

# Yabancı Öğrencilerde Kültürleşme Ve Medya Kullanımı

**Yrd. Doç. Dr. Birol Gülnar**

Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü

Konya

## ÖZET

İnsanlar eski çağlardan bu yana diğer toplumlar ve insanlarla daha iyi yaşam koşullarına sahip olabilmek için temasta bulunmuşlardır. Bu tür temaslar özellikle endüstri devriminden sonra artış göstermiştir. İletişim, ulaşım ve ekonomi alanındaki hızlı gelişim farklı toplumlar ve kültürler arasındaki iletişimi artırmıştır. İnsanlar kendi toplumlarından diğer toplumlara ekonomi ve eğitsel amaçlarla göç etmektedirler. Bu tür hareketlilikler özellikle on sekizinci yüzyıldan sonra artmıştır. Ayrıca AB, A.B.D. ve farklı sivil toplum örgütleri, kültürlerarası iletişim ve dünya barışı adına öğrenci değişim programlarına büyük önem vermektedirler. İletişim bilimciler yabancıların yeni toplumun kurallarını, normlarını, dilini vb. öğrenmelerinde kitle iletişim araçlarının bir bilgi kaynağı olarak bu sürece yardımcı olacağını ileri sürmektedirler. Medya bir bilgi kaynağı ve sosyalleşme aracı olarak ciddi bir yardımcı olabilir. Bu çalışma kültürleşme ve medya kullanımı ilişkisini Selçuk Üniversitesi yabancı uyruklu öğrencileri arasında araştırmıştır. Veri, 288 yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinden oluşan, bir gruptan saha araştırması aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma, kültürleşme tutumlarından bütünleşme tutumuna katılımcıların % 84,7'sinin sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca araştırma, katılımcıların ev sahibi medyayı etnik medyadan anlamlı olarak daha sık kullandıklarını da ortaya koymuştur. Buna ek olarak ayrışma tutumu ve etnik medya kullanımı anlamlı ve pozitif ilişkilidir.

**Anahtar Kelimeler:** Yabancı öğrenciler, kültürleşme, bütünleşme, ev sahibi medya, etnik medya

## Acculturation And Media Using Among Foreign Students

### ABSTRACT

People have contacted to other societies and cultures from ancient times for having better life conditions. Especially these movements increased after the industrial revolution. Rapidly progression area of communication, transportation and economy provides more frequently contact between members of different societies and cultures. People migrate from heritage culture to another society reasons for economy and education. These mobilities increased especially at the end of eighteenth century. Also EU, U.S.A. and different non-governmental organizations have attached very important student exchange programs reasons for developing intercultural communication and world peace. Communication scholars claim that mass communications help to immigrants and sojourners as a source of information about new societies' rules, norms, language and etc. Mass communication can help as an instrument that socialization and source of knowledge. This study examined acculturation and media using among Selçuk University foreign students. Data were collected via a survey from a group of foreign students which contained 288 persons. Research indicated that 84.7 % of participants have integration attitude which is one of the acculturation attitudes. Also it revealed that participants use host media more frequently and significantly from ethnic media. Additionally separation attitude and ethnic media using is significantly and positively related.

**Keywords:** Foreign students, acculturation, entegrasion, host media, ethnic media

## Giriş

Toplumlararası hareketliliğin tarihsel süreçteki seyri incelendiğinde, 19. yüzyıldan günümüze değin teknolojide ve buna bağlı olarak iletişim, ulaşım ve refah düzeyi anlamında kaydedilen mesafenin kültürlerarası teması hem kolaylaştırdığı hem de yoğunlaştırdığı fark edilecektir. Göçmen toplumu olarak adlandırılan A.B.D’de konunun uzun yıllar boyunca ve pek çok farklı bakış açısıyla incelenmesi aslında şaşırtıcı değildir. Son dönemde Avrupa Birliği’nin de konuya çok fazla önem verdiği, bu konuda hazırlanan projelere ayırdığı bütçeden kolaylıkla anlaşılmaktadır. Ortak Avrupa kültürünün yaşatılmasının yanı sıra çok kültürlülük ve kültürler arası iletişim konuları öne çıkmaktadır. Öğrenci ve öğretim elemanı değişimi gibi programların yanı sıra mesleki eğitim amaçlı değişim programları Avrupa Birliği tarafından son derece önemsenmektedir.

Konuyla ilgili daha çok Batı kaynaklı - özellikle Amerika Birleşik Devletleri – çalışmaların olması şaşırtıcı değildir. Çok fazla göç alan bu ülkedeki çalışmalar çoğunlukla göçmenlerin kültürleşmeleri ile ilgilidir (Hwang ve He, 1999; Lan, 2007; Moon, 2003; Zhang, 2007). Diğer yandan öğrenim amaçlı bu ülkede bulunan insanlarla (uluslar arası öğrenciler) ilgili çalışmalara da rastlamak mümkündür (Cemalcılar ve vd., 2005; Reece ve Palmgreen, 2000; Ye, 2006).

Son dönemlerde iletişim bilimcilerin de bu alana gösterdikleri ilgi dikkat çekicidir. İletişim serüveninin daha bireyin doğmadan annesi ile arasında başladığı düşünüldüğünde onun toplumsallaşmasında, ilerleyen yaşlarında ne denli önem arz edeceğini tahmin etmek güç olmasa gerek. Sonraki yıllarda onu toplumun aktif bir bireyi haline getirecek olan toplumsallaşmanın ailede ve okulda süre giden serüveninde iletişimin etkin rolü göz ardı edilemez. Normal şartlar altında, doğup büyüdüğü toplumun aktif bir bireyi olma sürecinde dahi bu denli öne çıkan iletişimin yabancı bir ülkeye adaptasyon sürecinde daha da hayati bir önem taşıması beklenen bir olgudur.

