelliklerinin de öyküdeki karakterlerin öznel dünyalarına göre değiştiğini öne sürmektedir. Bu

önemlidir çünkü kimi bilgiler ancak öykünün gösterenin merkezi bilindiğinde anlamlıdır (Galbraith, 1995; Zubin & Hewitt, 1995).

#### **2.2.1.2.1. Gösteren Kayması Teorisi**

Türkçe'de dilbilimsel açıdan bakıldığında "deictic word" işaret zamirlerine denk gelmektedir. Bunlar "bu, şu, o" gibi dilsel araçların anlambilimsel olarak işlenebilmesi için işlevsel edimbilim yöntemi kullanılmaktadır. Bu tür dilsel araçların doğal konuşma ortamındaki işlevlerinden yola çıkarak anlambilimsel olarak incelenmesi işlevsel edimbilim yönteminin ortaya çıkışına dayanır.

Her dilsel birim, dilin beş temel alanından Simge alanı (symbol field), gösterme alanı (deictic field), yönlendirme alanı (incitement field), operasyon alanı (operation field) ve tasvir alanı (tinge field)) birimlerinden birine tekabül eder. Bu, şu ve o barındırdıkları niteliklerle zamirleri içine alan 'gösterme alanı'nda özel bir yere sahiptirler. Buna göre bu göstergeler (deixis) dinleyicinin dikkatini söylem ortamında bulunan dil dışı objelere yoğunlaştırmaktadır (Duchan, Bruder & Hewitt, 1995).

Gösteren kaymasını ele aldığımızda işlevsel edimbilim yöntemi söylem ortamında ilk olarak dilsel araçların sesbilgisel ve sözdizimsel niteliklerinin tanınmasını mümkün kılar çünkü gösterimsel dil araçlarının (bu, şu, o, vb.) semantik açıdan anlamları kesinlik gösterse de kullanıldığı zaman ve mekana bağlı olarak anlamları dönüşebilen araçlardır. Bu yüzden işlevsel dilbilim yöntemi ikinci adım olarak (sesbilgisel ve sözdizimsel tanımlamaları yaparak) bu dil araçlarının biçim-işlev ilişkisinin söylem ortamında konuşmacı ve dinleyicinin zihinsel eylemleri de analiz edilerek anlambilimsel çözümleme tamamlanmış olur (Babur, Sağın- Şimşek & Rehbein, 2007).

Örneğin bir göstereni ifade eden "ben" ya da "burada" gibi sözcükler konuşmacıya, yer ve zamana göre farklı şeyleri işaret ederler; fakat olarak izleyicinin olduğu kişiyi ya da bulunduğu yer ve zamanı ifade etmezler. Bunu daha iyi anlamak için birinci tekil şahıs kullanılarak yazılmış ve örneğin Ortaçağ'da geçen bir öyküyü düşünülebilir. Okuyucu anlatıya dahil olabildiyse kahramanın deneyimlerini paylaştığını hissetmesi beklenebilir. Okuyucunun bunu yapabilmesi için göstereni öyküye göre kaydırması gerekecektir. Bu örnek için öyküde her "ben" ve "burada" kelimeleri geçtiğinde gerçek dünyadaki kimliğini ya da içinde yaşamakta olduğu zaman dilimini değil de

zihinsel bir modelini oluşturduğu anlatının karakterini ve Ortaçağı düşünmesi beklenir.

Gösteren kayması, anlatının kurgusunu anlamak ve özdeşleşme (Cohen, 2001) ya da empati (Zillmann, 1994) gibi duygusal olarak anlatının bakış açısına dahil olma süreçleri için önemli bir bilişsel süreç olarak ele alınmaktadır. Cohen'e göre izleyici ya da okuyucu bir karakterle güçlü bir özdeşleşme kurduğunda; kendisinin bir seyirci olarak sosyal rolünün farkındadır ancak geçici olarak karakterin bakış açısını benimser (Cohen, 2001). Cohen'in şimdiye kadarki özdeşleşme tanımlarını birleştiren ve kavrama netlik kazandıran özdeşleşme tanımı, izleyici ya da okuyucunun karakterle kendisi arasında bir mesafe koyarak yargıda bulunması yerine bir anlatı karakteri karşısında deneyimlenen fenomenolojik duyumu ifade eder. Özdeşleşme, izleyicilerin olayları kendileri yaşıyormuş gibi, metnin içinden algılama ve yorumlama deneyimidir. Özdeşleşmenin kavramsal ve teorik kökenleri çocuklukta özdeşleşme kavramından ortaya çıkmıştır. Özdeşleşmenin sosyal ve kişisel kimlik gelişimi üzerindeki önemini ortaya koyan çalışmalar ve çocukluk döneminde yetişkinlerle özdeşleşmenin zayıf olmasının riskleri üzerine yapılan çalışmalarla gelişen bu kavram, film ve televizyon karakterleriyle özdeşleşmeye adapte edilmiştir (van Beneden, 1998). Bu geleneğe göre özdeşleşme, gelişimsel sürecin bir parçası olan psikolojik bir fenomendir. Freud özdeşleşmeyi, (Odipal kompleks, nesne sevgisinin kaybını kompanse etmek, kıskançlık ya da utançtan kaynağını alan psikolojik baskının bilinçsiz ve hayali sonucu olarak görmüştür. Bir bireyin ebeveynleriyle özdeşleşmesi, ebeveynlerinin kişiliğini etkilemesi ve süperegusunun bir parçası haline gelmesiyle teorize edilmiş bir süreçtir.

Erikson (1968)'a göre başkalarıyla özdeşleşme becerisi yaşamın ilk yıllarında gelişen olmazsa olmaz bir sosyal beceridir. Özellikle özdeşleşmenin ebeveynlerden akranlara doğru kaydığı ve daha oturmuş bir kimliğin şekillendiği ergenlik döneminde özdeşleşme ve kimlik arasındaki bağlantının son derece kritik olduğunu savunur.

Okuyucu, bir anlatıda karşılaştığı karaktere duyduğu yakınlıktan, farketmediği benzerliklerden ötürü yahut karakterin bakış açısını sahiplendiği bir üretim sonucunda, kişinin bilişsel ve duygusal durumunun değişmesi ile kendini dahi unutarak anlatı karakterlerinden biri gibi hissedebilir, hatta bir süre o karakter



olduğunu düşünebilir. Bu psikolojik birleşme dış uyaranlar ve metindeki beklenmedik değişikliklerle kesilse de anlatı sürdükçe devam edebilir ve okuyucu karakterin hissettiği ve düşündüğü şeyleri anlatıya dahilmiş gibi oluşturup, taklit edebilir. Bu durum beğeni ve yakınsama gibi duygulara yol açtığı gibi anlatıdaki kötü veya vahşi bir karakter ile yapılmış özdeşleşme, anlatı sonunda kötüye karşı bir anlayış ve sempati oluşturabileceğinden uyumsuzluk, suçluluk hatta korku gibi duygulara da yol açabilir. Kitaplardaki, filmlerdeki ve televizyondaki karakterlerle özdeşleşmeler bireyin duygusal ufku ve sosyal bakış açısını genişletmektedir.

#### **2.2.1.2.2. Anlatıya Dahil Olma ve Özdeşleşme İlişkisi**

Özdeşleşme kavramı anlatıya dahil olmanın üç farklı fakat birbiriyle ilişkili yönüyle bağlantılıdır.

Birincisi, olayları ve karakterleri öykünün içinden bir bakış açısıyla görmek izleyicinin, karakterin bakış açısının, olayları nasıl yorumladığının ve hatta karakterin olaylar ve diğer karakterlerle ilgili niyetlerinin farkında olmasına yol açar. Kişinin kendisini hikayenin içinde konumlandırması anlatının bakış açısına bilişsel olarak dahil olmayı sağlar ki bu tanım anlatıdaki olayları ve durumları tarafsız bir gözlemci olarak izlemek yerine hikayenin içinde anlamlandırmayı ifade eder (Busselle & Bilandzic, 2009).

İkincisi, izleyici anlatıdaki bir karakterin bakış açısını benimseyerek karakterin duygularını anlayabilir ve hatta bu duyguları kendisi hissetmiş gibi hissedebilir. Esasen karakterin duygularının izleyiciye aksettiği bu durumu empati kavramı karşılamaktadır (Oatley, 1994, 1999).

Üçüncüsü olarak, izleyici önemli bu duyguları paylaşmasa bile anlatının önemli karakterlerinin duygularını anlayabilmelidir. Burada Oatley'nin tanımladığı, izleyicinin bir karakter için üzüntü, endişe ya da utanma gibi duygular hissetmesini ifade eden sempati kavramını kullanmak uygun olacaktır. İzleyici karakterle aynı duyguları hissetmediği için sempati empatiden farklıdır. Sempatinin bir anlatı içinde ortaya çıkan en önemli yönü izleyicinin bildiği fakat karakterin bilmediği durumlarda ortaya çıkmasıdır. Örneğin, karakterin çok sevdiği bir başka karakter onun haberi olmadan öldüğünde karakter için üzüntü, karakter farkında değilken fermuarı açık kalmışsa karakter için utanma ya da karakter farkında olmadığı bir tehlikenin eşliğindeyse onun için endişe duyulabilir. Yani sempati karakter için duygular

hissetmek fakat onunla aynı duyguları paylaşmıyor olmak olarak tanımlanabilir.

### **2.2.1.3.Anlatı Dünyasının İçinde Hissetme**

Okuyucular ya da izleyiciler zaman zaman kurgu dünyasını gerçek dünyadan daha yakın ve gerçek algılayabilirler. Bu medya deneyimlerinin önemli bir yönüdür. Bu deneyimi farklı alanlardaki çalışmalarda, presence/telepresence (Biocca, 2002; Lee, 2004), “orada olmak” tanımlamalarına (Gerrig, 1993) ve anlatısal aktarım (transportation) (Green & Brock, 2002) kavramlarıyla karşılık bulur.

Telepresence kavramı bilgisayar aracılığıyla yaratılan dünyaya dahil olmayı ifade eder ve bu alanla bağlantılı literatür içerisinde gelişirken (e.g., Bracken, 2005; Kim & Biocca, 1997; Lee, 2004; Lombard & Ditton, 1997), anlatısal aktarım kavramı daha çok edebiyat alanındaki anlatı deneyimleri literatürü içinde şekillenmiştir (e.g., Gerrig, 1993; Green & Brock, 2002). Bu ayrım şu sebeple önemlidir: Öncelikle anlatıya dahil olma kavramı bugün dünyada yürütülen medya çalışmalarında, aktarılan dünyanın içinde hissetme yönüyle tiyatro, sinema ve televizyon ürünlerinde de ele alınabildiği için her iki kavramı da kapsamakta ve aşmaktadır. Başka bir ortamda var olduğunu hissetmek duyuların uyarılmasıyla mümkün olabilir ve bu presence’i anlamamıza yardımcı olur. Ancak, duyusal olarak uyaranlara maruz kalmak bireyin kendisini bir roman dünyasında hissetmesini açıklayamaz.

Aşağıda presence ve anlatısal aktarım kavramları arasındaki farkı ve anlatısal aktarımla ilişkilerini biraz daha netleştirmek için her iki kavram da daha ayrıntılı şekilde ele alınmıştır.

#### **2.2.1.3.1.“Orada Olmak” Presence**

Presence en genel anlamıyla kişinin kendini içinde bulunduğu fiziksel çevreden başka bir yerde hissetmesi olarak tanımlanabilir. Psikoloji, medya çalışmaları, teknolojik araştırmalar gibi birbirinden çok farklı pek çok alanda presence ile ilgili çalışmalar yürütülmüş, her alan bu kavram için farklı bir terim kullanmış (presence, telepresence, sanal presence, dolaylı presence vs.), bu da hem disiplinler arası çalışmalara engel olmuş hem de bir kavram kargaşasına neden olmuştur. Oysa ki her bir çalışma alanı, kişiye kendisini başka bir yerde hissettiren araçlar farklı da olsa temelde aynı bilişsel sürece işaret etmektedir. Sonunda Lee (2004) kıymetli çalışmasıyla uzun yıllar boyu presence üzerine

yapılan çalışmaları, tartışmaları ve kavramsallaştırmaları etraflıca ele almış ve tümü için bir çatı oluşturabilecek bir presence tanımı önermiştir. Bu tanıma göre presence; duyuşal (Örn. İşitsel/görsel uyarının varlığı) ya da duyuşal olmayan (Örn. Hayal kurmak, kitap okumak) yollarla sanal nesnelere gerçek nesnelere gibi deneyimlendiği bir psikolojik durumdur.

Son yıllarda araştırmacılar, bir roman okumaktan sanal gerçeklik simülasyonlarına kullanmaya kadar bir aracının kullanıldığı tüm deneyimlerin merkezinde kendini orada hissetmenin yattığını fark ettiler (Biocca, 1997; Lombard & Ditton, 1997; Lombard, Reich, Grabe, Bracken, & Ditton, 2000; Tamborini, 2000). Medya ve gerçeklik simülasyonları alanındaki gelişmeler teknoloji araçlarını kullanarak insanın duyum sınırlarını aşmasını hedefleyen eski bir arzuya dayanır. Presence kavramının da, özellikle eğlence (filmler, realite şovlar, televizyon programları, bilgisayar ve video oyunları vs.), telekomünikasyon (video konferanslar, bilgisayar destekli dünyanın farklı yerlerinden katılımcılarla yürütülen projeler vs.), eğitim (çevrimiçi eğitim, sanal kampus, simülasyon eğitimleri vs.), sağlık hizmetleri (tele-tıp, tele-ameliyat, görüntülü konuşma ile psikoterapi vs.) gibi pek çok alanda medya ürünleri ve bilgisayar ara yüzlerinin geliştirilmesinde pratik bir katkısı olmuştur (Lee, 2004).

Aşağıda Lee (2004)'nin çalışmasının rotası izlenerek geçmiş yıllarda farklı alanlarda kullanılan presence kavramları ve bugünkü presence kavramı ve presence tipolojisi ele alınmıştır.

#### **2.2.1.3.2.Kavramın Tarihsel Süreci**

İlk olarak Marvin Minsky (1980) tarafından bugün halen iş dünyasında aktif olarak kullanılmakta olan *telepresence* kavramı ortaya atılmıştır. Kullanıcıların tele-işletim sistemleri aracılığıyla uzaktaki bir çalışma alanına fiziksel olarak gitmiş gibi hissedebilmeleri olasılığına vurgu yapan Minsky'nin bu kavramı, zamanla teknolojiyle yaratılmış bir alanın içindeymiş gibi hissetmek için kullanılabilir hale gelmiştir.

Daha sonra 1992 yılında ilerleyen teknolojiyle Sheridan sanal gerçeklik teknolojilerinin sebep olduğu "orada olmak" hissini telepresence'ten ayırabilmek için *sanal presence* kavramını önermiştir.

Presence daha çok bir aracı dolayımıyla oluşan bir algıdır (Örneğin 3 boyutlu bir film ya da bir navigasyon aleti kişiye içinde bulunmadığı bir alanın içinde

hissettirir). Bu nedenle özellikle iletişim alanında çalışan bilim insanları *dolaylı presence* kavramına sık sık başvurmaktadır. Yürüttükleri tartışmalarda dolaylı olmayan ya da insanın doğal algısına dayalı bir çevre algısının (kitap okuyarak ya da hayal kurarak kendini başka bir yerde hissetmek gibi) *presence* çalışmalarına dahil edilmesine, çalışma alanını çok fazla genişlettiği için karşı çıkarlar.

Steuer (1992) de *presence* ve *telepresence* arasında benzer bir ayrıma gitmiştir. Ona göre *telepresence* teknolojik araçlar dolayısıyla başka bir yerde hissetmek olarak tanımlanırken; *presence* bir çevreyi arada bir araç olmadan doğal yollarla algılamayı tanımlamaktadır.

Aslında bu ayrımları yapmak anlamsızdır zira *presence* tanımı gereği teknolojik aracın özelliğine değil teknoloji kaynaklı uyarının algılama süreciyle ilgili psikolojik bir yapıdır.

Daha toparlayıcı bir tanımlamayı 1997’de Biocca yapmıştır. Ona göre *presence* bir “orada olma” ilüzyonudur, “orası” fiziksel olarak var olsun ya da olmasın. *Presence* duyumunun fiziksel, sanal ya da hayali çevreleri kapsadığını savunur. *Presence* kavramı üzerine tartışmalar yıllar boyu devam etmişse de Lee(2004)’nin tanımı bu tartışmalara son noktayı koymuş görünmektedir.

### **2.2.1.3.3.Kavramın Tipolojisi**

Bir kez tanım netlik kazandıktan sonra bir kavramın çalışma alanının sınırlarını belirlemek de mümkündür. *Presence* çalışmaları için insan deneyimi üçe ayrılmıştır. Gerçek deneyim, sanal deneyim ve halüsinasyon. Gerçek deneyim, gerçek nesnelerin duyuların uyarılmasıyla deneyimlenmesini ifade eder. Sanal deneyim, para-otantik(uyaran sanal bir kaynaktan gelse de gerçek hayatta bir karşılığının olması, navigasyon ya da telekonferans gibi) ya da sanal nesnelerin duyular uyarılarak ya da uyarılmadan deneyimlenmesini ifade eder.

Halüsinasyon ise, hayali nesnelerin duyular uyarılmadan deneyimlenmesini ifade eder. *Presence* kavramının çalışma alanı sanal deneyimler olarak belirlenmiştir.

Tarihsel gelişimi boyunca *presence* kavramı için bu alanda çalışan bilim insanlarınca birbirinden farklı tipolojiler önerilmişse de Lee bu konuda da tarihsel süreci kapsayan ve aşan bir tipoloji ortaya koymuştur. Temelde *presence* Biocca (1997) tarafından fiziksel, sosyal ve bireysel olarak üçe ayrılmıştır. Lee (2004) tipolojiyi oluştururken Biocca’nın kavramlarını

kullanmışsa da her bir alanın açıklamaları ve kapsadıkları alanlar Biocca'nın tanımlamalarından farklıdır.

Fiziksel presence duyusal (Örn. İşitsel/görsel uyarının varlığı) ya da duyusal olmayan (Örn. Hayal kurmak, kitap okumak) yollarla sanal nesnelere gerçek nesnelere gibi deneyimlendiği bir psikolojik durumdur. Bir başka deyişle fiziksel presence, teknoloji kullanıcıları onlara kendilerini içinde hissettikleri ortamı sağlayan araçların (3D sinema, hologram vs.) ya da simülasyon ortamının sanal doğasının farkında olmadıklarında ortaya çıkar.

Sosyal presence duyusal uyarının olduğu ya da duyusal uyarının olmadığı yollarla, sanal sosyal aktörlerin gerçek gerçek sosyal aktörler gibi deneyimlendiği bir psikolojik durumdur. Yani sosyal presence ya bir araçla iletişime geçilen gerçek bir insanla kurulan iletişimde, katılımcının bu iletişimin para-otantik yapısının farkına varmaması ya da bir simülasyonla ortaya konan, insan olmayan bir sosyal aktörün sanal doğasının farkında olmaması ile ortaya çıkar. Bu duruma örnek olarak gerçek bir oyuncuyla ya da konsolun kendisiyle oynanan Wii oyunları ya da sorulan soruları yanıtlayan akıllı telefon uygulamaları düşünülebilir.

Bireysel presence, duyusal uyarının olduğu ya da duyusal uyarının olmadığı yollarla, sanal kendilik/kendiliklerin gerçek kendilik gibi deneyimlendiği bir psikolojik durumdur.

Bireysel presence, teknoloji kullanıcıları kendiliklerinin para-otantik temsillerinin sanal olduğunun ya da sanal ortamlar içindeki alter-kendiliklerinin yapay olarak yapılandırıldığının farkında olmamalarıyla ortaya çıkar. Bireysel presence'in iyi ve kötü yanları olabilir. Gerçek hayattaki yetkinliğe katkısı olabileceği gibi (Wii'de tenis oynayan birinin gerçek hayatta da daha az sayı kaybetme ihtimali gibi) özellikle yetişkin olmayan kullanıcılarda kimlik ve gerçeklik karmaşasıyla sonuçlanması da mümkündür (Bilgisayar oyunlarından etkilenerek suç işleyen çocuklar gibi).

#### **2.2.1.4. Anlatısal Aktarım (Transportation)**

Çoğu insan "kitabın içinde kaybolma" duygusunu deneyimlemiştir (Nell,1988). Hikayenin içine o kadar girmişlerdir ki etraflarındaki dünyayı tamamen unuturlar. Okuyucular anlatı dünyasına aktarılırlar. Anlatı dünyasına aktarım deneyimini yaşayan okuyucular/izleyiciler fiziksel çevrelerinde olanları

görmek yerine, gözlerinin önünde akan hikayeyede olanları görürler. Bu okuyucular, sayfadaki basit kelimelere duygusal olarak tepki verirler. Anlatı dünyasına aktarım Green ve Brock tarafından kavramsallaştırılmış ve geliştirilmiş bir teoridir. Green ve Brock (2000) anlatsal aktarımı, dikkat duygular ve imgelemi bütünleştirici bir zihinsel süreç olarak tanımlamıştır. Bu kavramı Gerrig (1993)'in açıklamasına dayandırmışlardır. Gerrig okuyucunun anlatsal aktarım deneyimini bir yolculuğa benzetir. Kişi kendi bulunduğu yerden bir mesafe katederek önceden bulunduğu yere erişimi olmayan başka bir yere gider ve daha sonra yolculuğa başladığı yere geri döner. Döndüğünde yolculuk yapmanın doğası gereği yolcuda bir şey değişmiştir, yola çıktığından farklıdır. Bu benzetmeden yola çıkarak anlatsal aktarımın, tüm zihinsel sistemlerin ve kapasitenin anlatıda geçen olaylara odaklanmasıyla oluşan bütünleştirici bir süreç olduğu düşünülebilir.

Anlatsal aktarımın ilk sonucu, ait olunan dünyanın erişiminin ortadan kalkmasıdır. Bu durum hem fiziksel olarak (Kitap okurken odaya giren birini fark etmemek gibi), hem de psikolojik boyutta ortaya çıkabilir (Öznel olarak gerçeklikten uzaklaşmak gibi). Anlatı dünyasına aktarılmış hissedilen bir okuyucu hikayede olup bitenlerin gerçek olmadığını bilmesine rağmen güçlü duygular deneyimleyebilir. Üçüncü olarak, anlatsal aktarımı deneyimleyen okuyucunun tutum ve inançlarında bir değişim olması beklenir.

Okuyucu bilinçli ya da bilinçsizce gerçek dünyayı bir tarafa iter ve bunun yerine yazar tarafından yaratılan anlatı dünyasına dahil olur. Önceki çalışmalar göstermiştir ki; bireyler anlatı dünyasına aktarıldığında hikayedeki iddia, bilgi ve olaylar karşısında gerçek hayattaki inanç ve tutumlarını değiştirebilirler.