İletişim, kültürleşme/adaptasyon sürecinde bireylerarası ve kitle iletişimi olmak üzere iki boyutlu olarak bu süreçte işlev görmektedir. Hakkında neredeyse hiçbir bilgi sahibi olmadığı topluma yeni katılan bireylerin o toplumun dili başta olmak üzere davranış kalıpları, giyimi, alışveriş mekânları, yemekleri gibi gündelik yaşamda ilk aşamada daha öncelikli bilgileri elde etmek için ilk başvurduğu araç bireylerarası

iletişim olacaktır. Öncelikle kendi milletine mensup kimselerle (eğer ulaşabilirse) iletişime geçmeyi tercih edecektir. Ancak bireylerarası iletişim yoluyla yabancı olunan topluma ilişkin acil olarak öğrenilmesi gereken bilgiler gerek yeni gelen bireyden kaynaklanan nedenlerden ötürü (iletişim kurma korkusu gibi) gerekse bu bilgileri verecek kimselerden kaynaklanan sorunlardan ötürü öğrenilemeyebilir. Bu aşamada yeni gelen bireyin içinde bulunduğu psikolojik durumla daha da uyumlu bir iletişim alternatifi gündeme gelmektedir. Bu alternatif kitle iletişim araçları olarak adlandırılan televizyon, gazete, radyo ve internet olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye, Avrupa Birliği'nin değişim programlarından çok daha önce S.S.C.B.'nin dağılmasından sonra Türk Cumhuriyetlerinden öğrencilerin Türkiye'de lisans öğrenimi görmeleri için çalışmalara başlamıştı. Uzun süredir bu ülkelerden gelen öğrenciler Türkiye'de çok farklı üniversite ve bölümlerde yüksek öğrenim görmektedirler. Bu öğrencilere yukarıda değinildiği gibi Avrupa Birliği öğrenci değişimi projeleri kapsamında çok daha farklı ülkelerden gelen öğrencilerin de katılımıyla kültürlerarası iletişim anlamında zengin bir ortamın ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Uygulamada bu değişim programları gerçekleştirilmiş olsa da bu programların etkililikleri ve öğrencilerin Türkiye'ye uyumları ve yaşadıkları sorunlar üzerine çok fazla bilimsel çalışmanın yapılmaması dikkat çekicidir. Bu çalışmanın, bu noktadaki eksikliği bir nebze de olsa dolduracağı umulmaktadır.

Bu çalışmada da Türkiye'de öğrenimlerini sürdüren yabancı uyruklu öğrencilerin kültürleşme tutumlarının ortaya konması ve kültürleşme tutumları ile onların medya kullanım tipleri ve sıklığı (ev sahibi ve etnik medya kullanımı) ile ilişkisi aydınlatılmaya çalışılacaktır. Diğer bir ifadeyle kitle iletişim araçlarının yabancı uyruklu öğrencilerin kültürleşmelerinde bir sosyal öğrenme aracı olarak yerine getirdiği işlevin test edilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışma ile Türkiye'de öğrenimlerini sürdürmekte olan yabancı öğrencilerin - Selçuk Üniversitesi örneğinde - Türk toplumuna uyum noktasında sahip oldukları tutumlar ve bu noktada medyanın rolü ortaya konmuş olacaktır. Çalışma ile bu tür programların (öğrenci değişim programları) bir anlamda verimliliği ve aksayan yönleri bakımından iletişim perspektifi açısından bilimsel bir resmin ortaya çıkacağı

umulmaktadır. Söz konusu resmin, bu alandaki politika uygulayıcıları ve kültürlerarası iletişim alanında çalışan bilim adamları için yol gösterici olması umulmaktadır.

### **Literatür Taraması**

Bu başlık altında öncelikle kültürleşme kavramı ortaya konacak, daha sonra ise yabancılarının medya kullanım tercihleri ile kültürleşme tutumları arasındaki olası ilişki kuramsal düzlemde incelenecektir.

#### **Kültürleşme ve Kültürleşme Stratejileri**

Kültürleşme-medya ilişkisini ortaya koymadan önce kültürleşme kavramının tanımlanması ve kavramsal temellerinin açıklanması daha yerinde olacaktır. Kültürleşme kavramı Türkçe literatür için yeni sayılsa da Batı'da kavramın antropoloji ve kültürlerarası psikoloji çerçevesinde ele alınması 1880'lere kadar dayanmaktadır (Nahavandi, 1988: 81). Söz konusu tarih açısından dikkat çekici olan nokta, iletişim ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak küresel ve kültürel temasların daha sıkça yaşandığı döneme rastlamasıdır.

Kavramın tanımlanmasına ilişkin ilk çabalar da geçen yüzyılın ilk yarısına aittir. Örneğin Redfield (1936: 149) kültürleşmeyi, farklı kültürlere sahip bireylerden oluşan grupların doğrudan temasları sonucunda her iki grubun orijinal kültürel kalıplarında karşılıklı olarak meydana gelen değişiklikler olarak tanımlamaktadır. Tanımlamaya göre kültürleşme, asimilasyonun sonucu olarak ortaya çıkan tek boyutlu bir kültürel değişimden kesin bir çizgi ile ayrılmaktadır. Söz konusu kültürel değişimin, hem baskın olan kültürde hem de yabancı grupların kültüründe karşılıklı olarak gerçekleşmesi öngörülmektedir. Bu noktadan hareketle yabancı bireylerin o topluma adaptasyonları onların sadece kendilerinin sorumluluğunda ve adaptasyon yeteneği ile ilgili bir durum değil, aynı zamanda ev sahibi kültürün de dışı açıklık noktasında sorumluluklarının bulunduğu ortak bir kültürel sorumluluktur.

Kültürleşme, daha önce yapılmış benzer çalışmalardan yola çıkarak bazı kaynaklarda kültürleşme stratejileri bazılarında kültürleşme modları bazılarında ise kültürleşme tutumları adı altında bir takım sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. Ama yukarıda sözü edilen sınıflandırmalara belki de temel teşkil eden kültürleşme ile ilgili iki ana kategori söz konusudur. Bu kategoriler tek boyutlu ve iki boyutluluk şeklinde tanımlanmıştır (Vijver ve Phalet, 2004: 217).

Çift boyutlu ve çok kültürlü bakışın bir uzantısı olarak “kültürleşme stratejileri” kavramı ortaya atılmıştır. Söz konusu kültürel ortamda kültürleşmenin nasıl olacağına dair iki hayati öneme sahip soru çok kültürlü modelin versiyonlarını ortaya koymakta önemli bir işlevi yerine getirmektedir. (1) Etnik/kültürel azınlıklar etnik kimliklerini sürdürecekler mi? Ve (2) Aktif bir biçimde ana kültürün bir unsuru olmak istiyorlar mı? Bu iki soruya verilen yanıtlar çerçevesinde Berry (1997: 9) dört kültürleşme stratejisi ortaya atmıştır: Bunlardan ilki *Asimilasyon* stratejisidir. Baskın olmayan grupların bakış açısından, bireyler orijinal kültürel kimliklerini sürdürmek istememeleri ve buna karşıt olarak da diğer kültürlerle gündelik etkileşim arayışında bulunmaları durumunda asimilasyon stratejisinden söz edilmektedir. Asimilasyon stratejisine tezat oluşturacak biçimde, bireyler orijinal kültürlerini muhafaza etme noktasında hassasiyet gösterdiklerinde ve de aynı zamanda diğer kültürler ve insanlarla etkileşime girmekten kaçındıklarında ise *Ayrışma* stratejisi gündeme gelmektedir. Üçüncü strateji ise bir ve ikincinin bir anlamda uzlaştığı nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültürel bağlar belli oranda sürdürülürken aynı zamanda daha büyük sosyal ağın bütünleşik bir parçası olmak için arayışlar sürdürüldüğünde *entegrasyon* stratejisi söz konusudur. Son olarak dördüncü strateji ise *Marjinalleşme* olarak adlandırılmaktadır. Buna göre, kültürel kimliğin sürdürülmesi (genellikle kültürel kayba zorlanma nedenlerinden dolayı) ve diğerleri ile ilişki kurulması (genellikle dışlanma ve ayrımcılık nedenlerinden dolayı) konularının her ikisinde de çok düşük düzeyde çaba gösterildiğinde *Marjinalleşme* stratejisi tanımlanmış olmaktadır (Van de Vijver ve Phalet, 2004: 217; Hwang ve He, 1999: 9). Şekil 1, her dört kültürleşme stratejisinin yabancıların bakış açısına göre nasıl kategorize edildiğini net bir biçimde ortaya koymaktadır.

**Şekil 1.** Yabancıların Bakış Açısından Kültürleşme Stratejileri

		Orijinal Kültür ve Kimliği Sürdürme Arzusu	
		<i>Var</i>	<i>Yok</i>
Farklı Gruplar Arasında İlişki Arayışı	<i>Var</i>	Entegrasyon	Asimilasyon
	<i>Yok</i>	Ayrışma	Marjinalleşme

Kaynak: Gülnar, B. ve Balcı Ş. (2010). *Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum*. İstanbul: Literatürk Yayınları. s. 120.

## **Kültürleşme Stratejileri ve Medya Kullanımı**

Yabancı bir ülkeye yeni gelen bir bireyin o topluma adaptasyonu sürecinde medyanın özellikle ilk etapta bireyin acilen öğrenmesi gereken davranışa dönük bilgilerin kazanılmasında önemli bir araç olabileceği kullanımlar doyumlar yaklaşımı çerçevesinde ele alınmaktadır. Yine kültürleşme alanında çalışan pek çok araştırmacı da medyanın bu süreçte etkin bir araç olduğu konusunda hem fikirdirler (Kim, 1990: 194; Chang, 1972: 19; Reece ve Palmgreen, 2000: 809; Moon, 2003: 3).