Örneğin; küçük bir kızın bir alışveriş merkezinde saldırıya uğradığı bir hikayede anlatsal aktarımı yüksek okuyucular, alışveriş merkezlerinin tehlikeli yerler olduğu ve dünyanın adaletsiz bir yer olduğunu düşünmeye daha eğilimli oldukları gözlenmiştir. Anlatsal aktarım aynı zamanda, sempati duyulan karakterlere karşı pozitifizmin artması ve hikayeye dair negatif düşüncelerin dışlanmasına da yol açmaktadır. Anlatsal aktarımın oluşması için, duyguların uyarılması kadar zihinde bir anlatı dünyası yaratılması ve sahnelerin canlandırılabilmesi de önemlidir. Bu alanda yürütülen çalışmalar, yazım kalitesinin anlatsal aktarımı etkilediğini ortaya koymuştur. Çok satan kitaplar ve klasiklerden kısa hikayeler, psikologların deney için ürettikleri hikayelere

oranla daha fazla anlatının dünyasına aktarıma yol açmıştır. Buna karşın edebiyat dünyasında köşe taşı olan bir eserin anlatısal aktarımı yükseltmesini öngörmek mümkün değildir.

Aktarılan dünyanın içinde hissetme deneyimini daha iyi anlamak için bir başka kavrama daha ihtiyaç duyulmaktadır: akışa dahil olma (flow) (Csikszentmihalyi, 1997).

#### **2.2.1.5.Akışa Dahil Olma**

Akışa dahil olma, kişinin kendisinin ve çevresinin farkında olmamasının eşlik ettiği bir aktiviteye tamamen odaklanma halini ifade eder. Gündelik dildeki kullanımında, İngilizcede sporcular ve müzisyenler için sık sık kullanılan “in the zone” söz öbeğiyle bu kavramın kastedildiği söylenebilir (Türkçedeki karşılığı için “tam havasında olmak” düşünülebilir). Akışa dahil olma deneyimleri karşımıza çeşitli spor, sanat ve okuma da dahil, işle ya da çalışmayla ilgili aktivitelerde çıkabilir (Csikszentmihalyi, 1997).

Akışa dahil olma bir aktivitenin tamamen içine girmiş, tam anlamıyla odaklanmış olma durumunu ifade eder. Herkes zaman zaman akışa dahil olmayı deneyimler, onun özelliklerini, karakteristiğini fark eder, güçlü bir şekilde hisseder. Csikszentmihalyi (1997) zinde, hareketlerini kontrol için çaba sarf etmeyen, adeta bir bilinçsizlik haliyle becerilerini sonuna kadar kullanan insanların akışa dahil olmayı deneyimlediğini öne sürer. Bu süreçte zaman kavramı ve duygusal problemler kaybolmuş gibi görünebilir ve canlandırıcı bir üstünlük duygusu hissedilebilir. Csikszentmihalyi Amerika, Kore, Japonya, Tayland, Avustralya, çeşitli Avrupa ülkelerinden insanlarla röportajlar yapmış ve bir deneyimin nasıl eğlenceli ve ideal olabileceğini anlamaya ve tarif etmeye çalışmıştır.

Çalışmanın ilk bulgularında farklı aktivitelere odaklanmış ve bir uzun mesafe yüzücüsünün İngiliz kanalını geçerken hissettiklerinin, bir satranç oyuncusunun turnuvada hissettikleriyle ya da bir müzisyenin yeni bir dörtlük yazarken hissettikleriyle neredeyse ile aynı olduğunu öne sürmüştür.

Daha sonra; farklı kültürlerden, sosyal sınıf, yaş ya da cinsiyetten insanların akışa dahil olma deneyimini hemen hemen aynı şekilde tarif ettikleri fark edilmiştir.

Csikszentmihalyi (1997)' nin çalışmasına göre keyif alma fenomenolojisi sekiz ana bileşenden oluşmaktadır. Çalışmaları sırasında akışa dahil olmaktan

kaynaklı pozitif bir duygulanımı anlatırken insanların en azından bir kaç kez bu bileşenlerden bahsettiğini fark etmiştir. Akışa dahil olan insanlar;

1. Tamamlayabilecekleri görevlerle karşı karşıya olduklarını,
2. Ne yaptıklarına konsantre olmadıklarını,
3. Yaptıkları şeyin açık hedefleri olduğunu,
4. Yaptıkları şeyden hemen geri bildirim sağladıklarını,
5. Yaptıkları işe konsantre ancak bunun için çaba sarf etmeyen insanların, kaygılarından ve günlük kızgınlıklarından o an içinde uzaklaştığı,
6. Kişinin yaptığı şey üzerinde kontrol duygusu hissettiği,
7. Kişinin yaptığı iş sırasında bir anlamda kendini kaybetse de paradoksal olarak akışa dahil olduktan sonra kendini gerçekleştirme hissini hakim olduğu,
8. Akışa dahil olma deneyimi sırasında zaman algısı değiştiği öne sürülmüştür. Bütün bu elementlerin kombinasyonun, büyük bir keyif duygusuna yol açtığı ve insanların bu enerjiyi harcarken sadece akışa dahil olmayı deneyimlemenin harcanan zamana ve enerjiye değdiğini düşündüklerini belirtilmiştir (Csikszentmihalyi,1997).

#### **2.2.1.5.1.Akışa Dahil Olma ve Anlatı Dünyasının İçinde Hissetme**

Green ve Brock anlatısal aktamın da okuyucularda, zamanın nasıl geçtiğini fark etmemek, etraflarında olup biteni gözlemleyememek, kendilerini tamamen anlatı dünyasına dalmış hissetmek gibi etkilerle akışa dahil olma hissi uyandırdığını belirtmişlerdir (Green, 2004; Green & Brock, 2000). Bir zihinsel model yaklaşımı, bir öykünün akışına dahil olmanın ya da öykünün dünyasının içinde hissedebilmek için, öyküyü temsil eden zihinsel modellerin sürekli yaratılması ve güncellenmesini içeren yoğun bir kavrayışa odaklanma gerekliliğini ortaya koyar (Busselle & Bilandzic, 2008). Bu durumda anlatı dünyasının içinde hissetmenin bilişsel ve duygusal süreçleri barındırıyor olması beklenir.

Bir noktada, bir anlatı içinde hissedilen akışa dahil olma deneyiminin (film izlemek, kitap okumak vs.) anlatısal olmayan aktivitelerde (müzik dinlemek ya da üretmek, resim yapmak vs.) hissedilenden bir farkı yok gibidir. Her iki durumda da bireyin dikkati yoğun olarak bir aktiviteye odaklanmıştır. Fakat başka bir açıdan bir anlatının akışına dahil olmak farklı ve benzersizdir çünkü farklı dünyaları, karakterleri ve durumları birey için erişilebilir hale getirir



(Gerrig, 1993). Bu nedenle müzisyenler, ressamalar ve sporcular içinde buldukları gerçekliğin o an için çok önemli olan küçük bir kısmına odaklanırlarken, okuyucular ve izleyiciler alternatif bir gerçekliğin içine dalarlar. Buselle ve Blandzic'e göre anlatının dünyasında "olmak" konusunda açıklayıcı mekanizmayı, kişinin zihninde alternatif bir dünya inşa etmesi ve kendilik farkındalığının kaybı birlikte oluşturmaktadır. Yukarıda bahsedilen kendini bir hikayenin içinde hissetme durumunu anlatsal olmayan diğer akışa dahil olma hallerinden ayırabilmek için, bu durumu *anlatı dünyasının içinde hissetme* olarak kavramsallaştırmışlardır. Anlatı dünyasının içinde hissetme, kişinin bir anlatının dünyasında var olduğunu hissetmesidir ve bu his, karakterlerin bakış açısına dahil olma ve kavrayış/ıdrak süreçleri aracılığıyla sağlanır (Busselle & Bilandzic, 2009).

Bu bölüme kadar anlatıya dahil olan kişinin deneyimlemesi muhtemel duyular ele alındı. Bu bölümde ise anlatıya dahil olmanın Buselle ve Bilandzic tarafından tanımlanan muhtemel boyutları ele alınacak.

#### **2.2.1.6. Algılanan Gerçekçilik**

Slater, Rouner ve Long (2006) anlatının etkileri üzerine yaptıkları çalışmada algılanan gerçekçiliğin de anlatı algısını kavramsallaştırmak açısından önemli bir rolü olduğunu öne sürmüşlerdir.

Algılanan gerçekçilik, kitle iletişim literatüründe çeşitli biçimlerde kavramsallaştırılmıştır. Genel olarak, anlamlı bir şekilde gerçek hayat gibi yargısına vardıklarında veya sanki gerçekmiş gibi tepki verdiklerinde izleyicilerin medya içeriğini realist algıladıkları düşünülmüştür. Bu algıları tarzı veya açık olarak ortaya konan türü gibi içerik özelliklerinin içerdiği bilgiler belirlese de, tamamen bunlar tarafından belirlenmezler. Literatürde, gerçekçilik algılarının kavramsallaştırılması, gerçekçiliği değerlendirmek için kullanılan kriterler anlamında ve bir yargıya varırken yaşanan yorumlayıcı süreç noktasında farklılık gösterir. Algılanan gerçekçiliğin yaygın biçimleri, olgusal gerçekçiliği (Gösterilen gerçekten yaşandı mı yoksa yaşanmadı mı?), toplumsal gerçekçiliği (Gösterilen gerçek hayatta karşımıza çıkabilir mi?) ve anlatsal gerçekçilik veya anlatsal tutarlılığı (Bir hikayedeki olaylar iyi anlatılmış ve tutarlı mı?) içermektedir. Ayrıca, izleyiciler formatı veya göze çarpan türü ile belirlenen gerçekçilik seviyesini belirli bir medya metniyle ilk anladıkları şekilde yorumlamaya başlayabilirler, içeriği okudukça veya

inceledikçe “çevrimiçi” olarak gerçekçiliğine dair yargılara varabilirler ya da geçmişe dönük, belleğe dayalı yargılara varabilirler. Medya gerçekçiliğinin nasıl algılandığının izleyicilerin yaşıyla, dürtüleriyle ve malzemenin türüne dair inançlarıyla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. İletişim araştırma görevlileri de genellikle medya gerçekçiliğiyle ilgilidir, çünkü medyanın etkilerine katkı sağlayabileceğini düşünmektedirler. Ancak araştırma sonuçları tutarsızdır. Bu, algılanan gerçekçiliğin bir şeyin sonucu olduğu durumlar olsa da, etkilerinin tekdüze olmadığını ve karmaşık ve dolaylı olduğunu göstermektedir (Slater, Rouner & Long, 2006).

### **2.2.1.7. Öz- Referanslama (Self-Referencing)**

Öz referanslama, kişi bilgileri kendi kişisel deneyimleriyle ilişkilendirerek yorumladığında gerçekleşir (Burnkrant & Unnava, 1995). Bilişsel psikolojide, öz-referanslama kişilerin gelen bilgileri belleklerinde saklanan kendileriyle ilgili bilgilerle karşılaştırarak anlamalarını sağlayan bilişsel süreçler olarak kavramsallaştırılmıştır (Debevec & Romeo, 1992). Psikolojideki çalışmalar öz referanslamanın öğrenmeyi ve bilgileri hatırlamayı kolaylaştırdığını göstermiştir (Örn., Klein & Loftus, 1988; Rogers, Kuiper & Kirker, 1977). Otobiyografik bellekler genellikle öykü ve hikaye biçimindedir (Polkinghorne, 1991, Fiske, 1993). Otobiyografik bellekler, gelecekteki olayların provaları, gerçekleşme olasılığı düşük olayların hayalinin kurulması, eskiden yaşanmış olayları gerçekçi bir şekilde yeniden yaşama ya da hipotetik unsurlarla birleştirerek eski olayları yeniden meydana getirme de dahil olmak üzere bazı olayların ya da bir dizi olayın taklitçi mental temsili olan mental benzetimin, yani bilişsel kategorisinin bir parçası olarak kabul edilir (Taylor & Schneider, 1989). Olayları taklit ettiğimizde, sıklıkla kendi gerçek veya olası davranışlarımızı düşünürüz, öykülere benzer davranışsal senaryolar kurarız, bu öykülerde ana karakter kendimizdir. Krishnamurthy ve Sujan (1999), kendiyile ilgili mental simülasyonu ileriye dönük öz-referanslama ve otobiyografik bellek erişimini geçmişe dönük öz-referanslama olarak adlandırır. İleriye ve geçmişe dönük öz-referanslamayı epizodik işleme biçimleri olarak ele alırlar, bu görüş Escalas (2007)’ın anlatsal öz-referanslama biçimleri olarak mental simülasyon ve otobiyografik bellek erişimi kategorileriyle tutarlıdır. Anlatsal işlemenin anlatsal aktarım adı verilen mekanizma ile ikna sürecini etkilediği gösterilmiştir, bu “bir metne dalış” olarak da adlandırılır (Green & Brock,

2000, p. 702; Gerrig, 1994). “Detaylandırma mantıksal düşünme ve argümanların değerlendirilmesi ile bir tavır değişikliği sağlarken”, anlatısal aktarım negatif bilişsel tepkinin azaltılmasıyla, deneyim gerçekçiliğiyle ve güçlü etkili tepkilerle iknayı sağlar (Green & Brock, 2000, p. 702). Bu nedenle, anlatısal aktarım koşulları altında, mesaj kuvvetinin sistematik analizi yerine etkili yanıtlar iknayı etkiler. Sujan ve arkadaşlarının (1993), Baumgartner ve arkadaşların (1992) makalelerinde anlatısal aktarımın (burada duygulanım aktarımıyla) iknayı nasıl etkilediğine ilişkin sonuçlar bulunmuştur. Escalas (2007)’ın çalışması da bu sonuçları destekler.

Bir kişi kendi geçmişinden bir bölümü düşünerek öz-referanslama yaptığında, otobiyografik hikayesine aktarılır, bu da reklam mesajında fazla ayrıntıya gerek kalmaksızın iknayı kolaylaştırır (Escalas, 2007).

### **2.2.2. Anlatıya Dahil Olmanın Bilişsel Özellikleri**

Akışa dahil olma, presence/telepresence ve anlatısal aktarım üzerine yapılan çalışmalar, dikkatin o an içinde bulunan fiziksel çevreden uzaklaşabileceğini ya da kişinin o anda etrafını saran şeylerin farkında olmayabileceğini öne sürer. Bu durumun sebebi, sunulan sanal bir ortam, bir sahneyi hayal etmek ya da kişinin performansına çok yoğun bir şekilde odaklanması olabilir. Sebebi ne olursa olsun *çevresine dair farkındalığın kaybı* ortaya çıkar. Bu durum anlatısal olmayan ortamlarda, örneğin telepresence ile yürütülen bir toplantıda kişinin kendisine dair farkındalığının yükselmesine neden olabilir. Ancak bir anlatıya dahil olmak tam tersine neden olacaktır, *kendine dair farkındalığın kaybı*. Bu durum özdeşleşmenin ya da yukarıdaki bölümlerde bahsedildiği gibi bir karakterin bakış açısına dahil olmanın ya da bir karaktere sempati duymanın neticesi olarak açıklanabilir. Buna ek olarak hem anlatısal olmayan aktivitelerdeki akışa dahil olmak hem de bir anlatının içine dalmak *zamanın akışına dair farkındalığın kaybına* neden olur.

Akışa dahil olma, bir sürecin otomatik ve net hareketlerle yürütülmesi ve bu esnada bilinçli bir değerlendirmeye gerek duyulmaması halidir. Anlatıya dahil olmuş bir izleyici de hikayeyi işlemekte herhangi bir zorluk çekmemeli ve öyküye konsantre olmayı kolay bulmalıdır. Bu da anlatıya dahil olmanın *kolay bilişsel erişim* boyutunu ortaya koyar. Bu kavram aslında okuma deneyimleri çalışmaları ile ilgilidir (Appel, Koch, Schreier & Groeben, 2002).

Son olarak anlatıya dahil olma ölçeği geliştirmeden önce benzer kavramları değerlendiren ölçekler okuyucu ya da izleyicinin daha bütünsel bir boyutta anlatıya dahil olduklarının ayırında olduklarını öne sürer. Ölçeklerdeki “ Okurken zihinsel olarak öyküye dahil olmuştum.” (Green & Brock, 2000) gibi ya da okuma veya izleme deneyiminin yoğun bir deneyim olduğunu söyleyen maddeler, kişinin genel bir duyumla bir anlatıya dalıp gittiğinin farkında olduğunu ortaya koyar. Buselle ve Bilandzic buna basitçe *anlatıya katılma* demiştir.

### **2.2.3. Anlatıya Dahil Olmaya Engel Olabilecek Durumlar**

Yukarıda tarif edilen her bir yapının ortaya çıkışı ya da daha yoğun deneyimlenmesi anlatıya dahil olmanın yüksek olmasıyla ilgilidir. Aynı anda bir dizi olay anlatıya dahil olmaya etki edebilir. Bunun nedeni zihinsel modeller yaklaşımına göre anlatıya dahil olmanın, bilişsel ve duygusal kaynaklar için diğer zihinsel işleyişler ile rekabetidir (Bilandzic & Busselle, 2008). Eğer kaynaklar kavrayıştan uzaklaşırsa sonrasında zihinsel model yapısı ve bu yüzden de anlatıya dahil olma zarar görecektir. Anlatıyla ilgisi olmayan süreçler bu etkiye sahip olabilir (gürültü, açlık, iş, stres vb.). Böylece, anlatıya dahil olmanın olumsuz bir bileşini, dikkat dağınıklığı, yani anlatıyla ilgisi olmayan düşüncelerin varlığı ortaya çıkar. Hikayenin içinden elementler de dikkati dağıtarak anlatıya dair kavrayışı düşürebilir. Bu bir olay dizisi hatası olabilir, karakterin motivasyonu ile tutarsız olan bir davranış veya gerçek dünyaya ilişkin bilgi, tanıdık türde bir düzenden tutarsız olan bir tasvir. Seyir ya da okuma esnasında dikkat açıklanamayan tutarsızlıklara kaydığında bu tür gerçeklik yargıları ortaya çıkabilir. Sadece okuma ya da izleme sırasında farkedilen bir eksiklik, bu tür gerçeklik yargılarına sebep olur. (Bradley & Shapiro, 2005; Gilbert, 1991). Bu tür olumsuz yargılar oluştuğundan anlatıya dahil olmanın bozulması beklenir.

### **2.2.4. Anlatıya Dahil Olmanın Sonuçları**

Anlatıya Dahil Olma Ölçeği henüz oluşturulmamışken Buselle ve Bilandzic literatürdeki ilgili çalışmaları taramış ve bunların çıktılarında eğlence ve öyküyle tutarlı tutumların anlatıya dahil olma için de geçerli olacağını öngörmüşlerdir. Ölçeği oluştururken yürüttükleri çalışmada ölçeğin bu iki çıktıyı yordama gücünü de değerlendirmişler ve anlamlı sonuçlar bulmuşlardır.

#### **2.2.4.1.Öyküyle Tutarlı Tutum Ve İnançlar**

Anlatıların tarihin akışını dahi etkileyebilme gücü farkedildiğinden bu yana öyküyle tutarlı tutumlar pek çok farklı alanda araştırma konusu haline gelmiştir. Kurmaca bir öykünün kişilerin inanç ve tutumları üzerindeki etkilerinden belki de en çok bilineni Charles Dickens'ın kitaplarının Amerika'da kölelik sisteminin ortadan kalkması üzerindeki etkisidir. O günlerden bu yana anlatının okuyucu/izleyici üzerindeki etkileri üzerine araştırmalar özellikle bu yönüyle hız kazanarak artmıştır. Bugün eğitim, sağlık, iletişim, pazarlama, siyaset gibi pek çok alanda kişilerin inanç ve tutumlarının öyküye tutarlı olarak değişmesi üzerine çalışmalar yapılmaktadır.

Gren ve Brock'un 2000 ve 2004 tarihli çalışmaları anlatıya daha fazla dahil olmuş katılımcıların öyküyle tutarlı inanç ve tutumlarının daha fazla olduğunu ortaya koyar. Bu durum iki şekilde açıklanabilir. Hikayeye dahil olmanın yüksek olması izleyicinin karşı argümanlarının azalmasını doğuracaktır (Green& Brock, 2002). Diğer yandan anlatıya dahil olma yükseldikçe izleyici öyküyle ilgili ayrıntılara daha fazla dikkat kesilecektir (Slater, 2002; Slater, Rouner & Long, 2006).

Bu durumda anlatıya dahil olmanın öyküyle ilişkili tutumlarla pozitif bir ilişkisi olması beklenir. Buselle ve Bilandzic (2009)'in Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'ni geliştirirken yaptıkları çalışmalar da bu sonuçları destekler niteliktedir.

Bu sonuçlar klinik psikoloji alanı açısından son derece kıymetlidir. Bugün pek çok psikoterapist ve klinik psikolog anlatıyı (kitapları, filmleri vs.) tedavi süreçlerinde kullanmaktadır. Bu süreçlerde kullanılacak anlatının bireyler üzerinde ne gibi etkileri olduğunu ve inanç ve tutumlar üzerindeki değiştirme gücünü belirleyebilmek açısından Anlatıya Dahil Olma Ölçeği güvenilir bir ölçme aracı olarak kullanılabilir ve tedavi süreçlerine katkı sunabilir.

#### **2.2.4.2.Keyif Alma**

Keyif alma en genel tanımıyla, bir uyarana verilen zevkli bir duygulanım tepkisidir. Raney (2002) medyadan keyif alma üzerine, kişilerin medya ürünlerini değerlendirirken hem duygulanım hem de bilişsel faktörlerin etkili olduğunu öne süren entegre bir teori geliştirmiştir. Ona göre keyif almanın tam olarak kavramsallaştırılabilmesi için tanımın hem kişilerin karakterlerle özdeşleşmesi, onlara empati ve sempati duyması gibi duygulanım tepkilerini;

hem de anlatının temalarını ve karakterlerin hareketlerini değerlendirdikleri bilişsel tepkileri kapsamalı gerekir.

Keyif alma herhangi bir duygunun harekete geçmesiyle ortaya çıkabilir (Nabi, Stitt, Halford, & Flinnerty, 2006). Bu duygunun her zaman mutluluk verici bir duygu olması gerekmez, üzüntü gibi duygular uyandıran bir film de izleyicinin keyif almasına sebep olabilir (Oliver, 2003). Örnek olarak ülkemizde izlenme rekorları kıran Çağan Irmak'ın Babam ve Oğlum filmi ya da her hafta reyting rekorları kıran acıklı diziler düşünülebilir. Bir anlatıya dahil olmanın sonucunda keyif alınmasını beklemek olağandır. Literatürde de anlatısal aktarım, akışa dahil olma ve anlatıya dahil olma keyif almakla yüksek korelasyon gösterir. Anlatısal aktarım teorisi medya ürünlerinden keyif alma kavramını ve medya ürünlerinin neden ve nasıl keyif alma tepkisine yol ağıtığını anlamak için yeni bir bakış açısı sunar. Özellikle keyif almanın altında yatan mekanizmaları belirleyerek, keyif almanın kavramsal anlayışına katkı sunar. Bu mekanizmalar; bir anlatıya dahil olmaktan doğan fenomenolojik keyif alma deneyimini, medya ürünlerine maruz kalmanın faydalı bir sonucu olarak keyif almayı ve hangi şartlar altında keyif almanın ortaya çıktığı ya da ortadan kalktığını anlamamıza yarar.

Akışa dahil olma Csikszentmihalyi tarafından 1970'lerde yürütülmeye başlanan ve hayatta kişiye keyif veren davranışların neler olduğu ve bunların keyif alma ile sonuçlanmasını sağlayan süreci anlamaya odaklanmış bir araştırma programı içinde doğmuş bir kavramdır.

Csikszentmihalyi'nin tanımladığı şekliyle akışa dahil olmayı en çok artıran aktiviteler;

1. Yerine getirilebilir somut hedefleri olan,
2. Kapasitemizi ortaya koyma imkanları sunan,
3. Nasıl yapılacağına dair açık bir bilgi sağlayan,
4. Dikkat dağınıklığının önüne geçen ve odaklanmayı mümkün kılan aktivitelerdir.

Bu özellikler gözden geçirildiğinde ise keyif veren bir akışa dahil olmanın ortaya çıkabilmesi için yapılmakta olan şeyin zorluğu ve katılımcının becerileri arasında bir denge olması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Zira yapılmakta olan şey katılımcının becerilerine göre çok zorsa kaygıya, çok kolaysa sıkıcı

olmasına sebep olacaktır ve her iki durumda akışa dahil olma ve keyif alma ortadan kalkacaktır.

Anlatıya dahil olma ölçeğinin alt testleri olan anlatı anlayışı, dikkat-odaklanma, anlatsal presence ve özellikle duygusal olarak dahil olma keyif almakla yüksek korelasyonlar göstermiştir.

### **2.3. Anlatıya Dahil Olmanın Boyutları**

Anlatıya dahil olmanın dört boyutu, her biri ayrı fakat birbirleriyle ilişki içinde dahil olma süreçlerini temsil eder. Anlatı anlayışı; anlatıyı kavramakta kolaylığı ve zihinsel modeller perspektifinden, anlatıya dair anlamlı modeller yapılandırmakta kolaylık olarak ele alınabilir. Ne var ki anlatıya dahil olma ölçeğinde bu boyut daha çok tersten puanlanan maddeleri içerdiğinden (Örn. Bazen dizide olup bitenleri anlamakta zorlandım.) daha ziyade bir kavrama güçlüğünü ölçtüğü düşünülebilir. Boyutların asimetric doğası anlatı deneyiminin gerçekçiliğine işaret ediyor olabilir. Anlatıya dahil olmanın en önemli aktivitesi anlatıyı idrak olsa da, izleyici ya da okuyucular kavrayış sürecinin ancak ortadan kalktığında ayırında olmalıdırlar.

Benzer bir argüman dikkat-odaklanma boyutu için de geçerlidir. Bu boyutu içeren maddeler de tersten puanlamayı gerektiren ifadeler barındırır (Örn. Dizi süresince dalgındım.) Buselle ve Bilandzic (2009)'in teorik yaklaşımlarına göre, akışa dahil olma kavramının dayandığı ilkeler gereği anlatıya gerçekten dahil olmuş bir izleyici ya da okuyucunun dikkatini anlatıya odaklamış olduğunu ancak dikkati dağılıp yeniden odaklanması gerekirse fark etmesi beklenir. Aslında dikkati dağılmadıkça dikkatini anlatıya verdiğini fark etmemelidir. Bu da, anlatının kolayca işlenebildiği, ortamda dikkati dağıtacak unsurlar olmaması ya da anlatının dikkati dağıtacak duymalara sebep olan unsurlar barındırarak duygusal dahil olma ve kendini içinde hissetmeyi olumsuz etkilememesine bağlıdır.

Duygusal dahil olma, karakterlerle aynı hisleri paylaşmak ya da karakterlere duygular hissetmek, temelde anlatıya dahil olmanın duygu uyandıran bileşenini oluştursa da bu spesifik bir duygu değildir. Duygunun içeriğinden çok yükselişini ifade eder. Bu önemlidir çünkü bir anlatı tüm duyguları uyandırabilir, belirli bir anlatının izleyen yada okuyanda hangi duyguyu uyandırdığını belirlemek oldukça güçtür.

Son boyut hikayenin içinde hissetme( narrative presence) gerçek dünyadan uzaklaşarak hikayeye girmeyi ifade eder. Buselle ve Bilandzic (2009) bu boyutu iki fenomene dayandırır. Birincisi dikkati yoğun olarak bir yere odaklamaktan kaynaklı olarak kendinin ve çevrenin farkındalığının kaybolması. Bu durum Csikszentmihalyi (1997)'nin tarif ettiği akışa dahil olma durumunda görülür. İkincisi ise anlatıya özgü olarak başka bir yer ve zamana gitmektir. Bu iki fenomenden ilki bir aktiviteye odaklanma fonksiyonu ile eşleştirilebilir, ikincisi ise zihinsel olarak alternatif bir dünya yaratmanın bir sonucu olarak görülebilir. Bu ince fakat önemli bir ayrımdır. Kendilik farkındalığının kaybı herhangi bir aktiviteye dahil olduğunda oluşabilirken, kendini anlatının içinde hissetme ancak alternatif bir dünya zihinsel olarak kurulmuşsa mümkündür.

#### **2.4.Anlatının Kişi Üzerindeki Etkilerini Ölçen Diğer Ölçekler**

Özellikle iletişim, kültürel çalışmalar ve psikoloji alanlarında medyanın kişiler üzerindeki etkisi uzun yıllardır çalışma konusu olagelmıştır. Ancak bu etkileri belirleyebilmek için daha çok niteliksel ölçme yöntemleri kullanılmıştır. Hem dünyada hem de Türkiye’de bu etkileri belirlemek adına en sık kullanılan yöntem alımlama analizidir. Alımlama analizleri

“alımlama süreçlerini anlamak üzere izleyici söylemlerini ve kitle iletişim araçları söylemlerini karşılaştırmalı olarak okumayı amaçlarlar.” (Akt. Özsoy, 2005; Jensen & Rosengren, 1990).

Ancak anlatının izleyici/okuyucu üzerindeki etkileri üzerine 2000’li yıllardan itibaren daha sık araştırma yapılmaya başlanmış ve bu geniş çalışma alanı içinde kendisine ayrı ve spesifik bir yer edinmiştir. Türkiye’de anlatı etkilerini değerlendiren güvenilir bir ölçme aracı henüz üretilmemiş ya da uyarlanmamıştır. Dünyada ise bu alanda yürütülen çalışmalarda en sık kullanılan üç ölçek sayılabilir. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği bu etkilerin hem farklı boyutlarını ölçme hem de geçerlilik ve güvenilirlik konusunda işlevsel ve üretildiğinden bu yana akademik çalışmalarda sıkça kullanılan bir ölçektir. Benzer etkileri değerlendiren diğer ölçme araçlarından en çok kullanılanlar Anlatısal Aktarım Ölçeği ve Özdeşleşme ölçeğidir.

##### **2.4.1. Anlatısal Aktarım Ölçeği**

Green ve Brock Anlatısal Aktarım Ölçeği’ni 2000 yılında Gerrig(1993)’in yaptığı yolculuk benzetmesine dayanarak geliştirmişlerdir. Bu yaklaşıma göre



ölçeğin temel boyutlarının öyküye duygusal olarak dahil olma, bilişsel dikkat, öyküye karşı merak duyguları, çevre farkındalığının kaybı ve zihinsel canlandırmayı içermesi gerektiğinde karar kılmışlardır. Ölçeğin son halinin 11 genel maddesi vardır bu maddelere ek olarak kullanılan anlatının her bir baş kahramanı için zihinsel canlandırma maddeleri eklenmesi de mümkündür. Green ve Brock da ölçeği oluştururken yaptıkları çalışmada bu 11 maddeye ek olarak 4 canlandırma maddesi kullanmışlardır. Tüm maddeler “Kesinlikle katılıyorum” ve “Hiç Katılmıyorum” seçenekleri ile belirlenmiş yedi puanlık likert ölçekle değerlendirilmiştir. 274 üniversite öğrencisiyle yürütülen çalışmada ölçeğin Cronbach alfa değeri  $\alpha = .76$  çıkmıştır. Alfa değerini anlamlı olarak yükseltmeyen maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Anlatısal aktarım ölçeğinin teorik puan aralığı 15 ve 105 arasındadır ve yüksek puanlar yüksek aktarımı ifade eder. Yürütülen ölçek geliştirme çalışmalarında gerçek puan aralığı 31 ve 99 arasında çıkmıştır.

Uygulanan açımlayıcı faktör analizi sonucunda üç eigen değeri 1’in üstünde çıkmış ve scree plot da üç faktörlü modeli desteklemiştir. Bu üç faktör bilişsel boyut, duygu-duygulanım boyutu ve zihinsel canlandırmayı ifade etmektedir ve kendi içlerinde korelasyonları .21 ve .41 arasında değişmektedir. Bu üç faktör anlatısal aktarımın alt testleri olarak değerlendirildiğinde kabul edilebilir maddeler arası güvenilirlik sağlamışsa da ayrımsal bir fark ortaya koyan sonuçlar vermemişlerdir. Bu sebeple ölçek toplam puanlarının raporlanması uygun bulunmuştur. Anlatıya Dahil Olma ölçeğinin benzer ölçek geçerliliği çalışmasında kullanıldığı için, Türkçe uyarlama çalışması sırasında Anlatısal Aktarım ölçeği de uyarlanmış ve iki ölçeğin toplam puan korelasyonları üzerinden benzer ölçek geçerliliği çalışması yapılmıştır.

#### **2.4.2. Özdeşleşme Ölçeği**

2001 yılında Cohen özdeşleşmenin net bir tanımını yapmış ve bu tanıma uygun olarak

Özdeşleşme Ölçeğini geliştirmiştir. Ona göre özdeşleşme bilinçli olarak gerçekleşen bir süreç olmadığından bir ölçme aracıyla ölçülmesi zordur. Buna karşın kişinin bir medya karakteriyle özdeşleştiği anda bunun farkında olmaması sonradan bunu anımsamayacağı anlamıya gelmemektedir. Kişi bir karakterle özdeşleştikten sonra metne dalıp gittiğinin, karakterlerle ne derece

empati kurduğunun, onların duygularını, amaçlarını ve bakış açılarını anladığının farkında olacaktır.

Özdeşleşmenin işlemsel tanımı yapıldığında ve ölçüldüğünde dört boyut önem arz eder. Bunlardan birincisi empati ya da karakterin duygularını paylaşmaktır. İkincisi karakterin bakış açısının anlaşıldığını ortaya koyan bilişsel boyuttur. İşlemsel olarak bu boyut izleticinin/okuyucunun, karakterin davranışlarının altında yatan motivasyonları ne derece anladığını hissettiği ile ölçülebilir. Üçüncüsü, izleyici/okuyucunun karakterin amaçlarını ne derece içselleştirip paylaştığıdır. Son olarak dördüncü boyut ise, anlatıya dalıp gitmek yani metni okurken ya da filmi izlerken kişisel farkındalığın ne derece kaybolduğudur. Özdeşleşme geçici bir durum olduğundan, okuyucunun/izleyicinin karakterle ne sıklıkta ve yoğunlukta karşılaştığı önem arz eder. Kişi anlatıya daldıkça karakterle daha fazla empati kuracak, onu daha iyi anlayacak, onun amaçlarını benimseyecek ve karakterle daha fazla özdeşleştiğini söyleyecektir. Örneğin uzun bir kitap serisinin baş karakteriyle ya da bir dizinin baş karakteriyle özdeşleşmenin, kısa bir öykünün ya da bir kısa filmin baş karakteriyle özdeşleşmeden daha yüksek olması beklenebilir. Cohen kendisinden önce yapılan özdeşleşmeyi ölçme çalışmalarından feyz alarak ve yukarıda bahsi geçen boyutları ele alarak 10 maddeden oluşan Özdeşleşme Ölçeği'ni geliştirmiştir. Ölçek maddelerinin “Kesinlikle katılıyorum” ve “Hiç Katılmıyorum” seçenekleri ile belirlenmiş yedi puanlık likert ölçekle ve toplam puanlara bakılarak değerlendirilmesini tavsiye etmiştir.

Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Türkiye kültürüne uyarlanması sırasında benzer ölçek geçerliliğini değerlendirmek için kullanılmak üzere Özdeşleşme Ölçeği'nin de çeviri ve uyarlama çalışmaları yapılmıştır.

## **2.5 İlgili Araştırmalar**

Anlatıya dahil olma kavramı, bireylerin tutum ve inançları üzerinde olan etkisinin ortaya konmasından sonra psikoloji, eğitim, sağlık, reklamcılık, sinema ve medya alanlarında çalışanların ilgisini daha çok çekmeye başlamıştır.

Buselle ve Bilandzic (2009)'in kavramsallaştırdığı şekliyle “anlatıya dahil olma” kavramı ve yine onların geliştirdiği Anlatıya Dahil Olma Ölçeği bir bütün olarak, zaman zaman da alt ölçekleriyle pek çok çalışmada kullanılmıştır. Aşağıda bu çalışmalardan örnekler sunulacaktır.

### 2.5.1. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Kullanıldığı Çalışma Örnekleri

2010 yılında Hoopen Wageningen Üniversitesi'nde kabul edilen tezinde anlatıya dahil olmayı, literatürdeki kökleri, olası aracı değişkenleri ve sonuçları bakımından etraflıca ele almıştır. Ağırlıklı olarak nitel bir çalışma yürüten Hoopen'ın çalışmasında katılımcılara bir bölüm dizi izletildikten sonra "Anlatıya Dahil Olma Ölçeği" verilir. Ölçek sonuçları katılımcılar oradayken hesaplanır, daha sonra bir odak grubu(focus group) çalışmasına başlanır. Bu çalışmada katılımcılara Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin her bir boyutunun ne ifade ettiğinden kısaca bahsedilir ve her bir boyut hakkında(dikkat-odaklanma, kendini hikayenin içinde hissetme, anlatı anlayışı, duygusal olarak dahil olma) katılımcıların kendi deneyimleri dinlenir.

Çalışmanın sonucunda anlatıya dahil olmanın genel toplam ortalaması  $M = 4.70$ ,  $sd = .68$ ,  $p < .01$ 'dir. Her bir alt ölçeğin ortalaması ise şu şekildedir; duygusal olarak dahil olma  $M = 4.53$ ,  $sd = 1.01$ ,  $p < .01$ , anlatı anlayışı  $M = 5.98$ ,  $sd = .58$ ,  $p < .01$ , dikkat-odaklanma  $M = 4.94$ ,  $sd = .90$ ,  $p < .01$ , kendini hikayenin içinde hissetme  $M = 3.65$ ,  $sd = 1.15$ ,  $p < .01$  olarak bulunmuştur bu değerler bizim çalışmamızın sonuçlarını destekler nitelikte olduğu için önemlidir zira kendini hikayenin içinde hissetme (narrative presece) alt ölçeğinin maddeleri bizim uyarılma çalışmamızda da oldukça düşük yüklerle faktörlerine yüklenmişlerdir.

Hoopen (2010) çalışmasında kadın ve erkek katılımcıların alt ölçek puanlarında da anlamlı farklar bulmuştur. Kadın katılımcılar, daha duygulu (E:  $M = 3.89$ ,  $sd = .94$ ,  $p < .01$ ; K:  $M = 4.99$ ,  $sd = .80$ ,  $p < .01$ ), daha odaklı (E:  $M = 4.33$ ,  $sd = .73$ ,  $p < .01$ ; K:  $M = 5.36$ ,  $sd = .76$ ,  $p < .01$ ) ve kendilerini daha hikayenin içinde hissederken (E:  $M = 2.90$ ,  $sd = .82$ ,  $p < .01$ ; K:  $M = 4.18$ ,  $sd = 1.06$ ,  $p < .01$ ); erkek katılımcıların anlatı anlayışı değerleri kadınlardan anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur (E:  $M = 6.31$ ,  $sd = .41$ ,  $p < .01$ ; K:  $M = 5.75$ ,  $sd = .57$ ,  $p < .01$ ).

Çalışmasının devamında nitel analiz sonuçlarını sunan Hoopen(2010) her bir alt ölçeğin literatürdeki kökenlerini maddeler halinde ele almış ve odak gruplardan elde edilen verileri bu başlıklar altında sunmuştur.

Anthony, Visscher, Howell, Meredith, Schaperkötter ve Bolls (2012) Amerika Reklamcılık Akademisi Konferansı'nda kamu spotlarını daha etkili hale getirmek için anlatıya dahil olma kavramından faydalanılabileceği fikrine

dayanan çalışmalarını sunmuşlardır. Onlara göre kişileri kamu spotları ile sağlıklı davranışlara sevk etmek verilen mesajlarda duygusal içeriğin kullanılmasına bağlıdır. Mesajlardaki duygusal içerik hedef bireylerin duygusal olarak katılacağı ve mesajın yarattığı zihinsel süreçlerin sağlıklı karar verme olasılığını arttıracığı şekilde tasarlanmalıdır. Bu görüş, yakın zamandaki tüketici psikolojisi ve reklam alanlarındaki, " duygusal ve motivasyonel süreçler iknanın temelidir" teorisini destekler niteliktedir (Du plesis, 2008). Sağlıkla ilgili kamu spotları mesajlarında hem hoş hem nahoş içerikler taşırlar. Yine de duygusal içeriğin üretiminde ve sunumunda stratejik yöntemler kullanmak mesajı etkisini olumlu olarak etkiler. Mesajın duygusal içeriğinin nasıl üretildiği ve nasıl sunulduğu kişilerin mesaja verdiği duygusal tepkileri ve zihinsel süreçlerini doğrudan etkiler. Bu çalışma kamu spotu profesyonellerine trafik güvenliği videolarındaki duygusal içeriğin kullanımı ve çeşitliliğinin mesaja verilen tepkiyi ve zihinsel süreçleri nasıl etkilediğini açıklayarak yardımcı olmak için tasarlanmıştır.

Sağlıkla ilgili mesajlar sırasında dikkat ve duyguların akışını izlemek için üç fizyolojik ölçüm yapılmıştır. Bunlar; kalp atışları, galvanik deri tepkisi ve yüz kasları aktivitesidir. Bu sonuçlar anlatıya dahil olma ölçeği sonuçlarıyla eşlenmiştir.

Caydırıcı mesaj içeriklerinin anlatıya dahil olma üzerinde önemli bir etkisi olduğu ortaya konmuştur ( $F(1.805,133.597) = 220.023, p=.000$ ) ve varyansın % 74.8'ini açıklamıştır. Farklı caydırıcılık seviyeleri anlatıya dahil olmayı farklı seviyelerde etkilemiştir ( düşük caydırıcılık; 4.812(.093), yüksek caydırıcılık; 7.085(.106)).

Bir başka çalışma Robison (2013) tarafından doktora tezi olarak Ohio Üniversitesi'nde yürütülmüş olan "Psikoterapinin Televizyondaki Kurgu Tasvirlerinin; İzleyicilerin Terapi Beklentileri, Yardım Almaya Karşı Tutumları ve Dramatik Anlatıları Kabulleri Üzerindeki Etkileri"dir. Psikoterapinin popüler medyada nasıl sunulduğunun kişilerin beklentileri, tutumları ve terapiye dair niyetlerini etkilediği sık sık tartışılır. Robison (2013)'un çalışmasına dek bu hipotezlerin geçerli ve sağlıklı bir metodolojiye dayanan araştırma çalışmaları neredeyse hiç yapılmamıştır. Aynı şekilde medya algısı teorileri ve terapinin medyada nasıl tasvir edildiği üzerine de herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Robison (2013) çalışmasında

televizyondaki kurgu psikoterapi tasvirlerinin izleyicilerin psikoterapötik tedaviye dair inançları üzerindeki etkilerini ve psikolojik sıkıntılarla anlatıya dahil olma ilişkisini ampirik olarak test etmeyi hedeflemiştir.

Çalışma 3 grup üzerinden yürütülmüştür. Psikoterapiye dair pozitif bir algı için “In Treatment” dizisinden olumlu sonlanan bir terapi sürecini anlatan birkaç bölüm birleştirilerek bir film oluşturulmuştur. Psikoterapiye dair negatif bir algı için yine aynı diziden olumsuz sonuçlanan bir sürece dair bir film oluşturulmuştur. 3. grup ise kontrol grubudur. Katılımcılar hazırlanan filmleri izledikten sonra Danışma Beklentileri Formu’nu (The Expectations About Counseling – Brief Form (EAC-B)) (Tinsley, Workman & Kass, 1980), Psikoterapiye Dair Düşünceler Anketi’ni (The Thoughts about Psychotherapy Survey (TAPS)) (Kushner & Sher, 1989), Profesyonel Psikolojik Yardım Aaramaya Yönelik Tutumlar Ölçeği’ni (The Attitudes Toward Seeking Professional Help Scale: Short Form (ATSPPHS)) (Fisher & Farnia, 1995), Anlatısal Aktarım ve Anlatıya Dahil Olma Ölçeklerini doldurmuşlardır. Sonuçlara göre psikolojik sıkıntılarının fazlalığı durumunda dramatik öykülerle düşük anlatıya dahil olma puanları öngörülebilir ( $\beta = .17$ ,  $F(1,206) = 6.43$ ,  $p = .01$ ). Terapinin algılanan gerçekçiliği ve anlatıya dahil olma ( $r = -.22$ ), terapistin algılanan gerçekçiliği ve anlatıya dahil olma ( $r = -.31$ ), tasvir edilen terapinin negatif ve pozitif doğasıyla anlatıya dahil olma ( $r = -.26$ ) ve tasvir edilen terapist ile anlatıya dahil olma ( $r = -.31$ ) birbiriyle anlamlı şekilde ilişkili çıkmıştır.

Sangalang, Quintero Johnson ve Ciancio (2013) eğlenceli- eğitim stratejisinin işlevselliğini artırmak için anlatıya dahil olma kavramından ne şekilde faydalanılabileceği üzerine çalışmışlardır. Bu makale eğlenceli eğitim stratejisinin farklı medya platformlarında nasıl uygulanabileceğini araştıran akademik çalışmalara destek olarak yazılmıştır. Hikaye anlatıcılığına yönelik çoklu medya yaklaşımı eğlenceli eğitim stratejisinin çalışılmış bir uzantısı olup araştırmacılar flash oyunlar gibi interaktif bir hikaye anlatıcılığı formatının mesajın anlaşılmasına ve içselleştirilmesine etkisini araştırmıştır. Süt tüketimi ile ilgili yapılan ulusal çoklu medya kampanyası araştırmacılara, mesajla ilgili tutum, inanç ve davranışsal niyetlerin iletme etki etmediğini ve anlatıya dahil olmanın katılımcıların oyunla duygusal bağ kurmalarına bağlı olduğunu göstermiştir. Mesajın iletimi oyundan alınan keyifle pozitif ilişkili iken, oyunda

çıkan zorluklara karşı gösterilen öfkeden negatif etkilenmiştir. Bu çalışma interaktif medya platformlarında anlatıya dahil olma konusunda daha ayrıntılı çalışma yapılması gerektiğini göstermiş daha da önemlisi eğlenceli eğitim kampanyalarının çoklu medya aracılığıyla ile mesaj iletme konusunda gücünü ve sınırlarını bu şekilde anlamlandırabileceğini ortaya koymuştur. Çalışmada Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Anlatı Anlayışı alt ölçeği kullanılmıştır. Çalışmanın hipotezlerinden biri; interaktif bir oyuna anlatısal aktarımın anlatı anlayışını pozitif yönde etkileyeceği yönündedir. Katılımcılar interaktif bir oyun oynamadan önce ve sonra sütle ilgili inançları, tutumlarını ve davranışsal niyetlerini ölçen bir ankete katılmışlar ve anlatı anlayışı, keyif alma ve hayal kırıklığını ölçen ölçekleri doldurmuşlardır. Tüm ölçümler 7 puanlık likert ölçeği şeklindedir. Regresyon analizleri hipotezi test etmek için uygulamıştır. Cinsiyet ve etnisite kontrol edildikten sonra sonuçlar anlatı anlayışının interaktif oyunda mesaj iletimi ile ciddi ölçüde ilişkili olduğunu göstermiştir ( $\beta = .39, t = 9.78, p < .00$ ). Bu da hipotezi desteklemektedir. Araştırmada kullanılan veriler sınırlı olsa da bulgulara göre katılımcıların büyük bölümünün anlatı anlayışı, interaktif oyunla kurulan duygusal ilişkileri ile ilgilidir. Buradan çıkarılacak sonuç anlatı anlayışının eğlenceli eğitim kampanyalarına yönelik çoklu medya hikaye anlatımının etkinliğini araştıran araştırmacılar için önemlidir.