Etnik/kültürel azınlık konumunda bulunan insanların geldikleri ülkede etnik ve ev sahibi medya olmak üzere iki tip medya tercihi ile karşılaştıkları yukarıda belirtilmiştir. Jeffres ve Hur (1980: 11) etnik medyanın; dışa kapalı ve kendi etnik yerleşim bölgelerini yaşam tarzlarının merkezine koyan asimile olmamış etnik gruplar için var olduğunu gözlemlemişlerdir. Etnik medya misafir olunan toplumdaki göçmenler, azınlıklar ya da kısa süreli ziyaretçiler için ev sahibi toplumda faaliyet gösteren medya kuruluşları biçiminde olabileceği gibi, yabancıların kendi ülke medyalarını doğrudan kullanmaları anlamında da ele alınmaktadır. İlgili literatürde konu daha çok, yabancıların doğrudan kendi ülkelerinin kitle iletişim araçlarını kullanmaları biçiminde ele alınmaktadır. Bu çalışmada da etnik medya kavramı, yabancı uyruklu öğrencilerin farklı teknolojiler aracılığıyla (internet, uydu) doğrudan kendi ülkelerinde faaliyet gösteren kitle iletişim araçlarını kullanımları biçiminde ele alınmıştır. Zaten Türkiye’de sürekli olarak faaliyet gösteren bir etnik medya yapılanmasından da söz etmek çok da mümkün görünmemektedir.

Göçmen ya da kısa süreli ziyaretçi statüsünde bulunan bireylerin etnik medya kullanımlarında ana motivasyonun orijinal kültürlerini ve bağlarını sürdürme olduğu noktasında pek çok kanıt bulunurken, diğer yandan etnik medya kullanımının özellikle ev sahibi ülkenin dil yeterliliği noktasında sorun yaşayan bireyler için yeni kültüre adapte olma noktasında önemli bir işlev yerine getirdiğine de inanılmaktadır (Hwang ve He, 1999: 11). Bu düşüncelere göre etnik medya, hem kullanıcılarının etnik/kültürel bağlarını sürdürme işlevini yerine getirirken hem de onları yeni topluma ve kültürüne adapte etme noktasında çift yönlü bir işlevi yerine getirmektedir.

Etnik medya kullanımında her ne kadar çift yönlü bir işlevden söz edilse de bu tip medya kullanımının daha çok etnik/kültürel kimliği güçlendirme ile pozitif ilişkili,

kültürleşme/adaptasyon ile de negatif ilişkili olduğu yönünde bulgular daha ağırlıktadır (Jeffres, 2000: 503; Jeffres ve Hur, 1980: 11; Wang, 2006: 33).

Kullanıcılarının etnik kültürel bağlarını sürdürme işlevi göz önünde bulundurulduğunda (etnik medyanın daha çok bu işlevi yerine getirdiğine dair bulgular mevcuttur) etnik medya kullanımı ile kültürleşme stratejilerinden “ayrışma” stratejisinin benimsenmesi arasında ilişki öngörülmektedir. Diğer bir ifadeyle ayrışma tutumuna sahip olan bireylerin daha çok etnik medyayı kullanmaları olasıdır. Diğer yandan yukarıda da belirtildiği gibi ev sahibi medya kullanımı ile kültürleşme arasındaki olası ilişkiden yola çıkarak ev sahibi medya kullanımı ile ayrışma stratejisi arasında da negatif ilişki öngörülmektedir.

Yukarıda da belirtildiği gibi kültürleşme stratejilerinden bir diğeri de asimilasyondur. Etnik medya kullanımı-ayrışma ilişkisinden yola çıkarak asimilasyon ile etnik medya kullanımı arasında negatif bir ilişki öngörülmektedir. Zmud (1992) Hintli göçmenler üzerinde yaptığı araştırmasında da asimilasyon ile etnik medya kullanımı arasında negatif güçlü bir korelasyon olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Diğer yandan asimilasyon ile ev sahibi medya kullanımı arasında pozitif ilişki öngörülmektedir.

Çalışmada yer verilen üçüncü ve son strateji ise bütünleşmedir (entegrasyondur). Ev sahibi medyanın kültürleştirici etkisinden yola çıkarak ev sahibi medya kullanımı ile bütünleşme (entegrasyon) arasında pozitif; etnik medya ile bütünleşme (entegrasyon) arasında negatif ilişki öngörülmektedir. Hwang ve He (1999: 5) ev sahibi medyayı kullanan Çinli göçmenlerin Çince medyayı kullananlara göre daha iyi kültürleştiklerini çalışmasında ortaya koymuştur. Şekil 2, yabancıların medya kullanımı ile kültürleşme stratejileri arasındaki olası ilişkiyi özetlemektedir.

**Şekil 2.** Ev Sahibi ve Etnik Medya Kullanımı İle Kültürleşme Stratejileri İlişkisi

		Etnik Medya Kullanımı	
		<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>
Ev Sahibi Medya Kullanımı	<i>Evet</i>	Entegrasyon	Asimilasyon
	<i>Hayır</i>	Ayrışma	Marjinalleşme

Kaynak: Gülnar, B. ve Balcı Ş. (2010). *Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum*. İstanbul: Literatürk Yayınları. s. 61.

İlgili literatür incelendikten sonra aşağıda yer alan araştırma soruları çalışma kapsamında yanıtlanmaya çalışılmıştır:

*Araştırma Sorusu 1.* Yabancı uyruklu öğrencilerin kültürleşme tutumları ne düzeydedir?

*Araştırma Sorusu 2.* Yabancı uyruklu öğrencilerin medya kullanım alışkanlıkları medya türüne (ev sahibi ve etnik medya) göre nasıl dağılım göstermektedir?

*Araştırma Sorusu 3.* Yabancı uyruklu öğrencilerin kültürleşme tutumları ile medya kullanım alışkanlıkları arasında ne tür bir ilişki vardır?

## **Yöntem**

Bu çalışma, kültürleşme ve medya kullanımı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Selçuk Üniversitesinde öğrenim gören 288 yabancı uyruklu öğrenci arasında yapılan alan araştırması ile söz konusu ilişki ortaya konmaya çalışılmıştır.