Lee (2014) anlatıya dahil olmanın sinemadan keyif almakla olan ilişkisi üzerine bir çalışma yapmıştır. Bu proje üç ve iki boyutlu filmler arasında yapılan karşılaştırmalı çalışmalara dayanarak, iki ve üç boyutun izleyiciler üzerindeki keyif alma algısı, anlatıya dahil olma, presence ve akışa dahil olma etkilerini 3 film türüne göre değerlendirmektir (aksiyon/ fantezi, drama ve belgesel) 2 X 3 karma etkensel desen(mixed factorial) uygulanarak 102 kişilik katılımcı grubu iki kategoride (2D-3D) 15 er dakikalık 3 tip film parçası izlemişlerdir. İki kategori de tüm kriterlerde aynı sonucu göstermişler, görsel üretim metotları arasında önemli bir farklılık görülmemiştir. Ek olarak yapılan türler arası karşılaştırmalar ise 3 boyutun aksiyon türünde belgesele göre seyir zevkini arttırdığını, 3 boyutlu belgesellerde ise anlatıya dahil olmanın drama oranla çok daha fazla arttığını göstermiştir. Çalışmanın hipotezlerinden biri 3 boyutlu film izleyenlerle ile yapılan çalışmalar 2 boyutlu film izleyenlerle yapılan çalışmalara göre daha güçlü anlatıya dahil olma sonuçları göstereceği

şeklinde. Anlatıya duygusal olarak dahil olma ve kendini hikayenin içinde hissetme çalışmada kullanılan başka ölçekler tarafından da ölçüldüğü için Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin sadece Anlatı Anlayışı alt ölçeği bu çalışmada kullanılmıştır. Anlatı anlayışı için iç tutarlılık katsayısı  $a = .61$  olarak verilmiştir. Çalışmanın çoklu bağımlı değişkenlerinden dolayı MANOVA yapılmış ve görsel üretim yöntemi için yapılan F test değerlerinde hiçbir bağımlı değişken anlamlı bir fark ortaya koymamıştır (Anlatı anlayışı:  $F(1,98) = .11, p = .75$ ). Buradan önemli olanın sunulan içerik olduğu sonucuna varılabilir.

### **2.5.2. Anlatıya Dahil Olma Kavramının Kullanıldığı Çalışma Örnekleri**

Anlatıya dahil olma konusunda yapılan kimi çalışmalar ölçme aracı olarak Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'ni kullanmamışlarsa da Busselle ve Bilandzic (2009)'in kavramsallaştırdığı şekliyle anlatıya dahil olma kavramından faydalanmışlardır. Bu çalışmalardan bazı örnekler şöyledir:

Graaf, Hoeken, Sanders ve Beentjes (2009) çalışmalarında anlatıya dahil olmanın boyutlarının anlatı algısı üzerindeki etkilerini araştırmışlardır.

Anlatının ikna ediciliği üzerine pek çok model, anlatının ikna etkisi üzerinde okuyucunun anlatıyı fenomenolojik olarak deneyimlemesinin aracı rolü oynadığını öne sürmüştür. Bu çalışma, bir anlatıyı okumak ve ona dahil olmak çok boyutlu bir deneyim olduğundan okuma ve onun ikna edici etkileri arasında hangi boyutların rol oynadığını ortaya koymak için yapılmıştır. Anlatıya dahil olmayı manipüle edebilmek için katılımcılara okudukları metinle ilgili bir görev verilmiş ya da metne kasıtlı olarak yazım hataları eklenmiştir. Sonuçta görev verilen grupta kendinin hikayenin içinde hissetme, yazım hataları olan grupta ise dikkat ve odaklanma puanlarında anlamlı bir düşüş gözlenmiştir.

LaMarre ve Landreville (2009) "Kurgu ne zaman gerçekler kadar iyidir?" başlıklı çalışmalarında dahil olma, duygulanım, konuya duyulan ilgi ve öğrenme üzerindeki etkileri bakımından belgesel ve tarihten esinlenen kurgu filmleri ele karşılaştırmışlardır. Çalışmada Raunda soykırımını üzerine bir belgesel film olan "The Triumph of Evil" ve Raunda soykırımından esinlenerek çekilmiş "Hotel Rwanda" filmi kullanılmıştır. Anlatıya dahil olma ve politik konuya olan ilginin artması bakımında iki grup arasında anlamlı bir fark olmasa da, kurgu filmin etkisinin en az belgesel kadar güçlü olduğu

söylenbilir. Bu çalışmanın sonuçları bilinç ve politik katılımın artması gibi olası demokratik sonuçları bakımından ele alınmıştır.

Kim, Bigman, Leader, Lerman ve Cappela (2012) medyada verilen sağlık mesajlarında anlatı kullanımı ve davranış değişimi üzerine yaptıkları araştırmada haberlerdeki örneklerin sigara bırakma niyeti üzerindeki etkisini test etmişlerdir. Çalışma özellikle, başarılı sigara bırakma öykülerine dair haberlerini, okuyucunun anlatıya dahil oluşunu ve bu yolla sigarayı bırakmaya dair niyetlerini nasıl etkilediği üzerinde durmuştur. Çalışmanın sonuçlarına göre içinde sigarayı bırakabilmiş birinin örneği olan haberler böyle bir örnek olmayan haberlere göre daha fazla anlatıya dahil olmaya sebep olmakta ve anlatıya daha fazla dahil olanların sigara bırakmaya yönelik niyetlerinde artış gözlenmektedir.

Özen Odağ (2013) edebiyat algısında duygusal dahil olmanın kadınlar ve erkekler açısından hangi koşullar altında farklılaştığını araştırmıştır. Çalışma dahilinde kadın ve erkek okuyucular deneyime dayalı ve olaya dayalı öyküler okumuş ve anlatıya dahil olma deneyimleri üzerine hem yazılı raporlar hazırlamışlar hem de ölçekleri doldurmuşlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre kadınlar ve erkekler deneyime dayalı öykülerde karakterlere karşı yaklaşımlarında büyük ölçüde aynıdırlar. Olaya dayalı öykülerde ise olay örgüsüne karşı yaklaşımlarında farklılıklar gösterirler.

Miller-Day ve Hecht (2013) anlatıya dahil olmanın önleme müdahaleleri tasarlamak için bir

Çerçeve olarak kullanılabileceğini öne sürmüşlerdir. Bu çalışma dahilinde ergenlerde uyuşturucu kullanımını önleme konusunda anlatıya dahil olmaktan faydalanabileceği öne sürülmüştür. Medyaya dayalı önleme çalışmalarında kişisel anlatıların değiştirici gücünden faydalanarak, anlatının bir müdahale yöntemi olarak kullanılması önerilmiştir. Yazarlar anlatıya dahil olmanın ergenlerde uyuşturucu kullanımını önleme programında bir çerçeve olarak ne şekilde kullanılabileceğini sunmuşlardır.

Koreli çalışmacılar Chun ve Shi (2013) Medya ve Kitle İletişimi Üzerine Asya Konferansında sundukları araştırmalarında haberlerin ya da kurgusal yazıların, gerçeklik ya da anlatı formatında aktarılmasının okuyucunun duygusal ve bilişsel tepkilerine nasıl etki ettiğini ele almışlardır. Hintli bir çiftin içinde bulunduğu dramatik ve trajik bir hikaye üç farklı versiyonla katılımcılara



aktarılmıştır. Hikayede erkek vahşice saldırıya uğrarken, kadında otobüsteki bir takım yabancılar tarafından tecavüze uğrar. Okuyucularda farklı algılar uyandırmak için her versiyonda hikaye manipüle ediliyor. İlk versiyonda hikaye gerçek bir olayı anlatan bir haber niteliğinde aktarılıyor. İkinci versiyonda ise, hikaye gerçekten bağımsız yazarın kurgusal yaratımı sonucu ortaya çıkmış gibi aktarılırken, hikaye içeriği hiçbir gerçek olay ya da ortama bağlanmamıştır. Son versiyonda ise hikaye anlatsal olmayan bir haber başlığı ve makalesi niteliğinde sunulmuştur. Hikayeleri okuduktan sonra katılımcılara hikayeler ile kurdukları empati ve dahil olmayı ölçen anketler doldurulmuştur. Çalışma sonucunda öngörülen veriler katılımcıların anlatsal hikayelere daha çok dahil oldukları ve empati kurdukları yönündedir. Katılımcıların anlatsal olduktan sonra hikayenin gerçeğe dayalı ya da kurgusal olması arasında fark gözetmeksizin; hem gerçeğe dayalı hem de kurgusal anlatıda aynı ölçüde empati ve özdeşleşme hissettikleri belirtilmiştir.

## BÖLÜM III

### YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma yetişkinlerin anlatıya dahil olmalarını odaklanma-dikkat, duygusal dahil olma, anlatı anlayışı ve anlatının içinde hissetme alt ölçekleriyle ölçen bir ölçme aracının Türk kültürüne uyarlanması çalışmasıdır.

#### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Busselle ve Bilandzic (2009) Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'ni oluştururken yürüttükleri çalışmalarda araştırma evrenlerini tanımlamamakla birlikte tüm katılımcılarını üniversite öğrencilerinden seçmişlerdir. Bu nedenle Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Türk kültürüne uyarlanması çalışması sırasında toplanan veriler de orijinal çalışmaya sadık kalınarak büyük ölçüde üniversite öğrencilerinden toplanmıştır (Yaptıkları nihai doğrulayıcı faktör analizi çalışmasının yaş ortalaması 22'dir).

Bu noktada Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin bir ölçme aracı olarak kullanıldığı daha sonraki çalışmaların örneklemlerini ergen ve yetişkinlerin oluşturduğunu belirtmek faydalı olacaktır.

Araştırmanın verileri İstanbul Arel Üniversitesi ve Karakedi Kültür Merkezi'nde yapılan toplu gösterimlerle toplanmıştır ve araştırmanın örneklemi oransız küme örnekleme yoluyla belirlenmiştir. Çalışma için orijinal ölçek geliştirme çalışmasının son halinin test edildiği 2. doğrulayıcı faktör analizi çalışmasında kullanılan ER dizisinin 3. sezonun ilk bölümü olan 45 dakikalık "Doctor Carter, I Presume" (Doktor Carter Olduğunuzu Sanıyorum) bölümü katılımcılara izletilmiştir.

Sousa ve Rojjanasrirat (2010) açımlayıcı faktör analizi yapılması planlanan bir araştırmada ideal örneklem sayısının ölçeğin her bir maddesi için on kişi olarak düşünülmesini tavsiye ederler. Bu durumda on iki maddelik Anlatıya Dahil Olma Ölçeği için ideal örneklem yüz yirmi kişi olacaktır. Yürütülen çalışmada geçersiz değerler atılarak 152 kişilik bir örneklem grubundan toplanan veriler analiz edilmiştir.

Bu araştırmadan elde edilen verilerin tüm Türkiye'de genç ve yetişkinlere genellenmesi hedeflenmektedir. Katılımcıların yaş ranjı 17 ve 40 arasında değişmekteyse de katılımcıların

çoğu üniversite öğrencilerinden seçildiğinden yaş ortalaması 22,25 olan 152 katılımcının 50'si erkek ve 102'si kadındır.

### **3.3. Veri Toplama Araçları**

Anlatıya Dahil Olma Ölçeği ve Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin ölçüt bağıntılı geçerliğini test etmek için kullanılan Anlatısal Aktarım Ölçeği ve Özdeşleşme Ölçeği'ne dair bilgiler aşağıda ayrıntılı olarak verilmiştir.

#### **3.3.1. Anlatıya Dahil Olma Ölçeği**

Anlatıya Dahil Olma Ölçeği 2009 yılında Busselle ve Bilandzic tarafından geliştirilmiştir. Busselle ve Bilandzic bu çalışmalarında, kişinin dahil olduğu aktarıldığı ya da kendini kaptırdığı anlatı alanının bunu izleyen hikayeye tutarlı tutum ve inançları değiştirme potansiyelini etkilediğini belirtmişlerdir. Anlatının etkilerini ve ardındaki mekanizmayı anlamamızın, anlatıya dahil olmayı teorik olarak anlamlı bir şekilde ölçme becerimize bağlı olduğunu öne sürerek bu alandaki literatürü ayrıntılı bir şekilde ele almışlardır. Bu anlayışla Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'ni geliştirmişlerdir. Ölçeğin dört temel boyutu vardır. Bunlar dikkat-odaklanma, anlatı anlayışı, duygusal dahil olma ve anlatının içinde hissetmedir. Ölçek iki ayrı ülkeden izleyicilere film ve televizyon dizileri izletilerek toplanan verilere açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanarak geliştirilmiştir. Ölçeğin öyküyle tutarlı tutumları ve keyif almayı ne derece öngörebildiği de çalışma dahilinde sunulmuştur.

Her bir ölçek maddesi 7 ve 1 puan arasında derecelendirilmiştir. 7 puan “Kesinlikle katılıyorum” ifadesini 1 puan ise “Hiç katılmıyorum” ifadesini karşılamaktadır.

Ölçek geliştirilirken dört izleyici grubu dört farklı programı izlemişler ve üç veri kümesi içinde değerlendirilmişlerdir. Ölçek geliştirme süreci 413 kişiden oluşan ilk kümeye açıklayıcı faktör analizi uygulanmasıyla başlamış, 211 kişilik ikinci veri kümesine doğrulayıcı faktör analizi uygulanmasıyla devam etmiştir. Son olarak 179 kişiden oluşan üçüncü veri kümesinden iki ayrı program izletilerek elde edilen verilere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmasıyla ölçek son şeklini almıştır. Her aşamada ölçeğin keyif alma ve öyküyle tutarlı tutumlar çıktılarını yordama gücü de test edilmiş ve Green ve Brock (2000)'un Anlatısal Aktarım ve Cohen (2001)'in Özdeşleşme ölçeği ile karşılaştırılmıştır.

Birinci çalışmada katılımcılara bir Amerikan dizisi olan Rescue Me'den bir bölüm izletilmiştir. Ölçeğin ilk versiyonu benzer kavramları ölçen diğer ölçeklerden alınan maddeler ve çalışmacıların teorik olarak ölçekte bulunmasını öngördükleri maddelerle sekiz alt ölçek ve kırk maddeden oluşmuştur. Bu alt ölçekler; empati sempati, bakış açısına bilişsel olarak dahil olma (cognitive perspective taking), zaman algısının kaybı, kendilik farkındalığının kaybı, kendini anlatının içinde hissetme (narrative presence), anlatıya katılma (narrative involvement), dikkat dağınıklığı, bilişsel erişim kolaylığı (ease of cognitive Access), anlatı gerçekliği (narrative realism) olarak belirlenmiştir.

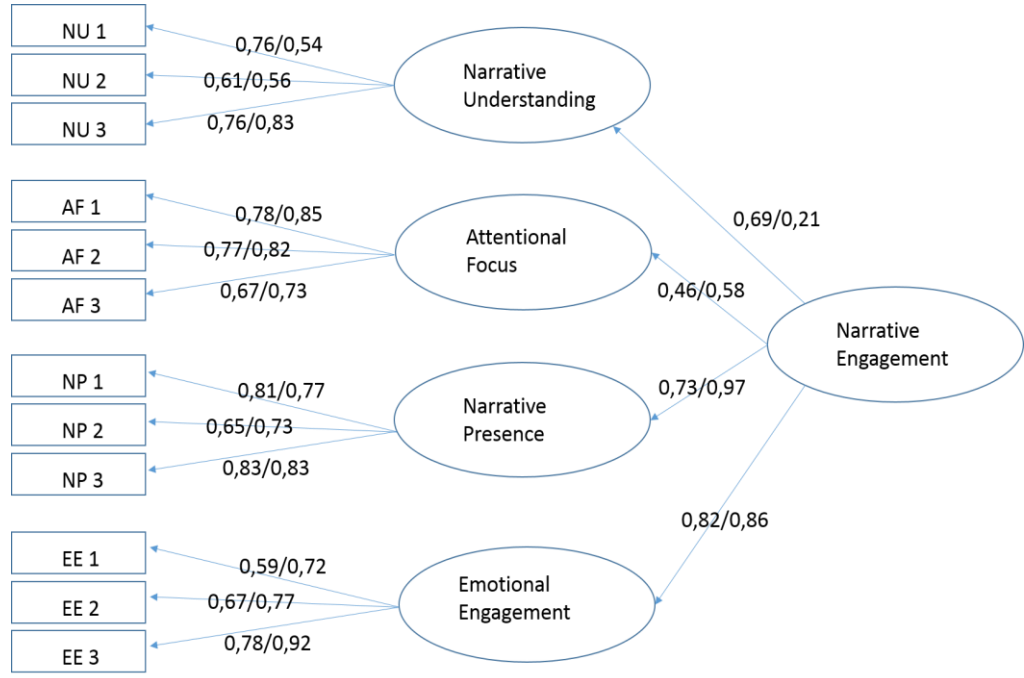
Benzer ölçek geçerliliği anlatsal aktarım için Cronbach's alpha= .71, özdeşleşme için Cronbach's alpha= .72'dir. Kriter geçerliliğini ölçebilmek keyif almayı ölçen dört madde eklenmiştir ayrıca öyküyle tutarlı tutum ve inanç değişikliklerini ölçebilmek için izletilen dizinin konusuyla ilgili olan 5 ve konuyla ilgisi olmayan 2 madde daha eklenmiştir. Bu ek maddelerden ilk ikisinin ortalama ve standart sapma değerleri  $M= 5.27$ ,  $SD= 1.41$  olup ilişkilidirler ( $r = .72$ ;  $p < .001$ ). Ek 5 maddeden diğer üçünün ise ortalama ve standart sapma değerleri  $M= 5.30$  ve  $SD= 1.18$  olup alpha değeri .71'dir. Dizinin konusuyla ilgisi olmayan ve korelasyonun düşük olması beklenen 2 maddenin ortalaması ve standart sapması  $M= 4.03$  ve  $SD= 1.34$  olup korelasyonu beklendiği gibi düşük çıkmıştır ( $r = .35$ ;  $p < .001$ ).

Bu çalışmada yürütülen faktör analizleri dört, beş ve altı faktörlü yapıları doğrulamışsa da varyansı açıklama yüzdesi en yüksek olan 4 faktörlü yapı (%42) kabul edilere çalışmaya devam edilmiştir. Bu yapıya göre yürütülen faktör analizinde .45'in altında faktör yükü olan maddeler ve orijinal maddenin yarı değerinden yüksek bir değerle başka bir faktöre daha yüklenen maddeler silinmiş ve toplam 20 madde kalmıştır. Bu noktada faktörler dikkat-odaklanma, anlatı anlayışı, duygusal dahil olma ve anlatının içinde hissetme olarak etiketlenmiştir.

İkinci çalışmada ölçeğin 20 maddeli ve 4 faktörlü yapısını test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu çalışma dahilinde katılımcılara uzun metrajlı bağımsız bir film olan The Station Agent izletilmiştir. Yapılan uyum iyiliği testinin sonuçları bu modelin modifiye edilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur ( $\chi^2/df = 2.31$ , CFI = .866; RMSEA = .076 [ranj = .066 'dan

.087'ye]). Beta katsayısı .50'den küçük olan maddelerin ölçekten çıkarılmasıyla 12 maddeli ve 4 faktörlü yeni model elde edilir. Bu modelin standardize regresyon katsayısı .60'tan büyüktür ve uyum iyiliği değerleri şu şekilde verilmiştir:  $\chi^2 = 77.88$ ,  $df = 50$ ;  $\chi^2/df = 1.56$ , CFI = .964; RMSEA = .051 [ranj = .027 'den .073'e].

Üçüncü çalışmada ikinci bir doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu çalışmada katılımcıların bir kısmı Amerikan dizisi CSI'ı izlerken (46 kadın, 46 erkek) bir kısmı da yine Amerikan dizisi ER'ı (45 kadın, 45 erkek) izlemişlerdir. Katılımcıların yaş ortalaması 22'dir. İki grupta da katılımcı sayısı 100'den az olduğundan iki grup ayrı ayrı standardize edilip kombine edilmiştir. Uyum iyiliği testinin sonuçları şöyledir:  $\chi^2 = 66.54$ ,  $df = 48$ ;  $\chi^2/df = 1.39$ , CFI = .980; RMSEA = .047 [ranj = .011 'den .072'e]. Son olarak dört alt ölçek arasındaki korelasyonlar kaldırılarak gizli değişken anlatıya dahil olma girilmiştir. Kabul edilebilir uyum tekrarlanmıştır:  $\chi^2 = 83.60$ ,  $df = 50$ ;  $\chi^2/df = 1.67$ , CFI = .963; RMSEA = .061 [ranj = .037 'den .084'e] (Bkz. Şekil 1). Ölçeğin 12 maddelik son versiyonunun güvenilirlik değerleri .80'in üzerindedir. 16 alt test içinde (4 alt test x 4 veri kümesi) 14 güvenilirlik değeri .70'in üzerindedir. Sadece Station Agent verilerinin duygusal dahil olma alt testinin Cronbach alpha değeri  $\alpha = .69$  ve CSI verilerinin anlatı anlayışı alt testinin Cronbach alpha değeri  $\alpha = .58$ 'dir. Dört veri kümesinde de Anlatıya Dahil Olma Ölçeği ile Anlatısal Aktarım Ölçeği arasında  $r = .73$  ile  $r = .86$  değişen güçlü bir ilişki tespit edilmiştir.



Şekil 1- Üst Düzey Gizli Değişkenle Birlikte Anlatıya Dahil Olmanın Boyutları  
 \* Station Agent filminin değerleri taksim(/) solundadır. CSI ve ER dizilerinin değerleri taksim(/) sağındadır. \*\* Tüm bağlantı katsayıları(path coefficients) istatistiksel olarak anlamlıdır ( $p < .01$ ).

Anlatıya Dahil Olma Ölçeği ve Özdeşleşme Ölçeği arasında da  $r = .64$  ve  $r = .74$  arasında değişen bir korelasyon bulunmuştur. Keyif almayı ölçen ek maddelerin Anlatıya Dahil Olma Ölçeği ile korelasyonu Rescue Me  $r = .53$ ; Station Agent  $r = .76$  olarak belirtmiştir. Anlatıya dahil olmanın öyküyle tutarlı tutum ve inançlarla korelasyonu  $r = .19$  ve  $r = .24$  olarak belirtilmiş, öyküyle ilgisi olmayan tutum ve inançlar maddelerinin korelasyonu, beklendiği gibi düşük ( $r = .01$ ) bulunmuştur (Busselle & Bilandzic, 2009).

### 3.3.2. Anlatısal Aktarım Ölçeği

Anlatısal Aktarım Ölçeği Green ve Brock tarafından 2000 yılında geliştirilmiştir. Ölçeğin Gerrig (1993)'in yaptığı anlatısal aktarım tanımlamasının kapsadığı temel boyutları ölçmesi planlanmıştır. Bunlar; hikayeye duygusal olarak katılmak (emotional involvement), dikkatin bilişsel olarak öyküye odaklanması (cognitive attention), öykünün sonunu

bekleyiş/merak (suspense), çevrenin farkında olmama ve zihinsel imgelem olarak belirtilmiştir.