## **Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem**

Alan araştırması, 1-30 Nisan 2010 tarihlerinde 18 farklı fakülte/yüksek okulda öğrenimlerini sürdüren, 24 farklı ülkenin vatandaşı, 288 yabancı uyruklu öğrenci ile yüz yüze görüşme yoluyla uygulanmıştır. Araştırmaya başlanmadan önce 30 kişilik bir grupla pilot çalışma gerçekleştirilmiş, bu çalışmanın sonuçlarına göre soru formunda düzeltmeler yapılarak saha araştırmasına başlanmıştır. Selçuk Üniversitesi yabancı uyruklu öğrenciler koordinatörlüğü verilerine göre 2009-2010 eğitim-öğretim döneminde Selçuk Üniversitesinde toplam 1089 öğrenci bulunmaktadır. Araştırma nüfusu çok büyük olmadığı ve tamamına ulaşabilme olanağı bulunduğu için örneklem alma yoluna gidilmemiş bunun yerine nüfusun tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak özellikle Erasmus programı aracılığıyla öğrenimlerini sürdüren önemli bir oranda öğrencinin araştırma yapıldığı esnada Türkiye’de bulunmaması, bazı öğrencilerin okula düzenli olarak devam etmemeleri ve bazı öğrencilerin de araştırmaya katılmak istememeleri yüzünden ancak 288 yabancı uyruklu öğrenciden veri



toplanabilmiştir. Bazı öğrencilerin Türkçe dil yeterliliklerinin sınırlı olabileceği düşünülmüş ve ayrıca ölçek İngilizce olarak da uygulanmıştır.

Katılımcıların % 63.5'i erkeklerden, % 36.5'i ise kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş ortalaması ise 21.34 olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların hangi fakülte/yüksek okulda öğrenim gördükleri incelendiğinde ise en yüksek orana sahip üç fakültenin Mühendislik Mimarlık Fakültesi (% 19.4), Eğitim Fakültesi (% 12.5) ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (% 9.7) olduğu görülecektir. Çalışmaya katılan yabancı uyruklu öğrencilerin % 27.4'ü Azerbaycan, % 19.8'i Moğolistan, % 11.8'i Türkmenistan, % 7.6'sı Kırgızistan, % 7.3'ü Kazakistan, % 6.3'ü Polonya ve daha düşük oranlarda farklı ülkelerin vatandaşlarıdır. Katılımcıların Türkiye'de bulunma sürelerinin ortalaması ise 2.78 yıldır. Katılımcıların önemli bir kısmı (% 61.8'i) evde arkadaşlarıyla kalmaktadır.

Katılımcılardan 1 ile 5 puan arasında değişen bir ölçek (1= Çok zayıf, 2= Zayıf, 3= Orta, 4= İyi ve 5= Çok iyi) üzerinde Türkçe'ye ne derece hakim olduklarını (Türkçe dil becerilerini) belirtmeleri istenmiştir. Araştırmaya katılanların Türkçe okuma yeterlilik düzeyinin aritmetik ortalaması 3.78, Türkçe yazma yeterlilik düzeyinin aritmetik ortalaması 3.65, konuşulan Türkçe'yi anlama yeterlilik düzeyinin aritmetik ortalaması 3.91, Türkçe konuşma yeterlilik düzeyinin aritmetik ortalaması 3.69 ve genel olarak Türkçe'ye güven düzeyinin aritmetik ortalaması 3.75'dir. Bu sonuçlara göre araştırmaya katılan yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin Türkçe yeterliliklerinin yüksek olduğu söylenebilir.

### **Ölçüm Araçları**

Uygulanan saha araştırmasında kültürleşme tutum ölçeğine, medya kullanım ölçeğine ve demografik verileri elde etmeyi amaçlayan sorulara yer verilmiştir.

Katılımcıların kültürleşme tutumları Kim (1984, Wang, 2006'dan) tarafından geliştirilen ve 9 maddeden oluşan kültürleşme tutum ölçeği ile ölçülmüştür. Ölçek, her birinin üçer madde ile ölçüldüğü ve asimilasyon, bütünleşme (entegrasyon), ayrışma başlıklarını taşıyan üç kültürleşme tutumunu içermektedir. Kültürel gelenekler, yaşam tarzı ve dostluk konularını içeren maddelerle ölçüm gerçekleştirilmiştir. Beşli Likert (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ölçeği ile söz konusu tutumlar ortaya konmaya çalışılmıştır.

Kim (1984, Wang, 2006'dan) ölçeğin güvenilirlik değerleri ile ilgili olarak asimilasyon tutumu için .73, bütünleşme için .76 ve ayrışma için .71 alfa değerlerini hesaplamıştır. Wang'ın (2006: 71) ulaştığı alfa değerleri ise oldukça düşük görünmektedir. Araştırmacı, asimilasyon için .49, ayrılıkçılık için .48 ve bütünleşme için de .55 değerlerini hesaplamıştır. Gülnar ve Balcı (2010: 153) ise yaptıkları araştırma çerçevesinde bütünleşme için .70, ayrışma tutum için .64 ve son olarak asimilasyon tutumu için de .64 alfa güvenilirlik değerlerini ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada da bütünleşme tutumunun güvenilirliği için .70; ayrışma tutumu için .69 ve asimilasyon tutumu için .57 alfa değerleri hesaplanmıştır. Ölçeğin yapı (inşa) geçerliliği de bütünleşme ile ayrışma tutumu arasındaki negatif ( $r = -.439$ ,  $p < .01$ ), ve anlamlı korelasyon aracılığıyla ortaya konmuştur.

Anketin üçüncü bölümünde katılımcıların Türk ve etnik medya kullanım alışkanlıkları ayrı ayrı 5'li cetvelle (1= Hiç, 5= Her gün düzenli) ölçülmüştür. Soru formunun son kısmında ise katılımcıların Türkiye'de yaşama süresi, ülke vatandaşlıkları, öğrenim gördükleri okul, ikâmet biçimleri, cinsiyet ve yaş sorularına yer verilmiştir.

### **Bulgular**

Literatür incelemesi sonucu yer verilen araştırma sorularını yanıtlamak için betimleyici analizler, tek örneklem t testi, eşleştirilmiş örneklem t testi ve korelasyon analizi uygulanmıştır.

#### **Kültürleşme Tutum Düzeyleri**

Birinci araştırma sorusunu yanıtlamak amacıyla betimleyici istatistikler (merkezi eğilim istatistikleri ve frekans analizi) uygulayarak yabancı uyruklu Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin kültürleşme tutumları belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 1'de katılımcıların kültürleşme tutum maddelerine verdikleri yanıtların aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Aritmetik ortalamalar üç ayrı tutuma göre farklı başlıklar altında incelenmiştir. Tablo 1'de de görüldüğü gibi katılımcılar ağırlıklı olarak bütünleşme tutumunu benimsemektedirler. Bu tutumu ayrışma, onu da asimilasyon tutumları takip etmektedir. Katılımcıların önemli oranda Türk toplumuyla bütünleşme arzusu içinde oldukları fark edilmektedir. Tabi ki bu bütünleşme kendi içinde orijinal kültürün devamlılığını barındırmaktadır. 4.09'lük

aritmetik ortalamaya sahip olan bütünleşme tutumu her şeyi net bir biçimde ortaya koymaktadır. Bu tabloda yabancı uyruklu öğrencilerin bütünleşme arzularının ön plâna çıkışı ne kadar önemli ise asimilasyona karşı da mesafeli duruş da bir o kadar önemli görünmektedir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Kültürleşme Tutumu Maddelerine Verdikleri Yanıtların Merkezi Eğilim İstatistik Sonuçları

<b>KÜLTÜRLEŞME TUTUM ÖLÇEĞİ</b>	$\bar{X}$	<i>SD</i>
<b>Bütünleşme</b>	<b>4.09</b>	<b>0.81</b>
1. Türklerle arkadaşlıklarım değerli olduğu kadar kendi ülkemden arkadaşlıklarım da değerlidir, her iki milletten de değerli dostlarım var	4.14	1.07
2. Türkiye’de yaşarken, kendi milletimizin yaşam tarzını sürdürebiliriz aynı zamanda, Türkiye kültürünün farklı yönlerine tam olarak katılım gösterebiliriz	4.07	1.01
3. Türkiye’deki yabancı uyruklu öğrenciler kendi kültürel geleneklerini yaşamayı sürdürmelidirler, ayrıca Türk geleneklerine de adapte olmalıdırlar	4.06	0.99
<b>Ayrışma</b>	<b>2.27</b>	<b>0.89</b>
1. Türkiye’deki yabancı uyruklu öğrenciler kendi kültürel geleneklerini yaşamayı sürdürmelidirler ve Türk kültürel geleneklerine adapte olmamalıdırlar	2.30	1.17
2. Türkiye’de yaşarken Türk yaşam tarzından tamamen uzaklaşıp, kendi milletimizin yaşam tarzını sürdürmeliyiz	2.25	1.09
3. Dostlarımla çoğu kendi ülkemden insanlardır çünkü onlar eğlenceliler ve kendimi onların yanında rahat hissediyorum ancak aynı duyguları Türkler için hissetmiyorum	2.24	1.18
<b>Asimilasyon</b>	<b>1.99</b>	<b>0.80</b>
1. Türkiye’de yaşamamız; geleneksel yaşam tarzımızı bırakarak, Türk yaşam tarzına adapte olup bir Türk gibi düşünmemizi ve davranmamızı gerektirir	2.42	1.23
2. Dostlarımla çoğu Türk’tür çünkü onlar eğlenceliler ve kendimi onların yanında rahat hissediyorum ancak aynı duyguları kendi ülkem insanları için hissetmiyorum	1.90	1.01
3. Türkiye’deki yabancı uyruklu öğrenciler Türk kültürel geleneklerine adapte olmalıdırlar ve kendi kültürel geleneklerini yaşamayı bırakmalıdırlar	1.66	1.03

Not: N= 288

Yukarıda bütünleşme tutumu lehine ortaya çıkan farklılığın anlamlı olup olmadığı da tek örneklem t testi aracılığıyla test edilmiştir. Analizde test değeri olarak bütünleşme tutumunun ortalaması olan 4.09 değeri alınmış bu değere göre diğer ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı söz konusu analizle test edilmiştir. Tablo 2’de yer alan sonuçlara göre katılımcıların sahip oldukları bütünleşme tutumu asimilasyon ( $t = -43.97$ ,  $p < .000$ ) ve ayrışma ( $t = -34.63$ ,  $p < .000$ ) tutumlarından anlamlı şekilde farklılık göstermektedir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Kültürleşme Tutumları Arasındaki Farkların Belirlenmesine Yönelik Tek Örneklem t-testi Sonuçları

	$\bar{X}$	Ortalama Farkı	<i>t-value</i>	<i>p</i>	<i>N</i>
		(Test Value = 4.09)			
Asimilasyon	1.99	-2.09	-43.97	.000	288
Ayrışma	2.27	-1.81	-34.63	.000	288

### Medya Kullanımı

Çalışma kapsamında üzerinde önemle durulan bir konu da yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin ne tür medyayı hangi sıklıkla kullandıklarıdır. Öğrencilerin medya kullanım kalıplarının onların kültürleşmeleri açısından ne denli önemli olduğu literatür incelemesinde net bir biçimde ortaya konmuştu. Bu çerçevede ikinci araştırma sorusuna da yanıt alınmış olacaktır.