Anlatsal Aktarım Ölçeği'nin son versiyonunda 11 genel madde ve 4 kullanılan anlatıyla ilgili imgelem maddesi vardır. Ölçek geliştirilirken Sherwin Nuland (1994)'ın How We Die adlı kitabından Alışveriş Merkezinde Cinayet adlı bir öykü adapte edilerek kullanılmıştır. Hikaye, alışveriş merkezinde bir psikiyatri hastası tarafından canice öldürülen küçük bir kızın gerçek hikayesi anlatılmaktadır. Tüm maddeler “Kesinlikle katılıyorum” ve “Hiç katılmıyorum” ile ifade edilen 7 puanlık ölçekle değerlendirilmiştir.

Üniversite öğrencilerinden oluşan 274 kişilik örneklemin Cronbach alpha değeri  $\alpha = .76$  olarak bulunmuştur. Maddeleri çıkarmak alpha değerini anlamlı şekilde yükseltmediğinden ölçek ilk şekliyle kullanılmaya devam etmiştir. Daha yüksek puanların daha fazla anlatsal aktarıma işaret ettiği Anlatsal Aktarım ölçeğinin teorik puan aralığı 15 ve 105 arasında olsa da ölçek geliştirme çalışmaları sonunda bu aralığın gerçekte 33 ve 99 arasında olduğu bulunmuştur.

Açımlayıcı faktör analizi uygulandığında Eigen değeri (özdeğer) 1'in üstünde olan 3 faktör bulunmuştur. Yamaç- birikinti grafiği (scree plot) gözden geçirildiğinde yine 3 faktörlü bir yapıya rastlanmıştır. Aynı şekilde uyum iyiliği değerlerinde de bir ve iki faktörlü yapıya göre üç faktörlü yapının daha iyi bir uyum iyiliği gösterdiği belirtilmektedir (RMSEA = .06). Bu üç faktör bilişsel boyutu, duygu- duygulanım boyutu ve görsel imgelem boyutu olarak adlandırılmıştır. Fakat bu faktörler birbirleriyle .21 ve .41 arasında değişen değerlerle ilişkili çıkmıştır. Bu faktörler alt testler olarak değerlendirildiğinde (Bilişsel alt test 1, 3 ve 4. maddeler; duygu- duygulanım alt testi 5, 7 ve 11. maddeler; görsel imgelem alt testi 12-15. maddeler) kabul edilebilir bir maddeler arası güvenilirlik değeri vermişlerse de (tüm Cronbach alpha değerleri  $\alpha = .65$ 'in üstündedir) genel olarak ilgili çıktılarını birbirlerinden farklı olarak öngörmedikleri belirtilmiştir. Bu nedenle ölçek sonuçları toplam puan üzerinden değerlendirilmiştir.

Ayırıcı geçerlilik testinde Anlatsal Aktarım Ölçeğinin “Need for Cognition” ölçeğiyle ilişkisine bakılmış; zayıf ve anlamlı olmayan bir ilişki bulunmuştur ( $r = .09$ ,  $p > .10$ ). uyum geçerliliği testi için Anlatsal Aktarım Ölçeği'yle “Tellegent Absorbtion Scale” ilişkisine bakılmış ve orta derecede bir ilişki

bulunmuştur ( $r = .24$ ,  $p < .05$ ). Ayrıca, Tellegen Absorbition ölçeğinin “disosiyatif bilinçsizlik”(disassociative oblivion) alt ölçeğiyle  $r = .23$ ,  $p < .05$  değerinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Ayrıca ölçeğin manipülasyondan ne kadar etkilendiğini ölçmek için Alışveriş Merkezinde Cinayet hikayesi araştırmacılar tarafından Alışveriş Merkezinde Baloncuklar olarak manipüle edilmiş ve iki hikayenin anlatsal aktarım değerleri karşılaştırılmıştır. Beklendiği gibi, Alışveriş Merkezinde baloncuklar hikayesi, Alışveriş Merkezinde Cinayet hikayesinden daha az anlatsal aktarıma sebep olmuştur (Baloncuklar  $M = 62.31$ , Cinayet  $M = 73.94$ ;  $F(1.36) = 7.36$ ,  $p < .01$ ).

Anlatsal Aktarım Ölçeği çalışma dahilinde ölçüt bağımlı geçerlik çalışmalarında kullanılacağından çeviri çalışmaları yapılmıştır ve çevrilen ölçeğin 11 genel maddesi ve gösterilen programa uygun olarak 2 görsel imgelem maddesi vardır. Çevirilen ölçeğin güvenirlik puanı  $\alpha = .81$  olarak bulunmuştur.

### **3.3.3. Özdeşleşme Ölçeği**

Özdeşleşme Ölçeği 2001 yılında Cohen tarafından geliştirilmiştir. Cohen'in 10 maddelik likert ölçeği olarak hazırladığı özdeşleşme ölçeği bir çok deneysel çalışmada kullanılmıştır (Örn. Busselle ve Bilandzic, 2009; Chory- Assad ve Cicchiorollo, 2005). İktidarlılığı yeterli olsa da yapısal geçerliliği analiz edilmemiştir. 2010'da Cohen ve Tal-Or özdeşleşme ve anlatsal aktarım arasındaki kavramsal ilişkiyi netleştirmek için yürüttükleri çalışmada özdeşleşme ölçeğine dair analizler de yapmışlardır, bunların sonuçları ileride sunulacaktır ancak bu çalışmada özdeşleşme ölçeğinin 5 maddesi kullanılmış analizler de bu 5 madde üzerinden yürütülmüştür.

Cohen (2001) bu çalışmasında o güne dek pek çok çalışmada kullanılmasına rağmen kavramsallaştırılmamış ve okuyucu/izleyici çalışmalarında deneysel olarak test edilmemiş özdeşleşme kavramını ele alır. Cohen öncelikle özdeşleşmeyi teorik olarak tartışır daha önce kimler tarafından, nasıl tanımlanarak, nasıl çalışmalarda ele alındığının üzerinden geçer, daha sonra özdeşleşmenin tanımını yapar ve kimlik gelişimi ve sosyalleşme sürecinde medya karakterleriyle özdeşleşmenin önemini tartışır. Özdeşleşme ve medya karakterlerine verilen diğer izleyici/okuyucu tepkileri arasındaki farkları ortaya



koyar. Özdeşleşme teorisinin medya ve iletişim araştırmaları açısından öneminden bahseder.

Cohen (2001)' in çalışmasına dek doğrudan medya karakterleriyle özdeşleşmeyi ölçmek için geliştirilmiş bir araç yoktur ve çalışmacılar özdeşleşmeyi ölçmek için pek çok yöntem denemişlerdir.

Maccoby ve Wilson (1957) film ve gözlemlerle öğrenme arasında filmdeki karakterlerle özdeşleşmenin aracı değişken olabileceğini ilk test eden araştırmacılarıdır. Onlara göre özdeşleşme, kendini karakterin yerinde hayal etmektir ve bunu karakteri sevmeyi, o karakter olmayı istemeyi, o karakterle aynı hissetmeyi değerlendiren bir ölçekle ölçmeyi denemişlerdir.

Özdeşleşmeyi ölçmek için bu özellikleri değerlendiren pek çok araştırmacı olmuştur (Örn. Eisenstock, 1984; Liebes & Katz, 1990). Ne var ki, bu özellikler özdeşleşme kavramını tam olarak karşılamamaktadır.

Başka araştırmacılar bu sorunu özdeşleşmenin işlemsel tanımını yapmayarak aşmayı denemişlerdir (Örn. Newton & Buck, 1985; Reeves & Miller, 1978).

İzleyicilere kendileri ve televizyon karakteri arasında ne kadar mesafe hissettikleri sorulmuştur. Benzer şekilde izleyicilere doğrudan karakterlerle ne derece özdeşleştikleri sorulup daha sonra kendileri için özdeşleşmenin tanımının ne olduğu sorularak yürütölen çalışmalar olduysa da bunlarla ölçölenin tam olarak ne olduğu muğlak kalmıştır.

Daha davranışçı bir yaklaşımla özdeşleşmeyi taklitle bir tutan çalışmalar yürütölmüştür (Örn. Sheehan, 1983) fakat bu çalışmalar özdeşleşmenin psikolojik süreçlerini ölçmekte eksik kalmışlardır. Basil (1996) özdeşleşmeyi karakterden hoşlanmak, benzerlik, model alma vb. pek çok ölçeği bir arada kullanarak ölçmeyi denemiştir. Ancak bu da özdeşleşmeyi kavramsallaştırmak yerine bir medya karakterine duyulan olumlu duyguların tamamı olarak ele almak olarak değerlendirilebilir. Miall ve Kuiken (1995) ise özdeşleşmenin önemli bir unsuru olan empatiyi ölçmüşlerdir.

Özetle; özdeşleşme hayal gücüne dayalı bir süreç olduğundan ölçölmesi oldukça güçtür. Cohen (2001) tüm bu kavramsallaştırma çalışmalarından yola çıkarak özdeşleşmeyi ölçme ve tanımlamada dört önemli boyut ortaya koyar. Birincisi, empati ya da karakterin duygularını paylaşmaktır. İkincisi karakterin bakış açısının anlaşıldığını ortaya koyan bilişsel boyuttur. İşlemsel olarak bu boyut izleticinin/okuyucunun, karakterin davranışlarının altında yatan

motivasyonları ne derece anladığını hissettiği ile ölçülebilir. Üçüncüsü, izleyici/okuyucunun karakterin amaçlarını ne derece içselleştirip paylaştığıdır. Son olarak dördüncü boyut ise, anlatıya dalıp gitmek yani metni okurken ya da filmi izlerken kişisel farkındalığın ne derece kaybolduğudur. Özdeşleşme geçici bir durum olduğundan, okuyucunun/izleyicinin karakterle ne sıklıkta ve yoğunlukta karşılaştığı önem arz eder. Cohen 10 maddelik Özdeşleşme ölçeğini bu boyutlara dayanarak hazırlar.

Cohen ve Tal-Or (2010)'un çalışmasında özdeşleşme ölçeğinin iç tutatlılık katsayısı  $\alpha = 0.63$  ve  $M = 3.96$ ,  $SD = 1.34$ , Cronbach's  $\alpha = 0.83$  olarak belirtilmiştir. Bu çalışmanın en önemli bulgularından biri özdeşleşmenin keyif alma ile anlamlı bir ilişkisi çıkmaması olmuştur ( $r = .182$ ,  $p(\text{one tailed}) > .1$ ). Bu çalışma dahilinde ölçüt bağıntılı geçerlik çalışmalarında kullanılmak üzere özdeşleşme ölçeğinin çeviri çalışmaları da yapılmıştır. Çalışmada Kullanılan ER dizisinin iki baş karakteri için ayrı ayrı özdeşleşme puanlarına bakılmıştır. Doktor Carter karakteriyle ilgili maddeleri içeren özdeşleşme ölçeğinin güvenilirlik puanı  $\alpha = .90$  olarak bulunurken, Jeanie karakteriyle ilgili maddeleri içeren özdeşleşme ölçeğinin güvenilirlik puanları  $\alpha = .87$  çıkmıştır.

### **3.4. Ölçek Uyarlama Çalışmasının Aşamaları**

Kültürler arası ölçek uyarlama ve çevirme üzerine çok fazla çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların pek çoğunda referans olarak gösterilen Hambleton ve Patsula (1998)'nin "Adapting tests for use in multiple languages and cultures" çalışmaları oldukça iyi bir rehberdir. Bu çalışmaya göre kültürler arası ölçek adapte etmenin beş temel nedeni vardır. Bunlar;

1. Genellikle ikinci bir dilde yeni bir ölçek oluşturmaktansa var olan bir ölçeği adapte etmek daha ucuz ve hızlı bir yöntemdir.
2. Kültürler arası değerlendirme yapmak için bir ölçeği adapte etmek ikinci bir dilde eşdeğer bir test yaratmak bakımından en etkili yoldur.
3. Var olan bir ölçeği adapte etmek yeni bir ölçek oluşturmakla karşılaştırıldığında yetkinlik bakımından daha güvenilir bir yoldur.
4. Özellikle adapte edilen iyi bilinen bir ölçekse, yeni bir ölçeğe göre daha fazla güven duygusu verecektir.
5. Ölçeğin birden çok dilde versiyonunun bulunması, değerlendirmelerin daha adil olmasına sebep olabilir.

Uluslar arası Test Komisyonu (ITC) test adaptasyonu için bir rehber hazırlamışlardır. Bu rehberde göre ölçek uyarlaması yapılırken dikkat edilecek hususlar şöyledir:

#### *İçerik*

- Çalışmanın esas amacıyla doğrudan ilgisi olmayan ya da önemli olmayan kültürel farklılıkların etkisi mümkün olduğunca en aza indirilmelidir.
- Ölçek yapılarının ölçeğin hangi gruba uygulanacağına dair uyumu değerlendirilmelidir.

#### *Test Geliştirme ve Adaptasyonu*

- Test geliştirici ve yayımcıları, testin farklı topluluklara göre uyarlandığı ya da farklı araçların kullanıldığı durumlarda, adaptasyon süreci esnasında bu toplulukların dilbilimsel ve kültürel farklılıklarının göz önünde bulundurulduğundan emin olmalıdırlar.
- Test geliştirici ve yayımcıları, talimatlarda kullanılan dilin, bölüm başlıklarının ve maddelerin hem kendilerinin hem de el kitabında açıklanmış biçimlerinin testin uygulanacağı bütün kültürel ve dilbilimsel toplulukların anlayabileceği uygunlukta olduğuna dair kanıtlar sunmalıdır.
- Test geliştirici ve yayımcıları, kullanılması seçilen test yönteminin, madde biçimlerinin, test toplantılarının ve prosedürlerinin testin uygulanacağı bütün topluluklarda benzer olduğunu kanıtlamalıdır.
- Test geliştirici ve yayımcıları, madde içeriği ve uyarıcı materyallerin testin uygulanacağı bütün topluluklarda benzer olduğunu kanıtlamalıdır.
- Test geliştirici ve yayımcıları, hem dil bilimsel hem de psikolojik açıdan, adaptasyon sürecindeki doğruluk oranını artırmak ve bütün dillerdeki versiyonların denkliğinin kanıtlarını derleyebilmek adına sistematik yargısal bulgular ortaya koymalıdır.
- Test geliştirici ve yayımcıları, veri toplama modelinin, testin farklı dil versiyonları ya da kullanılan farklı araçlar arasında maddesel denkliği kurmak adına uygun istatistiksel tekniklerin kullanılmasına olanak sağladığından emin olmalıdır.

- Test geliştirici ya da yayımcıları, testin farklı dil versiyonları ya da farklı araçlar kullanıldığında, denklik kurmak adına(1) ve uygulanan topluluk ya da topluluklardaki problemlili bileşen ya da farklı bakış açılarının yeterli olamayabileceği durumları belirlemek adına(2) uygun istatistiksel teknikleri kullanmalıdır.
- Test geliştirici ya da yayımcıları, testin uygulanacağı hedef kitle üzerinde, doğru/geçerli değerlendirmede bulunabilmek adına bilgi sunmalıdır.
- Test geliştirici ya da yayımcıları, testin uygulandığı bütün topluluklarda, soruların denk olduğuna dair istatistiksel kanıtlar sunmalıdır.
- Farklı topluluklara uygulanan testlerde, benzer/denk olmayan sorular, "genel ölçek" hazırlanırken ya da bu toplulukları karşılaştıran sonuçlarda kullanılmamalıdır. Fakat bu veriler ayrı ayrı, testin uygulandığı toplulukların içerik geçerlilik (content validity) puanını geliştirmek için kullanılabilir.

#### *Uygulama*

- Test geliştirici ve yayımcıları oluşabilecek farklı problem tiplerini öngörmeye çalışmalı, ve bu problemleri uygun materyallerin ve talimatların hazırlanması yoluyla düzeltmek için uygun aksiyonları almalıdır.
- Test geliştiricileri, uyarıcı materyaller, gelişim süreçleri ve cevaplama değerleri ilgili sonuçlardan çıkarılacakların geçerliliğini azaltacak bir dizi etkene karşı duyarlı olmalıdırlar.
- Testin uygulanmasını etkileyen bu çevresel durumlar testin uygulandığı gruplarda mümkün olduğunca sabitlenmelidir.
- Test uygulama talimatları, testin uygulandığı farklı toplulukların arasındaki çeşitlilikten kaynaklanan istenmeyen etkisini minimuma indirmek için hem orijinal hem de hedef dillerde olmalıdır.
- Test talimatnamesi uygulamanın yeni bir kültürel bağlamda incelendiğinde ihtiyaç duyulacak her alanını içermelidir.

- Uygulama sade olmalı ve uygulamayı yapan kişinin etkisi minimuma indirilmelidir. Uygulama için kılavuzda belirtilmiş olan açık kurallar izlenmelidir.

#### *Raporlama ve Puanları Yorumlama*

- Bir test ya da ölçme aracı başka bir toplulukta kullanılmak için adapte edildiğinde, yapılan değişikliklerin belgeleri denklik kanıtlarıyla birlikte sunulmalıdır.
- Testin ya da ölçme aracının uygulandığı evren örneklemi arasındaki sonuç farklılıkları nominal değer (face value) olarak alınmamalıdır. Araştırmacının diğer ampirik kanıtlar ile farklılıkları kanıtlama sorumluluğu vardır.
- Popülasyonlar arasındaki karşılaştırmalar ancak ölçülebilir kanıtlanmış ve raporlanmış sonuçların değişmezlik düzeyinde (level of invariance) yapılabilir.
- Test geliştiricisi, toplumların sosyo-kültürel ve ekolojik bağlamda performansını etkileyebilecek yollar hakkında kesin/ilgili bilgi sağlamalı, ve sonuçların yorumlanmasında bu etkilerin anlaşılması için gerekli prosedürleri önermelidir (International Test Commission, 2005).

Uyarılma çalışması sırasında izlenmesi gereken işlem basamakları için Sousa ve Rojjanasirrat (2010) aşağıdaki yolun izlenmesini önermişlerdir.

*1. Adım:* Özgün aracın hedef dile çevirisi ( tek yönlü çeviri)

#### *Önemli hususlar*

**1-** İleriye doğru çevrilmiş iki versiyonunu üretmek üzere, kaynak dildeki (KD) aracın hedef dile (HD) [HD1 ve HD2] çevrilmesi

**2-** Anadilleri, istenilen HD olan, ama farklı arkaplanları olan iki çiftidilli ve ikikültürlü çevirmenin kullanılması:

- Bir çevirmen HD'deki psikoloji terminolojisi ve aracın inşasının içerik alanı konusunda bilgi sahibi olmalıdır.
- Diğer çevirmen HD'nin kültürel ve dilsel nüansları konusunda bilgili olmalıdır.

**3-** Birbirinden bağımsız iki çeviri ekibi de kullanılabilir (her bir çeviri ekibindeki çevirmenlerin nitelikleri aynı olmalıdır).

2. *Adım*: Aracın çevrilmiş iki versiyonunun karşılaştırılması (HD1 ve HD2):  
sentez I

Önemli hususlar

1. HD1 ve HD2'yi karşılaştırmak ve gerek HD1'i gerekse HD2'yi aracın KD versiyonuyla karşılaştırmak için üçüncü bir bağımsız çevirmenin kullanılması.
2. Muğlaklıkları ve farklılıkları çözmek üzere komite yaklaşımının kullanılması (1. Adım'a katılmış üçüncü bağımsız birey veya çevirmen(ler)in ve soruşturmacının ve/ya araştırma ekibinin diğer üyeleri).

3. *Adım*: Aracın başlangıç niteliğindeki ilk çevrilmiş versiyonunun geriye çevrilmesi

Önemli hususlar

- 1- İki geriye çevrilmiş versiyon üretmek üzere HD'nin KD'ye geriye çevrilmesi
- 2- Anadilleri KD olan, ama farklı arkaplanları olan iki çiftdilli ve ikikültürlü iki çevirmenin kullanılması:
  - Bir çevirmen KD'deki psikoloji terminolojisi ve aracın inşasının içerik alanı konusunda bilgi sahibi olmalıdır.
  - Diğer çevirmense KD'nin kültürel ve dilsel nüansları konusunda bilgili olmalıdır.

3- Birbirinden bağımsız iki çeviri ekibi de kullanılabilir (her bir çeviri ekibindeki çevirmenlerin nitelikleri aynı olmalıdır).

4. *Adım*: Aracın geriye çevrilmiş iki versiyonunun (G-HD1 ve G-HD2) karşılaştırılması:

sentez II

Önemli hususlar

- 1- Aracın geriye çevrilmiş iki versiyonunun (G-HD1 ve G-HD2); G-HD1 ve G-HD2'nin özgün KD aracıyla karşılaştırılması:
  - İfadelendirme, cümle yapısı, anlam ve alâkalılık bakımından, talimatlar, birimler ve yanıt formatındaki benzerliklerin değerlendirilmesi.
- 2- Çokdisiplinli bir komitenin kullanılması:
  - Bir metodolojist (araştırmacı veya araştırma ekibi üyesi).
  - Bir psikolog.

- 1. Adım ve 3. Adım'da kullanılmış dört ikidilli ve ikikültürlü çevirmenlerin hepsi: Anadilleri aracın istenilen HD'si olan iki çevirmen ve anadilleri özgün aracın KD'si olan iki çevirmen.

3- Mümkünse, özgün aracı geliştiren kişi tartışmalara katılmalıdır.

4- Muğlaklıklar ve farklılıklar çözülemediği takdirde, 1'den 4'e kadarki tüm adımlar ne kadar gerekiyorsa o kadar tekrar edilebilir. Veya, sadece, özgün anlamlarını korumayan birimler yeniden ve geriye çevrilir.

5. *Adım*: Hedef dildeki aracın sondan önceki versiyonunun, tekdilli bir örnek vasıtasıyla pilot testi: bilişsel sorgulama

*Önemli hususlar*

1- Dilleri aracın HD'si olan bireyler arasında ölçeğin pilot teste tabi tutulması:

- Talimatların, birimlerin ve yanıt formatındaki açıklığın değerlendirilmesi.
- 10-40 katılımcı büyüklüğündeki bir örneklemenin kullanılması.

2- Aracın aşağıdaki hususlar açısından daha da incelenmesi için bir uzman panelinin kullanılması bilhassa tavsiye edilir:

- Talimatların, birimlerin ve yanıt formatının açıklığı.
- Uyuşma katsayısının kullanılması içerik eşdeğerliği (geçerlilik çalışması).
- 6-10 uzmandan (tercihen 10 uzmandan) oluşan bir örneklemin kullanılması

6. *Adım*: Aracın sondan önceki çevrilmiş versiyonunun ikidilli bir örnek vasıtasıyla başlangıç niteliğindeki bir psikometrik teste tabi tutulması

*Önemli hususlar*

1- Mümkün olduğu zaman, aşağıdaki hedeflere ulaşmak amacıyla çiftdilli bireyler arasında ölçeğin pilot teste tabi tutulması:

- Ölçeğin ve KD'deki KD aracını karşılaştırmak.
- Ölçüt eşdeğerliğini belirlemek ve ölçeğin kavramsal, semantik, içerik ve yapı eşdeğerliğini daha da desteklemek

2- Her bir araç için en az beş öznenin kullanılması.