Tablo 3’de de ayrıntılı olarak görüldüğü gibi yabancı uyruklu öğrenciler ağırlıklı olarak Türk medyasını (ev sahibi medyayı) kullanmaktadırlar. Ayrıntılar incelendiğinde yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinin % 40.6 gibi önemli bir bölümü Türk web sitelerini her gün düzenli olarak kullandıklarını belirtirken, etnik medyada bu oran % 22.2’de kalmıştır. Öğrencilerden Türk televizyonlarını her gün düzenli olarak kullananlar % 22.2’lik bir dilimi oluştururken, bu oran etnik televizyon kullanımında ise % 9.7 olarak gerçekleşmiştir. Yine her gün düzenli gazete kullanımında da Türk gazete kullanımı (% 18.4) etnik gazeteye göre (% 6.6) açık ara önde görünmektedir. Kitle iletişim araçları içerisinde en az kullanılan araç ise radyodur. Türk radyolarını her gün düzenli olarak dinleyenlerin oranı, % 6.3 olurken, etnik radyoda bu oran % 4.5’dir. Hem Türk medyası içerisinde hem de etnik medya içerisinde yabancı uyruklu öğrencileri en sık kullandıkları iki araç internet ve televizyondur.

**Tablo 3.** Katılımcıların Haftalık Türk Medyası ve Etnik Medya Kullanım Sıklıkları (%)

	TÜRK MEDYASI								ETNİK MEDYA									
	Hiç	Haftada	1-2 Gün	Haftada	3-4 Gün	Haftada	5-6 Gün	Her gün	Düzenli	Hiç	Haftada	1-2 Gün	Haftada	3-4 Gün	Haftada	5-6 Gün	Her gün	Düzenli
<b>Televizyon</b>	0.0	30.2	29.2	18.4	22.2	23.3	39.9	14.9	12.2	9.7								
<b>Gazete</b>	17.0	37.8	15.6	11.1	18.4	32.6	32.3	15.3	13.2	6.6								
<b>Radyo</b>	40.3	32.3	15.3	5.9	6.3	38.2	27.4	19.4	10.4	4.5								
<b>İnternet</b>	0.0	13.9	18.4	27.1	40.6	6.9	15.6	28.8	26.4	22.2								

Yabancı uyruklu öğrencilerin Türk medyasını betimleyici düzeyde daha sık kullandıkları ortaya konduktan sonra “acaba bu farklılık istatistiksel olarak anlamlı mıdır?” sorusu akla gelmektedir. Söz konusu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı eşleştirilmiş örneklem t testi ile sınanmıştır. Katılımcıların haftalık kullanım sıklığına verdiği yanıtlar 1 ile 5 arası puanlanmış ve puanların aritmetik ortalamaları ilgili test ile karşılaştırılmıştır. Tablo 4’de yer alan sonuçlara göre katılımcıların Türk televizyonlarını izleme sıklığı ( $t= 8.00, p< .001$ ), Türk gazetelerini okuma sıklığı ( $t= 5.64, p< .001$ ) ve Türk web sitelerini kullanım sıklığı ( $t= 7.07, p< .001$ ) etnik türlerine göre anlamlı biçimde daha yüksektir. Bu anlamda ulaşılan en net bulgu tablonun en alt satırında yer almaktadır. Türk ve etnik medya kullanımlarının genel (toplam) aritmetik ortalamaları incelendiğinde hiçbir kuşkuyla yer bırakmaksızın katılımcıların ev sahibi medyayı etnik medyaya göre anlamlı biçimde daha sık kullandıkları ortaya konmuştur ( $t= 8.40, p<001$ ). Betimleyici olarak ortaya konan bu farklılık istatistiksel olarak da anlamlıdır.

**Tablo 4.** Katılımcıların Haftalık Türk Medyası ve Etnik Medya Kullanımları Arasındaki Farkların Belirlenmesine Yönelik Eşleştirilmiş Örneklem t-testi Sonuçları

	Türk Medyası	Etnik Medya	<i>t-value</i>	<i>p</i>	<i>N</i>
<b>Televizyon</b>	3.32	2.45	8.00	<b>.000</b>	288
<b>Gazete</b>	2.76	2.28	5.64	<b>.000</b>	288
<b>Radyo</b>	2.05	2.15	-1.21	.224	288
<b>İnternet</b>	3.94	3.41	7.07	<b>.000</b>	288
<b>Genel (Toplam)</b>	3.01	2.57	8.40	<b>.000</b>	288

## Kültürleşme Tutumu ve Medya Kullanımı

Yukarıda yabancı uyruklu öğrencilerin kültürleşme tutumları ve medya kullanım alışkanlıkları ayrı başlıklar altında ortaya konmuştu. Hatırlanacağı üzere katılımcıların önemli bir bölümünün bütünleşme (entegrasyon) tutumunu benimsedikleri ve ev sahibi medyayı etnik medyaya göre daha sık kullandıkları bulgularına ilgili analiz sonuçları ile ulaşılmıştı. Yabancı uyruklu öğrencilerin medya kullanım alışkanlıkları ile onların kültürleşme tutumları arasındaki ilişkiyi sorgulayan üç numaralı araştırma sorusunu yanıtlamak amacıyla korelasyon analizleri uygulanmıştır.