3- Özneler KD'deki özgün aracı görmeden önce ölçeğin uyarlanmış versiyonunu tamamlar.

4- Özneler, birimlerin ölçektekinden farklı bir düzen içinde harmanlandığı KD'deki özgün aracı tamamlar.

7. *Adım*: Aracın sondan önceki çevrilmiş versiyonunun, hedef nüfustan bir örneklemin içinde, tam psikometrik teste tabi tutulması

#### *Önemli hususlar*

1- Aşağıdaki hedeflere ulaşmak amacıyla, hedef nüfustan bireyler arasında ölçeğin tam psikometrik teste tabi tutulması:

- HD'deki aracın son versiyonundaki birimlerin gözden geçirilip düzeltilmesi.
- Aracın içsel tutarlılık güvenilirliğinin, istikrar güvenilirliğinin, bağdaşıklığının, yapıyla ilişkili geçerliliğinin, ölçütlerle ilişkili geçerliliğinin, faktör yapısının ve model uyumunun sağlanması.

2- Genel psikometik yaklaşımlar (ölçek ve birim analizi, Pearson'ın korelasyon ve açımlayıcı faktör analizi) için, aracın her birimi için en az 10 öznenin kullanılması.

3- Doğrulayıcı faktör analizi veya güç analizi yapmak için 300-500 öznenin kullanılması.

### **3.5. Ölçeğin Uyarlanması Çalışmasında Uygulanan İşlem Basamakları**

#### **3.5.1. Çeviri Çalışmaları**

Ölçeğin çeviri çalışması aşaması Yöntem bölümünde açıklanan Ölçeğin Uyarlanma Çalışmasının Aşamaları'nda anlatılan basamaklara uygun olarak yürütülmüştür. Ölçüt Bağıntılı Geçerlik Çalışmaları'nda kullanılan Anlatsal Aktarım Ölçeği ve Özdeşleşme Ölçeği de Türk Kültürüne daha önce uyarlanmadığından bu ölçeklerin de çeviri çalışmaları yapılmıştır.

Çalışmanın ilk adımı olarak her bir ölçek ağırlıklı olarak medya, psikoloji, felsefe ve kültürel çalışmalar alanlarında çeviri çalışmalarını sürdüren profesyonel iki çevirmen tarafından birbirlerinden bağımsız bir şekilde Türkçe'ye çevrilmiştir. Daha sonra ölçekleri Türk kültürüne uyarlayan çalışmacı ve çevirmenler bir araya gelerek iki çevirideki kelimeleri, cümleleri ve anlamları farklılıkları ve muğlaklıkları bakımından değerlendirmişlerdir.

Maddelerin daha kolay anlaşılabilmesi için devrik cümleler düzeltilmiş, kimi kelimeler daha güncel ve gündelik eşanlamlı kullanımlarıyla değiştirilmiştir.

Üçüncü aşamada ölçeklerin orijinali ve Türkçe çevirileri arasındaki eşdeğerliği değerlendirmek için geri çeviri yöntemi kullanılmıştır. Ölçeklerin orijinal versiyonlarını daha önce görmemiş iki ayrı çevirmen, ilk iki çevirmenin yaptıkları Türkçe çevirileri İngilizce'ye geri çevirmişlerdir. Bu çeviriler de yine



sosyal bilimler alanında pek çok bilimsel yayını Türkçe'ye kazandırmış profesyonel çevirmenlerce yapılmıştır. Bu teze konu olan “Anlatıya Dahil Olma” kavramı ve bu kavramın içinde gelişip şekillendiği literatür dünyada özellikle son on yılda yoğun olarak çalışılan bir alan olduğundan, tezde kullanılan pek çok kavramın henüz Türkçe karşılıkları bulunmadığından, hem ölçeklerin isimleri hem de tez çalışmasında faydalanılan bu alandaki literatürde kullanılan kavramların çevirileri Arel Üniversitesi Mütercim Tercümanlık Bölümü öğretim görevlileri ve ayrıca alana ve kavramlara aşina özellikle Slavoj Zizek'in çevirilerini yapan profesyonel bir çevirmen desteğiyle yapılmıştır.

Son aşamada tüm çeviriler Arel Üniversitesi Psikoloji Bölümü öğretim görevlileri ve araştırma görevlileri tarafından gözden geçirilmiş. Maddelerin ölçmeyi hedeflediği teorik temeller göz önünde bulundurularak ve ölçeklerin uygulanacağı katılımcılar açısından kolay anlaşılabilir, gündelik bir dilde olmasına özen gösterilerek son değişiklikler yapılmış, her ölçek son şeklini almıştır.

### **3.5.2. Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışmaları**

Ölçek uyarlama aşamalarında belirtilen basamaklar takip edilerek Anlatıya Dahil Olma Ölçeğinin geçerlik ve güvenirliliğini test etmek amacıyla uygulanan işlem basamakları aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

#### **3.5.2.1. Geçerlik Çalışmaları**

Uyarlanan ölçeğin Türkçe formunun yapı geçerliğini test etmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar)bulmayı, keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir (Büyüköztürk,2002). Faktör analizi iki basamaklı olarak uygulanmıştır. İlk olarak SPSS programı kullanılarak açımlayıcı faktör analizi yapılmış, daha sonra LISREL programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Daha sonra üç alt ölçeğin (dikkat-odaklanma, anlatı anlayışı ve duygusal dahil olma) birbirleriyle ilişkileri test edilmiştir.

Daha sonra ölçüt bağıntılı geçerlik değerlerini test etmek amacıyla Anlatıya Dahil Olma Ölçeği; Özdeşleşme Ölçeği ve Anlatısal Aktarım Ölçeği ile karşılaştırılmıştır.

### **3.5.2.2. Güvenirlik Çalışmaları**

Ölçeğin güvenirligini test etmek için madde-toplam korelasyonları ve iç-tutarlık değerleri hesaplanmıştır. İç- tutarlık değerleri Cronbach alfa katsayısı ile temsil edilir ve güvenirlik katsayısının alabileceği minimum değeri vermektedir (Özgüven, 2003). Madde – toplam puan korelasyonu, test maddelerinden alınan puanlar ile testin toplam puanı arasındaki ilişkiyi açıklar. Madde - toplam korelasyonun pozitif ve yüksek olması, maddelerin benzer davranışları örnekleğini ve testin iç tutarlılığının yüksek olduğunu gösterir (Büyüköztürk, 2007).

## **BÖLÜM IV**

### **BULGULAR**

#### **4.1. Geçerlik Çalışmalarına İlişkin Bulgular**

##### **4.1.1. Yapı Geçerliği Çalışmalarına İlişkin Bulgular**

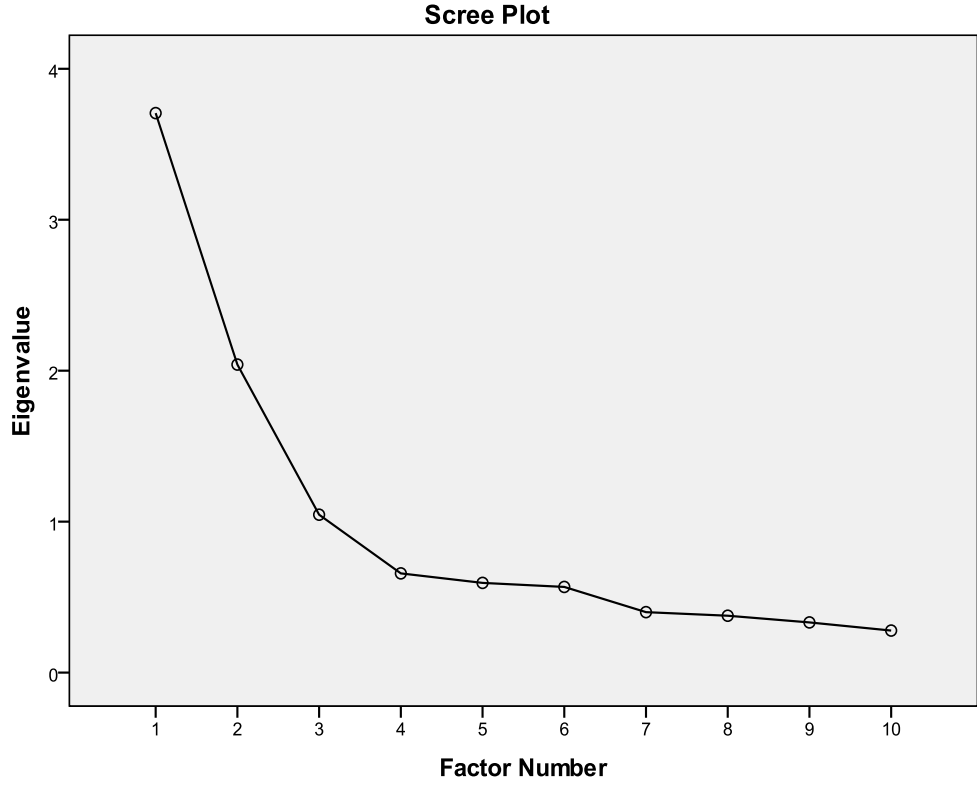
Yapı geçerliğini test etmek amacıyla Açımlayıcı Faktör Analizi ardından Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır.

##### **4.1.1.1. Açımlayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular**

Faktör analizi yapılmadan önce verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin

(KMO) ve Barlett testiyle değerlendirilmiştir. 12 maddenin KMO değeri .778 hesaplanmış ve Bartlett testi anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2 = 596,931$  df=66,  $p < .001$ ).

Yapılan analiz sonucunda ölçekteki maddeler, orijinal ölçekte oldu gibi Eigen değeri 1'in üzerinde olan 4 faktör altında toplanmıştır. Orijinal modelde AF (Attentional Focus) olarak adlandırılan 1. faktörün Eigen (özdeğer) değeri 3.764 (%27.823), EE (Emotional Engagement) olarak adlandırılan 2. faktörün Eigen (özdeğer) değeri 2.127 (%13.831), NU (Narrative Understanding) olarak adlandırılan 3. faktörün Eigen (özdeğer) değeri 1.103 (%5.625) ve de NP (Narrative Presence) olarak adlandırılan 4. faktörün Eigen (özdeğer) değeri 1.010 (%3.133) olarak belirlenmiştir. Belirlenen 4 faktörün açıkladığı varyans %50,413 olarak bulunmuştur. Ancak ortak varyans (communality) değerlerinde 8. ve 12. maddelerin düşük faktör yükü, ölçülmek istenen faktörle düşük bir ilişkiyi işaret ettiğinden bu iki madde ölçekten çıkarılmıştır. 10 maddenin KMO değeri .781 hesaplanmış ve Bartlett testi anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2 = 544.715$  df=45,  $p < .001$ ). Bu revizyondan sonra faktör analizi yeniden uygulanmış ve bu analiz sonucunda scree plotta (yamaç-birikinti grafiği) 3 faktörlü bir yapı belirlenmiştir(Bkz.Şekil 2). Toplam varyansın %54,966'sını açıklayan bu 3 faktörün Eigen (özdeğer) değerleri sırasıyla; 3.706(%32.717), 2.041(%15.764), 1.046(%6.485) olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin Cronbach alfadeğeri  $\alpha = .79$  olarak bulunmuştur.



Şekil 2- Anlatıya Dahil Olma Ölçeği Türkçe Formu Yamaç-Birikinti Grafiği

Tablo 1- Anlatıya Dahil Olma Ölçeği Türkçe Formu Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler			
Maddeler	DO	AA	DD
M2	.246		
M5	.817		.114
M7	.577	.301	
M9	.133	.621	
M10		.594	
M11	-.145	.884	.563
M1	.195	.113	.792
M3			.753
M4			.628
M6			

Notlar: .10'un altındaki faktör yük değerleri gösterilmemiştir. DO:Dikkat-Odaklanma, AA: Anlatı Anlayışı, DD:Duygusal Dahil Olma

#### 4.1.1.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yukarıda yapılan açımlayıcı faktör analizinin sonucunda elde edilen 10 maddeli ve 3 faktörlü ölçme modelinin veriler tarafından desteklenip desteklenmediğini kontrol etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu modele ilişkin uyum iyiliği değerleri Tablo 2’de verilmektedir.

Tablo 2- Ölçme Modeli İçin Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Ölçüsü	İyi Uyum	Kabul Uyum	Edilebilir	Değer	Yorum
$\chi^2$				69.6	
Sd				6	
$\chi^2 / sd$	2	6		32	İyi Uyum
RMSEA	0<RMSEA<.05	.05<RMSEA<.10		.088	Kabul Edilebilir Uyum
NFI	.95<NFI<1	.90<NFI<.95		.88	Yetersiz
NNFI	.95<NNFI<1	.90<NNFI<.95		.90	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	.95<CFI<1	.90<CFI<.95		.93	Kabul Edilebilir Uyum
GFI	.95<GFI<1	.90<GFI<.95		.92	Kabul Edilebilir Uyum

Tablo 2’de de görüldüğü gibi, elde edilen değerler modelin genel olarak iyi bir uyuma sahip olduğunu yani verilerin söz konusu ölçme modelini yeterli bir şekilde desteklediğini göstermektedir. Ölçme modelinin son haline ilişkin parametre değerleri Tablo 3’de verilmektedir.

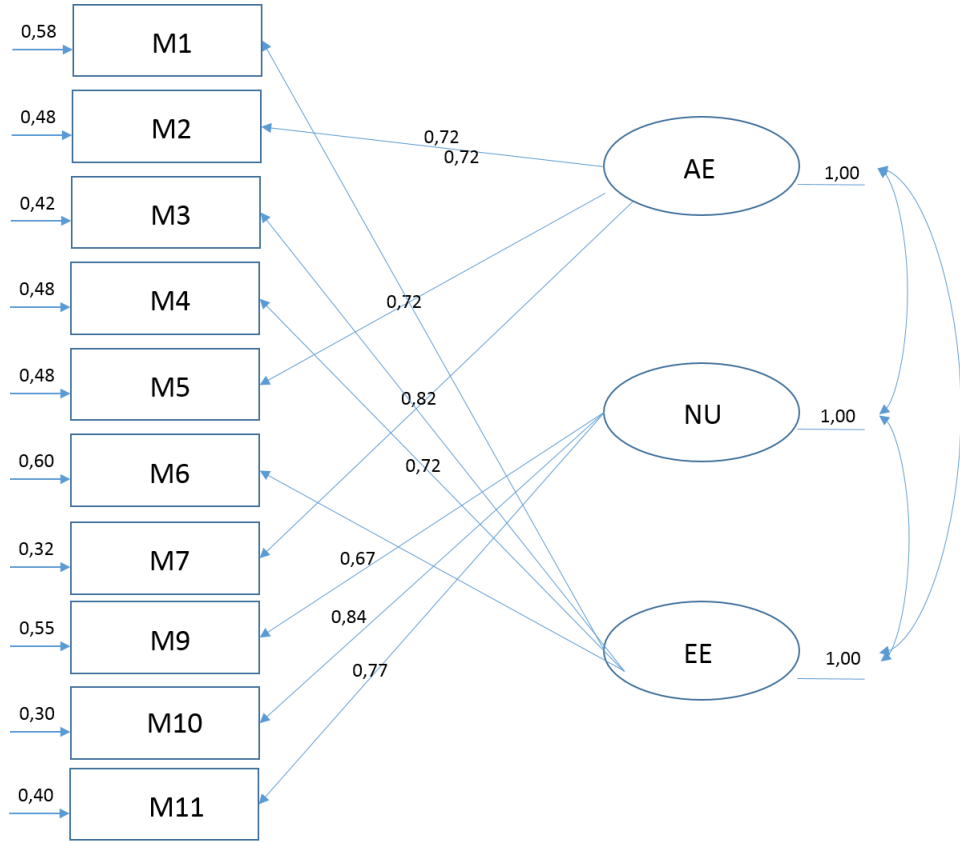
Tablo 3- Ölçme modeli için parametre değerleri.

Örtük Değişkenler / Gözlenen Değişkenler	Standart Yükler	t-değeri	$R^2$
<b>DO</b>			
M2	.72	9.45*	.52
M5	.72	9.40*	.52
M7	.82	11.17*	.68
<b>AA</b>			
M9	.67	8.61*	.45
M10	.84	9.28*	.70
M11	.77	10.22*	.60
<b>DD</b>			
M1	.65	8.03*	.42
M3	.76	9.83*	.58
M4	.72	9.18*	.52
M6	.63	7.80*	.40

Notlar:  $R^2$  = Gözlenen değişkenlerde açıklanan varyansın miktarı.

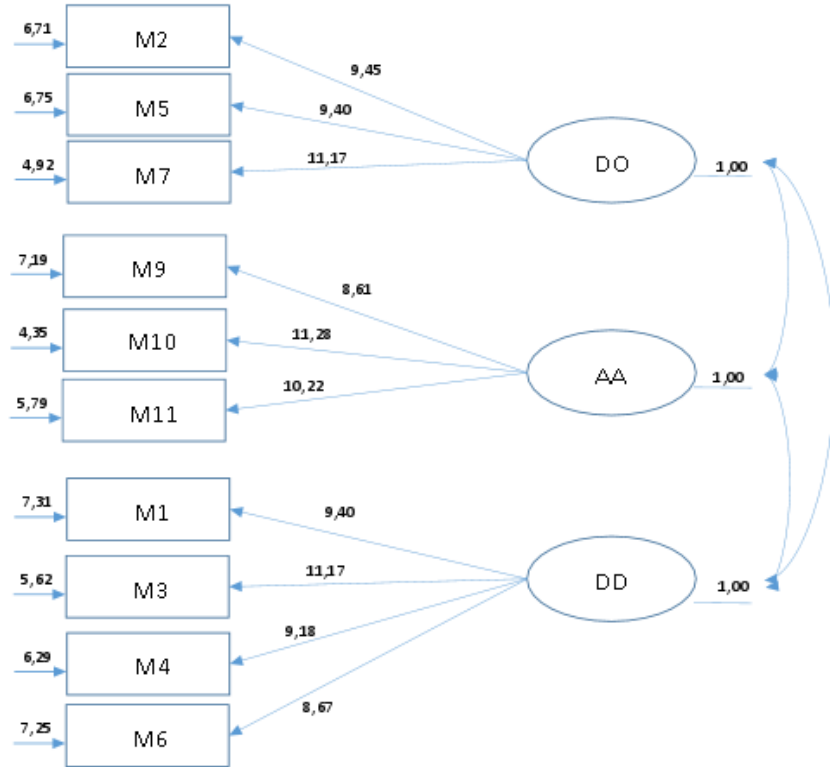
\*  $p < 0.01$

Tablo 3'te de görülebileceği üzere ölçme modeline ilişkin faktör yük değerleri Genel olarak tüm modelde açıklanan değişkenliğin (varyans) miktarı  $r = .40$  ile  $r = .70$  arasında değişmektedir. Bu parametre değerlerinin yüksek olması (Şekil 3), doğal olarak t-değerlerinin de yüksek olmasına yol açmış (Şekil 4) ve söz konusu tablodan da görüleceği üzere tüm t-değerleri  $p < .01$  düzeyinde anlamlı çıkmıştır.



Şekil 3- Ölçme Modeline İlişkin Standardize Edilmiş Çözümleme Değerleri

Not: \* $p < .05$



Şekil 4- Ölçme Modeline İlişkin T-Değerleri

Not: \* $p < .05$

Ölçeğin Türkçe formunda Anlatıya Dahil Olma toplam puanları ile Anlatısal Aktarım toplam puanları arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $r = .75, p = .00$ ). Doktor Carter karakteriyle ilgili soruları içeren özdeşleşme ölçeği toplam puanları için bu değerler  $r = .68, p = .00$  ve Jeanie karakteriyle ilgili soruları içeren özdeşleşme ölçeği toplam puanları için bu ilişki  $r = .60, p = .00$  düzeyinde ve yine pozitif ve anlamlı bir ilişkidir.

Ölçeğin Türkçe Formunda toplam puanla dikkat- odaklanma ( $r = .77, p = .00$ ), duygusal dahil olma ( $r = .72, p = .00$ ) ve anlatı anlayışı ( $r = .63, p = .00$ ) ilişkisi pozitif yönde anlamlı bir ilişkiyi işaret etmektedir.

Ayrıca alt ölçeklerin birbirleriyle olan ilişkileri test edilmiştir. Bu sonuçlara göre Dikkat ve odaklanma alt testiyle anlatı anlayışı arasında ( $r = .46, p = .00$ ) ve duygusal dahil olma arasında ( $r = .38, p = .00$ ) pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Duygusal dahil olma alt testi ve anlatı anlayışı arasında ise  $r = .10 (p = .00)$  değerinde fakat anlamlı olmayan bir ilişki bulunmuştur.

Alt ölçeklerin Anlatısal Aktarım Ölçeği ile ilişkisine bakıldığında dikkat-odaklanma ( $r = .59, p = .00$ ), duygusal dahil olma ( $r = .69, p = .00$ ) ve anlatı anlayışı ( $r = .28, p = .00$ ) alt ölçeklerinin hepsinin anlatısal aktarım ile pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkisi olduğu belirlenmiştir.

Alt ölçeklerin Özdeşleşme ölçeğiyle ilişkisine bakıldığında Doktor Carter karakteriyle ilgili maddeleri içeren versiyonda dikkat-odaklanma ( $r = .49, p = .00$ ), duygusal dahil olma ( $r = .67, p = .00$ ) ve anlatı anlayışı ( $r = .24, p = .00$ ) alt ölçeklerinin hepsinin özdeşleşme ile pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Aynı şekilde Jeanie karakteriyle ilgili maddeleri içeren Özdeşleşme Ölçeği değerleri için de dikkat-odaklanma ( $r = .43, p = .00$ ), duygusal dahil olma ( $r = .60, p = .00$ ) ve anlatı anlayışı ( $r = .16, p = .00$ ) alt ölçeklerinin hepsinin özdeşleşme ile pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkisi olduğu belirlenmiştir.

#### **4.1.1.3. Ölçüt Bağımlı Geçerlik Çalışmalarına İlişkin Bulgular**

Ölçüt bağımlı geçerlik çalışması dahilinde Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Özdeşleşme Ölçeği ve Anlatısal Aktarım Ölçeği ile ilişkisine bakılmıştır.



Bu sonuçlara göre Anlatıya Dahil Olma Ölçeğiyle Anlatısal Aktarım ölçeği arasında  $r = .75$  değerinde ve pozitif yönde ( $p = .00$ ) anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Anlatıya Dahil Olma Ölçeği ve Dr. Carter karakteriyle ilgili maddeleri içeren özdeşleşme ölçeği arasında  $r = .68$  değerinde ve pozitif yönde ( $p = .00$ ) anlamlı bir ilişki tespit edilirken Jeanie karakteriyle ilgili maddeleri içeren özdeşleşme ölçeği ve Anlatıya Dahil Olma Ölçeği arasında  $r = .60$  değerinde ve değerinde ve pozitif yönde ( $p = .00$ ) anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Anlatısal Aktarım Ölçeğinin, Anlatıya Dahil Olma alt ölçeklerinin her biriyle pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkisi ortaya çıkmıştır; Dikkat- Odaklanma alt ölçeği  $r = .59$  ( $p = .00$ ), Anlatı Anlayışı alt ölçeği  $r = .28$  ( $p = .00$ ) ve Duygusal Dahil Olma alt ölçeği  $r = .69$  ( $p = .00$ ).

Dortor Carter'a ilişkin soruları içeren özdeşleşme ölçeğinin, Anlatıya Dahil Olma alt ölçeklerinin her biriyle pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkisi ortaya çıkmıştır; Dikkat- Odaklanma alt ölçeği  $r = .49$  ( $p = .00$ ), Anlatı Anlayışı alt ölçeği  $r = .24$  ( $p = .00$ ) ve Duygusal Dahil Olma alt ölçeği  $r = .67$  ( $p = .00$ ).

Jeanie karakterine ilişkin soruları içeren özdeşleşme ölçeğinin, Anlatıya Dahil Olma alt ölçeklerinin her biriyle pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkisi ortaya çıkmıştır; Dikkat- Odaklanma alt ölçeği  $r = .43$  ( $p = .00$ ), Anlatı Anlayışı alt ölçeği  $r = .16$  ( $p = .00$ ) ve Duygusal Dahil Olma alt ölçeği  $r = .60$  ( $p = .00$ ).

#### **4.2. Güvenirlilik Çalışmalarına İlişkin Bulgular**

Tablo 1'deki değerlere göre üç faktör de yüksek faktör yükleriyle temsil edilmiş ve birbirilerinden yeterince ayrılmıştır. Bu faktörlerin diğer güvenirlilik değerleri Tablo 4'te verilmektedir.

Tablo 4- Anlatıya Dahil Olma Ölçeği Faktör Varyansı (communality) Değerleri, Madde-Toplam Korelasyonları ve İç-Tutarlık Değerleri.

Maddeler	Faktör Varyansı	r	$\alpha$
<b>DO</b>			
M2	.568	.668	.739
M5	.646	.676	.732
M7	.660	.647	.760
<b>AA</b>			
M9	.494	.529	.672
M10	.408	.519	.719
M11	.683	.647	.546
<b>DD</b>			
M1	.489	.556	.49
M3	.581	.638	.710
M4	.549	.609	.721
M6	.418	.572	.744

Notlar: r= Düzeltilmiş madde-toplam korelasyonları,  $\alpha$ = Madde çıkarıldığında Cronbach Alpha değeri. DO: Dikkat- Odaklanma, AA: Anlatı Anlayışı, DD: Duygusal Dahil Olma

Tablo 4'te verilen sonuçlar değerlendirildiğinde tüm faktörler yüksek faktör varyansı ve yüksek madde-toplam korelasyonlarına sahiptir. Bu sonuçlara uygun olarak, faktörlerin iç tutarlılık katsayıları da DO için  $\alpha$ =.813, AA için  $\alpha$ =.729, DD için  $\alpha$ =.784 olarak hesaplanmıştır.

## BÖLÜM V

### TARİŞMA

#### 5.1 Geçerlik Çalışmalarına İlişkin Bulgulara Yönelik Yorumlar

Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin yapı geçerliğini test etmek için açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Örneklem yeterli sonuçları 12 maddeli ve 4 faktörlü yapı için .77 ve 10 maddeli ve 3 faktörlü yapı için .78 bulunmuştur. Tabachnick ve Fidel (2001)  $r = .60$  ve üzeri değerlerin örnekleme yeterliliğini sağladığını belirtmiştir. Bu bilgiler ışığında örnekleme yeterliğinin faktör analizi yapmak için uygun olduğu söylenebilir. Yapılan ilk analiz açımlayıcı faktör analizi olmuştur. Bu çalışma dahilinde yapılan ilk faktör analizi çalışmasında ölçeğin orijinaline uygun olarak 4 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapının varyansı açıklama yüzdesi %50,413 olarak bulunmuştur. Ancak maddelerin faktörlere dağılımı incelendiğinde orijinal ölçeğe oranla farklılıklar gözlenmiştir. Orijinal ölçekte kendini anlatmanın içinde hissetme (narrative presence) alt ölçeğine dahil olan 1. Madde (Dizi boyunca bedenim odadaydı ama zihnim hikayenin yarattığı dünyanın içindeydi), ölçeğin Türkçe formunda duygusal olarak dahil olma (emotional engagement) alt ölçeğine daha yüksek faktör yükü ile yüklendiği gözlemlenmiştir. Ayrıca yine ölçeğin orijinal formunda kendini anlatmanın içinde hissetme (narrative presence) alt ölçeğine yüklenen 12. Maddenin (Diziyi izlerken oradaki dünya bana gerçek dünyadan daha yakın göründü) düşük faktör yükü, ölçülmek istenen faktörle düşük bir ilişkiyi işaret ettiğinden ölçekten çıkarılmıştır. Kendini anlatmanın içinde hissetme (narrative presence) alt ölçeği altında sadece 8. Madde (Dizinin yarattığı yeni dünya dizi bitince ansızın kayboldu) kalmıştır. Bunun üzerine 12. Madde çıkarılarak 3 faktörlü bir yapı denenmiştir. Bu çalışmada 8. Maddenin tüm faktör yüklerine yüklendiği fakat hiçbirine anlamlı bir farkla yüklenmediği gözlenmiştir. Bu durumda 8. Madde de ölçekten çıkarılarak son bir faktör analizi daha yapılarak Türkçe formun 3 faktörlü nihai yapısı elde edilmiştir. Bu son analizde 2., 5. ve 7. Maddeler orijinal formda olduğu gibi dikkat-odaklanma alt ölçeğine yüklenmişlerdir. 9., 10. ve 11. Maddeler de orijinal ölçekte olduğu gibi anlatı anlayışı alt ölçeğine yüklenmişlerdir. 3., 4. ve 6 maddeler de orijinal ölçekte olduğu gibi duygusal dahil olma ölçeğine yüklenmiş fakat orijinal ölçekten farklı olarak 1. Madde de Türkçe formda bu alt ölçeğe dahil olmuştur.

Sonuçta 10 maddeli ve 3 faktörlü(dikkat-odaklanma, duygusal dahil olma ve anlatı anlayışı) bir yapı elde edilmiştir. Bu yapı varyansın %54,966'sını açıklamaktadır. Kendini anlatının içinde hissetme (Narrative presence) alt ölçeğinde orijinal ölçekle, ölçeğin Türkçe formu arasında ortaya çıkan farkın uygulamayla ilgili farklılıklardan kaynaklandığı düşünülebilir. Orijinal çalışmada ölçeğin 12 madde ve 4 faktörlü yapısının doğrulayıcı faktör analizi çalışmasında katılımcılar önceki çalışmalardan farklı olarak toplu gösterim yerine diziyi bireysel olarak ve kulaklık kullanarak bilgisayar ekranından izlemişlerdir. Ayrıca bu çalışmanın örneklemini Alman öğrenciler oluşturmaktadır ve dizinin Almanca dublajlı versiyonunu izlemişlerdir. Bizim çalışmamızda ise veriler katılımcılardan toplu gösterim sonrasında toplanmıştır ve katılımcılar diziyi Türkçe altyazılı olarak izlemişlerdir. Uygulamadaki bu farklılık presence kavramının doğası gereği bu maddelerin faktör yüklerinin düşmesine sebep olmuş olabilir.

Anlatıya dahil olma ölçeğinin alt ölçekleri arasındaki korelasyon incelendiğinde Dikkat ve odaklanma alt testiyle anlatı anlayışı alt testi arasında pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Ölçeğin orijinalinde bu ilişki pozitif bir ilişki olarak belirtilmiştir. Ölçeğin Türkçe formunun analizinde Dikkat ve odaklanma alt testiyle duygusal dahil olma arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ölçeğin orijinalinde bu ilişki pozitif bir ilişki olarak belirtilmiştir. Ölçeğin Türkçe formunda Duygusal dahil olma alt testi ve anlatı anlayışı arasında ise anlamlı olmayan bir ilişki bulunmuştur. Orijinal formda da bu ilişki anlamlı olmayan bir ilişki olarak belirtilmiştir.

Bu sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda ölçeğin Türkçe formunun alt testleri arasında ilişkinin ölçeğin orijinal formundaki yapıyla örtüştüğü gözlenmektedir. Bu sonuçlara göre dikkat ve odaklanmanın yüksek oluşunun anlatı anlayışını ve duygusal olarak dahil olmayı artırdığı söylenebilir.

Alt ölçeklerin Anlatısal Aktarım Ölçeği ile ilişkisine bakıldığında ölçeğin Türkçe formunda dikkat-odaklanma, duygusal dahil olma ve anlatı anlayışı alt ölçeklerinin hepsinin anlatısal aktarım ile pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin orijinal formunda da anlatısal aktarım ve dikkat-odaklanma, duygusal dahil olma ve anlatı anlayışı alt ölçekleri arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki ortaya konmuştur. Bu değerler göz önüne alınarak ölçeğin iki formunun örtüştüğü söylenebilir. Bu beklenen bir örtüşmedir

anlatıya dahil olma ölçeğini kullanan pek çok çalışmada bu ilişkiye bakılmış ve iki ölçek arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkiye işaret eden sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Alt ölçeklerin Özdeşleşme Ölçeği ile ilişkisine bakıldığında ölçeğin Türkçe formunda dikkat-odaklanma, duygusal dahil olma ve anlatı anlayışı alt ölçeklerinin hepsinin özdeşleşme ile pozitif yönde ve anlamlı bir ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin orijinal formunda da özdeşleşme ve dikkat-odaklanma, duygusal dahil olma arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu belirtilirken, anlatı anlayışı ve özdeşleşme arasındaki ilişki pozitif olsa da istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Ölçeğin Türkçe formunu ilişkin sonuçlarda da bu ilişkinin diğer ilişkilere oranla daha düşük bir ilişkiyi işaret ettiği göz önüne alınarak iki versiyonun bu bakımdan da örtüştüğü söylenebilir. Literatürdeki çalışmalar göz önüne alındığında özdeşleşmenin alt ölçeklerden en çok duygusal dahil olma ile ilişkili olması beklenir. Orijinal çalışmada olduğu gibi ölçeğin Türkçe formunun analizleri de bu hipotezi destekler niteliktedir.

Ölçeğin orijinal versiyonunda toplam puanla dikkat- odaklanma, duygusal dahil olma ve anlatı anlayışı alt ölçek puanları arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ölçeğin Türkçe Formunda toplam puanla dikkat- odaklanma, duygusal dahil olma ve anlatı anlayışı ilişkisi pozitif yönde anlamlı bir ilişkiyi işaret etmektedir. Bu değerler de ölçeğin yapı geçerliğini destekler niteliktedir.

Ölçeğin Türkçe formunda Anlatıya Dahil Olma toplam puanları ile Anlatısal Aktarım toplam puanları arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Orijinal formda bu ilişki düzeyinde ve pozitif yönde ve anlamlıdır.

Doktor Carter karakteriyle ilgili soruları içeren özdeşleşme ölçeği toplam puanları için bu değerler ve Jeanie karakteriyle ilgili soruları içeren özdeşleşme ölçeği toplam puanları için bu ilişki düzeyinde ve yine pozitif ve anlamlı bir ilişkidir. Orijinal formun analizlerinde Özdeşleşme ölçeği sadece Jeanie karakteriyle ilgili soruları içermektedir ve toplam puanların ilişkisi düzeyinde pozitif ve anlamlı bir ilişkiyi ortaya koymaktadır. Bu değerler yine literatürde bu konuda yapılan yorumları ve analizleri destekler niteliktedir.

## **5.2. Güvenilirlik Çalışmalarına İlişkin Bulgulara Yönelik Yorumlar**

Anlatıya Dahil Olma Ölçeğinin Türkçe adaptasyonunun Güvenilirliğini değerlendirmek için iç tutarlılık katsayıları ve madde- toplam puan korelasyonları analiz edilmiştir. Madde- toplam korelasyon değerinin  $r = .20$ ' den yüksek olması maddelerin uygun faktörlere yerleştiğinin bir göstergesi olarak kabul edilir (Büyüköztürk, 2007). Anlatıya Dahil Olma Ölçeğinin her bir maddesinin yer aldığı alt ölçek ile ilişkisini ortaya koymak için hesaplanan madde- toplam puan korelasyon değerleri ışığında maddelerin uygun faktörlere yerleştiği söylenebilir.

Anlatıya Dahil Olma Ölçeğinin alt ölçeklerinin iç tutarlık Cronbach alfa katsayıları dikkat-odaklanma alt ölçeği, anlatı anlayışı alt ölçeği için, duygusal dahil olma alt ölçeği için yeterli düzeyde bulunmuştur. Ayrıca toplam puan için iç tutarlılık Cronbach alfa katsayısı da yeterli bulunmuştur. Buselle ve Bilandzic (2009) iç tutarlık Cronbach alfa katsayıları dikkat-odaklanma alt ölçeği için, anlatı anlayışı alt ölçeği için, duygusal dahil olma alt ölçeği için ayrı ayrı raporlamışlar ve bu değerler ölçeğin Türkçe formundaki değerlerle tutarlı bulunmuştur. Ölçeğin orijinal versiyonunda toplam puan için iç tutarlılık Cronbach alfa katsayısının da değeri ölçeğin Türkçe formunun değeri ile tutarlıdır. Bu bulgular Anlatıya Dahil Olma Ölçeği alt ölçeklerinin ve toplam puanlarının maddelerinin iç tutarlılığının yüksek olduğuna işaret etmektedir ve alt ölçeklerinin ve toplam puanların güvenilir olduğunu ortaya koyarlar.

### **5.3 İleri Çalışmalar için Öneriler**

Bu çalışma Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Türk kültürüne uyarlanması için yapılmıştır. Ölçeğin Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması ilk kez yapıldığı için ileri araştırmalarda bu değerlerin yeniden test edilmesinde fayda olacaktır. Ölçeğin orijinal formunun 12 madde ve 4 faktörlü yapısına karşılık Türkçe formda 10 maddeli ve 3 faktörlü yapı geçerliği varyans yüzdesini daha fazla açıkladığından bu çalışma dahilinde bu şekilde kullanılmıştır. Ancak tartışma bölümünde de belirtildiği gibi Kendini Anlatının İçinde Hissetme Alt Ölçeği'nin maddelerinin faktör yüklerinin daha düşük çıkmış olmasının uygulamadaki farklılıklardan kaynaklandığı düşünülebilir. Bulgular kısmında belirtildiği gibi Dikkat- Odaklanma Alt Ölçeği puanlarının yüksek olması diğer alt ölçeklerin puanlarının da yükselmesine sebep olmaktadır. Bu nedenle uygulamada dikkati ve anlatının

içinde hissetmeyi etkileyebilecek durumlar manipüle edilerek (Televizyonda toplu gösterim, sinema gösterimi, bireysel bilgisayar ekranında kulaklıkla gösterim) sonuçları karşılaştırmak hem anlatıya dahil olma kavramının yeni bir boyutunu aydınlatacak hem de Anlatıya Dahil Olma ölçeğinin daha işlevsel kullanılmasına katkı sağlayacaktır. Benzer şekilde gösterilen filmin diliyle ilgili manipülasyonlarla (anadilde, dublajlı, altyazılı) bu etkenin anlatıya dahil olma üzerindeki etkisinin test edilmesi de faydalı bir çalışma olabilir.

Literatürde anlatıya dahil olmanın keyif alma ve tutum ve inançlarda değişiklik gibi sonuçları olduğu ortaya konmuştur. Buselle ve Bilandzic (2009) çalışmalarında anlatıya dahil olmanın, anlatısal aktarım ve özdeşleşmenin yanı sıra keyif alma ve tutum ve inançlarla ilişkisini de değerlendirmiştir. İleride yapılacak çalışmalarda ölçeğin Türkçe formu için de bu ilişkilerin test edilebilir.

Şimdiye kadar İngilizce ve Almanca formları olan Anlatıya Dahil Olma Ölçeği'nin Türkçe formu da kullanılarak kültürlerarası çalışmalar yapılabilir. dünyada olduğu gibi eğitim sağlık medya sinema ve psikoloji alanlarında Anlatıya Dahil Olma Ölçeği kullanılarak çalışmalar yapılabilir.

Ayrıca, Hoopen (2012) çalışmasında kadın ve erkeklerin farklı alt ölçeklerde bir birlerinden anlamlı şekilde farklı sonuçlar ortaya koyduğunu belirtmiştir. Bizim çalışmamızda kadın katılımcılar erkek katılımcıların yaklaşık iki katıdır, bu durumun sonuçları ne şekilde etkilemiş olabileceği ileri araştırmaların konusu olabilir.

Klinik psikoloji alanında giderek artan bir şekilde anlatılardan faydalanılmaktadır. Psikoterapi bireylerin kişisel anlatılarını oluşturdukları, değiştirdikleri, yıkip yeniden kurdukları bir alan olarak değerlendirilebilir. Bireylerin hastalıklarını bütünlüklü bir anlatıya dökmelerinin iyileştirici bir etkisi olduğu öne sürülmektedir. Bu görüşten yola çıkarak Anlatı Terapisi terapötik bir müdahale olarak kullanılmaya başlanmıştır. Anlatı terapisi anlatıdan şu şekillerde faydalanır:

- Anlatıların veya hikâyelerin kişinin kimliğini şekillendirdiği varsayımı; sözgelimi bir kişinin kendi hayatındaki sorunun yarattığı etkileri ve sonuçları “baskın bir hikâye” diye değerlendirmesi.

- Belgelerin yaratılmasına ve kullanılmasına değer verilmesi; sözgelimi kişinin ve terapistin “Bunaltı Fakültesi’nden Mezun Olmak” diye bir metni beraber yazması.
- “Dışsallaştırmaya” yapılan vurgu; örneğin sorunun adını koyarak kişinin onun kendi hayatındaki etkilerini değerlendirebilmesini, hayatında nasıl işlediğini öğrenebilmesini, hayat hikâyesiyle bunun bağlarını kurabilmesini, bu sorun karşısında net bir konum alabilecek kadar onu değerlendirebilmesini ve nihayet onunla kuracağı ilişkiyi seçebilmesini sağlamak.
- Sorunun, sorunun veya hikâyenin kendisinin anlatılmasıyla tahmin edilemeyecek “eşsiz sonuçlar”ını (bu Erving Goffman’ın bir terimidir) yahut istisnalarına odaklanmak.
- Terapide yürütülen sohbetlerdeki iktidar ilişkilerinin etkisine dair güçlü bir farkındalık ve terapi tarzlarının etkilerini danışanla birlikte geriye dönüp değerlendirme ve böylece terapistin benimsediği görünmez varsayımların veya inançların olası olumsuz etkisini hafifletmek (White, 2000).

Bu tür terapötik müdahalelerin terapi sürecinde nasıl daha işlevsel olarak kullanılabileceğini ortaya koymak için yapılacak çalışmalarda Anlatıya Dahil Olma Ölçeği son derece faydalı olabilir. Farklı hasta gruplarından toplanacak verilerle, Anlatıya Dahil Olma’nın alt ölçeklerinden aldıkları puanlar karşılaştırılarak, hangi hasta gruplarının anlatıya hangi şekillerde dahil olduğu belirlenebilir, terapi sürecinde anlatıdan faydalanırken farklı hasta gruplarına kendi anlatıya dahil olma stillerine uygun manipülasyonlarla anlatılar sunulabilir.

Bunun yanında sinema terapi de anlatıdan faydalanılan terapötik bir müdahale olarak son yıllarda öne çıkmaktadır. Film terapisi, bilişsel ve davranışsal yaklaşımlar için destekleyici, tedaviyi destekleyici, hızlandırıcı bir araç olarak da kullanılmaktadır. Terapide hikâyeler, mitler, espriler ve rüyalara benzer şekilde kullanılabilen metaforlar olan filmler hastanın bilişsel yapısını anlamayı kolaylaştırmakta ve aynı zamanda izlediği filmdeki davranışa öykünerek tedaviye daha açık olmaktadır (Gençöz, 2007). Sinematerapi sürecinde kullanılacak filmleri belirleme sürecinde de Anlatıya Dahil Olma ölçeği son derece faydalı olabilir. Hem hangi filmlerin daha fazla Anlatıya Dahil Olmaya sebep olduğu belirlenerek tutum ve inançlarda daha fazla



değişikliğe sebep olacak ve terapi sürecinde katalizör etkisi olabilecek filmler ortaya konabilir hem de hangi hasta grupları için hangi filmlerin daha etkili olacağı belirlenerek bu alanda çalışan psikoterapistlere destek sağlanabilir. Kitap terapisi bir bireyin kitapların, şiirin ve diğer yazılı kelimelerin içeriğiyle olan ilişkisini terapi sürecinde kullanan, ifadeye dayalı bir terapidir. Kitap terapisi genelde yazı terapisiyle birleştirilir. Depresyonun tedavisinde etkili olduğu gösterilmiştir (Burns, 1999). Bu sonuçların uzun vadeli olduğu da ortaya konmuştur (Smith, Floyd, Jamison & Scogin, 1997) .

The Online Dictionary for Library and Information Science'da (2011) kitap terapisi şöyle tanımlanır: Hastaların zihinsel hastalık veya duygusal sıkıntıdan kurtulmasını kolaylaştırmak için tasarlanmış planlı bir okuma programı içindeki bir içeriğe dayalı olarak seçilmiş kitapların kullanılması. İdeal açıdan bakıldığında, bu süreç üç aşamada gerçekleşir: okurun tavsiye edilen eserdeki belirli karakterle kişisel özdeşleşme kurması, bunun psikolojik bir katarsise yol açması ve bunun sonrasında metinde öne sürülen çözümün okurun kendi deneyimiyle ilişkisi konusunda rasyonel bir içgörüyü varılması.

kontrollü testler kitap terapisinin kişinin kendine kasten zarar vermesi, obsesif-kompulsif bozukluk, bulimia nervosa ve imsomnia gibi durumlarda olumlu etkiler sağladığını ortaya çıkarmıştır. Bu araştırmalar alkol ve uyuşturucu bağımlılığı, cinsel bozukluk, duygusal sıkıntılar ve depresyondaki yaşlı insanların tedavisi konusunda da bu yönden faydalanılabildiği, bu gibi sorunların tekerrünü azalttığını göstermiştir (McKenna, Hevey & Martin, 2010).

Aynı şekilde terapi süreçlerinde terapötik müdahale aracı olarak kitapları kullanan kitap terapisi süreci için de daha işlevsel araçları belirlemek bakımından Anlatıya Dahil Olma Ölçeği yardımcı bir ölçme aracı olabilir. Hangi hasta grupları için hangi kitapların uygun olacağını belirleme sürecini hızlandırabilecek güvenilir bir ölçme aracı olarak kullanılabilir.



## KAYNAKÇA

- Anthony, A. ; Visscher, S. ; Howell, M. ; Meredith, H. ; Schaperkötter, J. & Bolls, P. (2012). *Road kill: The impact of aversive highway safety videos on message processing*. American Academy of Advertising Conference
- Babur, E., Sağın-Şimşek, Ç. & Rehbein, J. (2007). İşlevsel Edimbilim Yöntemiyle Dilsel Araçların İncelenmesi II: Ünlemler ve Dilin Yönlendirme Alanı. In Ayhan Sezer et. al. (Eds.) *Abstract at Abstract Book of the XXI. Ulusal Dilbilim Kurultayı* (pp. 109-110)- 2007, Mersin Üniversitesi, Mersin, Turkey, 10-11 May 2007. Mersin: Mersin Üniversitesi.
- Bartsch, A. (2012). Emotional gratification in entertainment experience. Why viewers of movies and television series find it rewarding to experience emotions. *Media Psychology*, 15(3), 267-302.
- Bartsch, Anne. (2010) Vivid abstractions: On the role of emotion metaphors in film viewers' search for deeper insight and meaning. *Midwest Studies in Philosophy* 240-260.
- Basil, M. D. (1996). Identification as a mediator of celebrity effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(4), 478-495.
- Berns, C. F. (2004). Bibliotherapy: Using books to help bereaved children. *OMEGA—Journal of Death and Dying*, 48(4), 321-336.
- Biocca, F. (2002). The evolution of interactive media. Toward being there in nonlinear narrative worlds. In M. Green, J. Strange & T. Brock (Eds.), *Narrative Impact. Social and cognitive foundations* (sf. 97–130). Mahwah, NJ: Erlbaum."
- Biocca, F., Harms, C., & Burgoon, J. (2003). Toward a more robust theory and measure of social presence: Review and suggested criteria. *Presence*, 12(5), 456-480.
- Burnkrant, R. E., & Unnava, H. R. (1995). Effects of self-referencing on persuasion. *Journal of Consumer Research*, 17-26.
- Burns, D. D. (1981). *Feeling good* (pp. 131-148). Signet Book.
- Busselle, R. W., & Bilandzic, H. (2009). Measuring narrative engagement. *Media Psychology*, 12(4), 321\_347."

- Busselle, R., & Bilandzic, H. (2008). Fictionality and perceived realism in experiencing stories: A model of narrative comprehension and engagement. *Communication Theory*, 18(2), 255-280.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı.
- Chory-Assad, R. M. y Cicchirillo, V. (2005). Empathy and affective orientation as predictors of identification with television characters. *Communication Research Reports*, 22 (2), 151-156.
- Chun, C. U., & Shi, C. (2013) *Narrative news: how the factuality and the narrative format of news and fiction writing affect readers' emotional and cognitive responses*. The Asian Conference on Media and Mass Communication 2013 Official Conference Proceedings.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4, 245–264.
- Cohen, J. (2006). Audience identification with media characters. *Psychology of entertainment*, 183-197.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Finding flow: The psychology of engagement with everyday life*. Basic Books.
- De Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J., and Beentjes, H. (2009) The role of dimensions of narrative engagement in narrative persuasion. *Communications*, 34(2009), 385-405. "
- Debevec, K., & Romeo, J. B. (1992). Self-referent processing in perceptions of verbal and visual commercial information. *Journal of Consumer Psychology*, 1(1), 83-102.
- Du Plessis, Erik (2008), *The advertised mind: Groundbreaking insights into how our brains respond to advertising*, 1st ed., London: Millward Brown.
- Duchan, J. F., Bruder, G. A., & Hewitt, L. E. (Eds.). (1995). *Deixis in narrative: A cognitive science perspective*. Psychology Press.
- Eisenstock, B. (1984). Sex-role differences in children's identification with counterstereotypical televised portrayals. *Sex Roles*, 10(5-6), 417-430.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis* (No. 7). WW Norton & Company.

- Escalas, J. E. (2007). Self-Referencing and Persuasion: Narrative Transportation versus Analytical Elaboration. *Journal of Consumer Research*, 33(4), 421-429.
- Fiske, S. T. (1993). Controlling other people: the impact of power on stereotyping. *American psychologist*, 48(6), 621.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*, 1991. Social Cognition (2nd Ed.). Xviii, 717 Pp. New York, NY, England: Mcgraw-Hill Book Company.
- Freebody, P., Luke, A., & Gilbert, P. (1991). Reading positions and practices in the classroom. *Curriculum Inquiry*, 435-457.
- Galbraith, J. R. (1995). *Designing organizations: An executive briefing on strategy, structure, and process*. Jossey-Bass.
- Gardner, E. (2010) *Ease the resistance: The role of narrative and other referencing in attenuating psychological reactance to persuasive diabetes messages*. (Yayımlanmamış doktora tezi) University of Missouri-Columbia, Columbia.
- Gerrig, R. J. (1993). *Experiencing narrative worlds*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Gerrig, R. J. (1994). Narrative thought?. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(6), 712-715.
- Gençöz, F., Aka, B.T. (2007) *Sinema tadında psikoterapi: Sinematerapi*. Bilim ve Teknik Dergisi, 40 (473), 58-61.
- Graesser, A. C., Olde, B., & Klettke, B. (2002). How does the mind construct and represent stories. Narrative impact: *Social and cognitive foundations*, 229-262.
- Green, M. (2004). Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism. *Discourse Processes*, 38(2), 247–266."
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 701–721."

- Green, M. C., & Brock, T. C. (2002). In the mind's eye: Transportation-imagery model of narrative persuasion. In M. C. Green, J. J. Strange, & T. C. Brock (Eds.), *Narrative impact: Social and cognitive foundations* (sf. 315–341). Mahwah, NJ: Erlbaum."
- Green, M. C., Brock, T. C., & Kaufman, G. F. (2004). Understanding media enjoyment: The role of transportation into narrative worlds. *Communication Theory*, 14, 311–327."
- Green, M. C., Garst, J., & Brock, T. C. (2004). *The power of fiction: Determinants and boundaries. The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, Publishers, 161-176.
- Green, M. C., Strange, J. J. & Brock, T. C. (2013) *Narrative Impact: Social and Cognitive Foundations*. Londra :Lawrence Erlbaum Associates
- Grodal, T. (2000) Video games and the pleasures of control. In *Media entertainment: The Psychology of its appeal*, Eds. D. Zillmann and P. Vorderer. Lawrence Erlbaum, Mahwah. 197-213.
- Hambleton, R. K., & Patsula, L. (1998). Adapting tests for use in multiple languages and cultures. *Social indicators research*, 45(1-3), 153-171.
- Hoopen, A. (2010) *Transportation into a narrative: Antecedents, moderators and consequences*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Wageningen University/, Wageningen."
- [http:// http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis\\_b.aspx](http://www.abc-clio.com/ODLIS/odlis_b.aspx)
- Huijts, V. (2012) *Enjoy your politics: Increasing media enjoyment of adolescent using political news with factors from transportation theory*. (Yayımlanmamış Lisans Tezi). University of Amsterdam, Amsterdam.
- International Test Commission (2005). *International Guidelines on Test Adaptation*. [www.intestcom.org]
- Ji, Q., & Lee, Y. S. (2014). Genre Matters: A Comparative Study on the Entertainment Effects of 3D in Cinematic Contexts. *3D Research*, 5(3), 1-13.
- Kim, H. S., Bigman, C. A., Leader, A. E., Lerman, C., & Cappella, J. N. (2012). Narrative health communication and behavior change: The

- influence of exemplars in the news on intention to quit smoking.  
*Journal of Communication*, 62(3), 473-492.
- Kim, T., & Biocca, F. (1997). Telepresence via television: Two dimensions of telepresence may have different connections to memory and persuasion.[1]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(2), 0-0.
- Kintsch, W., & Van Dijk, T. A. (1983). *Strategies of discourse comprehension*.
- Klein, S. B., & Loftus, J. (1988). The nature of self-referent encoding: The contributions of elaborative and organizational processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(1), 5.
- "Krakowiak, K. M., & Oliver, M. B. (2012). When good characters do bad things: Examining the effect of moral ambiguity on enjoyment. *Journal of Communication*, 62, 117–135."
- Krishnamurthy, P., & Sujana, M. (1999). Retrospection versus anticipation: The role of the ad under retrospective and anticipatory self-referencing. *Journal of Consumer Research*, 26(1), 55-69.
- Kurudayıoğlu M., Tüzel, S. (2013) Alımlama estetiği kuramı doğrultusunda okurun beklenti ufkunun tespit edilmesi üzerine uygulamalı bir çalışma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10,21,s. 101-123.
- Landreville, K. D., & LaMarre, H. L. (2009). When is fiction as good as fact? Comparing the influence of documentary and historical reenactment films on engagement, affect, issue interest, and learning. *Mass Communication & Society*, 12, 537–555."
- Landreville, Kristen D. and Heather L. LaMarre (2011), Working through Political Entertainment: How Negative Emotion and Narrative Engagement Encourage Political Discussion Intent in Young Americans, *Communication Quarterly*, 59 (2), 200-20.
- Lee, K. M. (2004). Presence, explicated. *Communication theory*, 14(1), 27-50.
- Liebes, T., & Katz, E. (1990). *The export of meaning: Cross-cultural readings of Dallas* (sf. 136-44). New York: Oxford University Press.
- Lombard, M., & Ditton, T. (1997). At the heart of it all: The concept of presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(2), 0-0.
- Lombard, M., Reich, R. D., Grabe, M. E., Bracken, C. C., & Ditton, T. B. (2000). Presence and television. *Human Communication Research*, 26(1), 75-98.

- Maccoby, E. E., & Wilson, W. C. (1957). Identification and observational learning from films. *The Journal of abnormal and social psychology*, 55(1), 76.
- McKenna, G., Hevey, D., & Martin, E. (2010). Patients' and providers' perspectives on bibliotherapy in primary care. *Clinical psychology & psychotherapy*, 17(6), 497-509.
- Miall, D. S., & Kuiken, D. (1995). Aspects of literary response: A new questionnaire. *Research in the Teaching of English*, 37-58.
- Miller-Day, M., & Hecht, M. L. (2013). Narrative means to preventative ends: A narrative engagement framework for designing prevention interventions. *Health Communication*, 28, 657–670.
- Minsky, M. (1980). *Telepresence*.
- Nabi, R. L., Stitt, C. R., Halford, J., & Finnerty, K. (2006). Emotional and cognitive predictors of the enjoyment of reality-based and fictional television programming: An elaboration of the uses and gratifications perspective. *Media Psychology*, 8, 421–447.
- Nell, V. (1988). *Lost in a book: The psychology of reading for pleasure*. Yale University Press.
- Newton, B. J., & Buck, E. B. (1985). Television as Significant Other Its Relationship to Self-Descriptors in Five Countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 16(3), 289-312.
- Oatley, K. (1994). A taxonomy of literary response and a theory of identification in fictional narrative. *Poetics*, 23, 53–74.
- Oatley, K. (1999). Meetings of minds: Dialogue, sympathy, and identification in reading fiction. *Poetics*, 26, 439–454.
- Odağ, Ö. (2013). Emotional engagement during literary reception: Do men and women differ?. *Cognition & emotion*, 27(5), 856-874.
- Ohler, P. (1994). *Kognitive Filmpsychologie. Verarbeitung und mentale Repräsentation narrativer Filme [Cognitive psychology of film: Processing and mental representation of narrative films]*. Münster, Germany: MAkS Publikationen
- "Oliver, M. B. (2003). Mood management and selective exposure. In J. Bryant, D. Roskos-Ewoldsen, & J. Cantor (Eds.), *Communication and*



- emotion: Essays in honor of Dolf Zillmann* (sf. 85–106). Mahwah, NJ: Erlbaum."
- Özğüven, İ.E. (2003). *Psikolojik testler*. Beşinci Baskı, Ankara: Pdrem Yayınları.
- Özsoy, A. (2005). *Popüler Kültür Ürünü Olarak Durum Komedileri: 'Çocuklar Duymasın' Örneğinde Aile Söylemi*, (Dissertation). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı. Ankara."
- Polkinghorne, J. C. (1991). *Reason and reality: the relationship between science and theology*. Trinity Pr Intl.
- Quintero, J., Harrison K., Quick B.L. (2013) Understanding the effectiveness of the entertainment-education strategy: an investigation of how audience involvement, message processing, and message design influence health information recall. *J Health Commun.*;18(2):160-78.
- Raney, A. A. (2002). Moral judgment as a predictor of enjoyment of crime drama. *Media Psychology*, 4(4), 305-322.
- Reeves, B., & Miller, M. M. (1978). A multidimensional measure of children's identification with television characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 22(1), 71-86.
- Riddle, K. (2013). Transportation into vivid media violence: A focus on attention, emotions, and mental rumination. *Communication Quarterly*, 61(4), 446-462.
- Robison, T. A. (2013) *The Impact of Fictional Television Portrayals of Psychotherapy on Viewers' Expectations of Therapy, Attitudes Toward Seeking Treatment, and Induction into Dramatic Narratives*. (Yayımlanmamış doktora tezi) Ohio University/College of Arts and Sciences, Athens.
- Rogers, T. B., Kuiper, N. A., & Kirker, W. S. (1977). Self-reference and the encoding of personal information. *Journal of personality and social psychology*, 35(9), 677.
- Roskos-Ewoldsen, B., Davies, J., & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2004). Implications of the mental models approach for cultivation theory. *Communications*, 29(3), 345-363.

- Ross, R. (2011) *Media Multitasking and Narrative Engagement: Multitasking as a Moderator of Transportation* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ohio State University, Columbus.
- Ryan, M. (2007). Toward a definition of narrative. In D. Herman (Ed.), *Cambridge Companion to narrative* (sf. 22–35). Cambridge, UK: Cambridge University
- Sangalang, A., Johnson, Quintero J. M.; Ciancio, K. E. (2013) Exploring audience involvement with an interactive narrative: implications for incorporating transmedia storytelling into entertainment-education campaigns. *Critical Arts*, Vol. 27, No. 1.
- Sheehan, D. V. (1983). *The anxiety disease* (p. 138). New York: Scribner.
- Sheridan, T. B. (1992). *Telerobotics, automation, and human supervisory control*. MIT press.
- Slater, M. D. (2002). Entertainment education and the persuasive impact of narratives. In M.C. Green, J. J. Strange, & T. C. Brock (Eds.), *Narrative impact: Social and cognitive foundations*. (pp. 157–181). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Slater, M. D., Rouner, D., & Long, M. (2006). Television dramas and support for controversial public policies: Effects and mechanisms. *Journal of Communication*, 56, 235–252.
- Smith, N. M., Floyd, M. R., Scogin, F., & Jamison, C. S. (1997). Three-year follow-up of bibliotherapy for depression. *Journal of consulting and clinical psychology*, 65(2), 324.
- Sousa, V., & Rojjanasrirat W. (2011). Translation, adaptation and validation of instruments or scales for use in cross-cultural health care research: A clear and user-friendly guideline. *Journal of Evaluation in Clinical Practice*, 17, 268-274.
- Steenkamp, J. B. E., & Baumgartner, H. (1992). The role of optimum stimulation level in exploratory consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 434-448.
- Steuer, J. (1992). Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. *Journal of communication*, 42(4), 73-93.

- Sullivan, A. K., & Strang, H. R. (2002). Bibliotherapy in the Classroom Using Literature to Promote the Development of Emotional Intelligence. *Childhood Education*, 79(2), 74-80.
- Tal-Or N, Cohen J. (2010) Understanding audience involvement: Conceptualizing and manipulating identification and transportation. *Poetics*. 38(4):402–418.
- Taylor, S. E., & Schneider, S. K. (1989). Coping and the simulation of events. *Social cognition*, 7(2), 174-194.
- van Beneden, P. (1998). *Viewer identification with characters in television and film fiction*. [www.aber.ac.uk/media/functions/mcs.html](http://www.aber.ac.uk/media/functions/mcs.html)
- White, M., & Epston, D. (1990). *Narrative means to therapeutic ends*. WW Norton & Company.
- White, M. (2005). *Narrative practice and exotic lives: Resurrecting diversity in everyday life*. Adelaide: Dulwich Centre Publications. pp 15.
- Woolley, J. K. (2012) *The effect of narrative media on self- perceptions: The role of identification and narrative engagement*. (Yayımlanmamış doktora tezi). The Pennsylvania State University/College of Communications, State College.
- Zillmann, D. (1994). Mechanisms of emotional involvement with drama. *Poetics*, 23, 33–51.
- Zubin, D. A., & Hewitt, L. E. (1995). The deictic center: A theory of deixis in narrative. *Deixis in narrative: A cognitive science perspective*, 129-155.
- Zwaan, R. A., Langston, M. C., & Graesser, A. C. (1995). The construction of situation models in narrative comprehension: An event-indexing model. *Psychological Science*, 292-297.

## EKLER

### Ek 1: Narrative Engagement Scale

<b>INSTRUCTIONS: Below are some statements that may describe your experiences while watching. Please indicate how much you agree or disagree with each statement.</b>	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>Strongly Disagree</span> <span>Strongly Agree</span> </div>
During the program, my body was in the room, but my mind was inside the world created by the story.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
I found my mind wandering while the program was on.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
I felt sorry for some of the characters in the program.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
During the program, when a main character succeeded, I felt happy, and when they suffered in some way, I felt sad.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
While the program was on I found myself thinking about other things.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
The story affected me emotionally.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
I had a hard time keeping my mind on the program.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
The program created a new world, and then that world suddenly disappeared when the program ended.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
My understanding of the characters is unclear.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
I had a hard time recognizing the thread of the story.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
At points, I had a hard time making sense of what was going on in the program.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□
At times during the program, the story world was closer to me than the real world.	□-----□-----□-----□-----□-----□-----□

## Ek 2: Transportation Scale

Circle the number under each question that best represents your opinion about the narrative you just read.

1. While I was reading the narrative, I could easily picture the events in it taking place.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

2. While I was reading the narrative, activity going on in the room around me was on my mind.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

3. I could picture myself in the scene of the events described in the narrative.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

4. I was mentally involved in the narrative while reading it.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

5. After the narrative ended, I found it easy to put it out of my mind.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

6. I wanted to learn how the narrative ended.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

7. The narrative affected me emotionally.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

8. I found myself thinking of ways the narrative could have turned out differently.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

9. I found my mind wandering while reading the narrative.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

10. The events in the narrative are relevant to my everyday life.

1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

11. The events in the narrative have changed my life.  
1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

12. I had a vivid mental image of [character name].  
1 2 3 4 5 6 7  
not at all very much

### **Ek 3: Identification Scale**

1. While viewing program X, I felt as if I was part of the action.
2. While viewing program X, I forgot myself and was fully absorbed.
3. I was able to understand the events in the program in a manner similar to that  
in which character X understood them.
4. I think I have a good understanding of character X.
5. I tend to understand the reasons why character X does what he or she does.
6. While viewing the show I could feel the emotions character X portrayed.
7. During viewing, I felt I could really get inside character X's head.
8. At key moments in the show, I felt I knew exactly what character X was  
going  
through.
9. While viewing the program, I wanted character X to succeed in achieving  
his or her goals.
10. When character X succeeded I felt joy, but when he or she failed, I was sad.

#### Ek 4: Anlatıya Dahil Olma Ölçeği

Yaşınız: Cinsiyetiniz: Kadın <input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/>	
Aşağıda diziyi izlerken yaşadıklarınızı tarif edebilecek ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifadelere ne kadar katıldığınızı belirtiniz.	Kesinlikle Katılıyorum <span style="float: right;">Hiç katılmıyorum</span>
1.Dizi boyunca bedenim odadaydı ama zihnim hikayenin yarattığı dünyanın içindeydi.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
2.Dizi süresince dalgındım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
3.Dizideki bazı karakterler için üzüldüm.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
4.Dizi süresince, ana karakterlerden birisi başarılı olduğunda mutlu oldum, bir şekilde acı çektiklerinde üzüldüm.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
5.Dizi boyunca aklım başka yerlerdeydi.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
6.Dizi beni duygusal olarak etkiledi.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
7.Kendimi diziyeye vermekte zorlandım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
8.Dizinin yarattığı yeni dünya dizi bitince ansızın kayboldu.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
9.Karakterleri iyi anlayamadım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
10.Dizinin akışını kavramakta zorlandım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
11.Bazen dizide olup bitenleri anlamakta zorlandım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1
12.Diziyi izlerken oradaki dünya bana gerçek dünyadan daha yakın göründü.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> 7 6 5 4 3 2 1



**Ek 5: Anlatısal Aktarım Ölçeği (ER dizisi için)**

Yaşınız:	
Cinsiyetiniz: Kadın <input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/>	
Aşağıda diziyi izlerken yaşadıklarınızı tarif edebilecek ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifadelere ne kadar katıldığınızı belirtiniz.	Kesinlikle Katılıyorum <span style="float: right;">Hiç katılmıyorum</span>

Dizide olup bitenleri kafamda canlandırabildim.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Diziyi izlerken aklım etrafımda olup bitenlerdeydi.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Kendimi dizideki olayların içinde hayal edebildim.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Diziyi seyrederken zihinsel olarak tamamen öykünün içindeydim.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizi bitince öyküyü hemen unuttum.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizinin sonunu merak ettim.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizi beni duygusal olarak etkiledi.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Kendimi dizideki olayların başka türlü gelişebileceğini düşünürken buldum.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizi süresince dalgındım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizideki olaylar günlük yaşamımla alakalı.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizideki olaylar hayatımı değiştirdi.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Doktor Carter karakterini zihnimde tam olarak canlandırdım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Jeanie karakterini zihnimde tam olarak canlandırdım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1

## Ek 6: Özdeşleşme Ölçeği (ER dizisi için)

<b>Yaşınız:</b> <b>Cinsiyetiniz:</b> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/>	Kesinlikle Katılıyorum	Hiç katılmıyorum
<b>Aşağıda diziyi izlerken yaşadıklarınızı tarif edebilecek ifadeler bulunmaktadır. Lütfen bu ifadelere ne kadar katıldığınızı belirtiniz.</b>		

Diziyi izlerken olayların bir parçasıymış gibi hissettim.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Diziyi izlerken kendimi unutup tamamen diziyeye odaklandım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizideki olayları Doktor Carter karakterinin algıladığı gibi algıladım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizideki olayları Jeanie karakterinin algıladığı gibi algıladım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Doktor Carter karakterini iyi anladığımı düşünüyorum.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Jeanie karakterini iyi anladığımı düşünüyorum.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Doktor Carter karakterinin davranışlarının sebebini anlıyorum.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Jeanie karakterinin davranışlarının sebebini anlıyorum.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Diziyi izlerken Doktor Carter karakterinin duygularını hissettim.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Diziyi izlerken Jeanie karakterinin duygularını hissettim.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
İzlerken Doktor Carter karakterinin kafasında olup bitenleri anladım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
İzlerken Jeanie karakterinin kafasında olup bitenleri anladım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizinin kritik anlarında Doktor Carter karakterinin başından geçenleri çok iyi anladım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizinin kritik anlarında Jeanie karakterinin başından geçenleri çok iyi anladım.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Diziyi izlerken Doktor Carter karakterinin hedeflerine ulaşmasını istedim.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Diziyi izlerken Jeanie karakterinin hedeflerine ulaşmasını istedim.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1
Dizi süresince, ana karakterlerden birisi başarılı olduğunda mutlu oldum, bir şekilde acı çektiklerinde üzüldüm.	<input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/> ----- <input type="checkbox"/>
	7 6 5 4 3 2 1

## ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

**Adı, Soyadı:** Deniz AĞAR

**Doğum Yeri, Yılı:** Edirne, 1987

**Medeni Durumu:** Bekar

**İş Adresi:** İstanbul Arel Üniversitesi, Büyükçekmece/İstanbul

**E-mail adresi:** agardeniz@gmail.com

**Yabancı Dil:** İngilizce

### **ÖĞRENİM DURUMU**

(**2014**) Yüksek Lisans, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, İstanbul.

(**2011-2014**) Yüksek Lisans, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, İstanbul.(Yatay geçiş)

(**2006-2011**) Lisans, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Ana Bilim Dalı, İstanbul.

(**2002-2006**) Lise, Haydarpaşa Anadolu Lisesi, İstanbul.

(**1994-2002**) İlköğretim, Yüce-tepe İlköğretim Okulu,Ankara.

### **İŞ DURUMU**

(**2014-** ) İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.