**Tablo 5.** Katılımcıların Kültürleşme Tutumları İle Medya Kullanım Alışkanlıklarına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

	Türk TV	Etnik TV	Türk Gazete	Etnik Gazete	Türk Rady	Etnik Rady	Türk İnternet	Etnik İnternet	Türk Gene	Etnik Genel
<b>Bütünleşm</b>	-.002	-.097	.003	-.022	.072	.019	.006	.022	.035	-.032
<b>Ayrışma</b>	-.078	<b>.126*</b>	.188	<b>.216**</b>	-.039	.069	<b>-.136*</b>	.053	-.009	<b>.183**</b>
<b>Asimilasyo</b>	-.057	-.043	<b>.161**</b>	.087	.046	.135	-.058	-.050	.055	.049

Not: \*\*p<.01, \*p<.05

Katılımcıların kültürleşme tutumları ile medya kullanım alışkanlıklarına ilişkin korelasyon analizi sonuçlarına göre ayrışma tutumu ile etnik televizyon kullanımı arasında çok zayıf kuvvette pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır ( $r = .126$ ,  $p < .05$ ). Yine aynı tutumla etnik gazete kullanım sıklığı arasında zayıf kuvvette pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır ( $r = .216$ ,  $p < .01$ ). Ayrışma tutumu ile ayrıca ev sahibi internet kullanımı arasında negatif yönlü çok zayıf ve anlamlı bir ilişki vardır ( $r = -.136$ ,  $p < .05$ ). Ayrışma tutumu ile ilgili olarak belki de bu analizde en çarpıcı sonuç, ayrışma tutumu ile genel etnik medya kullanım sıklığı arasındaki zayıf kuvvette, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin olmasıdır ( $r = .183$ ,  $p < .05$ ). Bu bulgular, ayrışma tutumu ile etnik medya kullanımının bireylerin etnik kimliklerinin ve kültürlerinin devamlılığını sağlaması ile ilgili olarak kurulan ilişkinin bir kanıtı şeklinde okunabilir.

Tablo 5’de arasında ilişki tespit edilen diğer iki değişken ise asimilasyon tutumu ile Türk gazeteleri okunma sıklığıdır. Asimilasyon tutumu ile bireylerin Türk gazetelerini okuma sıklığı arasında çok zayıf kuvvette pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır ( $r = .161$ ,  $p < .01$ ). Bu sonuç da ev sahibi medyanın bulunduğu kültürü benimsetme aktarma aracı olarak - literatürdeki önermelere uygun bir biçimde – değerlendirilebilir.

Ancak beklendiği gibi bütünleşme tutumu ile ev sahibi medya kullanımı arasında yine, asimilasyon ile genel Türk medyası kullanım sıklığı arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır.

### **Tartışma Ve Sonuç**

Nedensellik ilişki tasarımına sahip olan bu çalışma, Selçuk Üniversitesinde öğrenimlerini sürdüren yabancı uyruklu öğrenciler arasında yapılan alan araştırmasıyla kültürleşme ve medya kullanımı ilişkisini incelemiştir. Çalışmanın ulaştığı bulgulara göre katılımcıların yüksek düzeyde katılım gösterdikleri kültürleşme tutumu, bütünleşmedir. Buna göre çalışmaya katılan yabancı uyruklu öğrencilerin önemli bir bölümünün Türkiye'ye ve Türk toplumuna uyum sağlama noktasında istekli ve gayretli oldukları söylenebilir. Katılımcıların yaklaşık % 10'unun ayrışma tutumunu benimsemiş olmaları da düşündürücüdür. Söz konusu oranın konu ayrışma olduğunda azımsanmayacak düzeyde olduğu kanaati oluşmuştur. Bu grup içerisinde asimilasyon tutumunu benimseyenlerin en küçük grubu oluşturması (% 5) çalışmaya katılanların Türk toplumuna adaptasyonun yanı sıra kendi kimliklerine sahip çıkma arzusunun bir tezahürü olarak değerlendirilmektedir.

Çalışma kapsamında öğrencilerin kültürleşme tutumları ile ilişkisi öngörülen belki de en önemli değişken kullanılan medya tipleri ve sıklıklarıdır. Kuramsal bütünlük açısından değerlendirildiğinde kültürleşme tutumlarından ağırlıklı olarak bütünleşme tutumunu benimseyen bir grubun ev sahibi medyayı sıklıkla kullanması beklenir. Elde edilen bulgular söz konusu beklentinin gerçekleşmiş olduğunu göstermektedir. Öyle ki katılımcılar radyo dışında diğer kitle iletişim araçlarından ve genel medya kullanımında ev sahibi medyaya ait olanları anlamlı biçimde etnik medyadan daha sık kullanmaktadırlar. Ağırlıklı olarak bütünleşme tutumuna sahip olan bir grubun ev sahibi kültürü öğrenmek ve adapte olmak adına ev sahibi medyayı kullanması kuramsal bütünlük açısından son derece manidardır. Hem Türk medyasında hem de etnik medyada en sık kullanılan iki araç ise sırasıyla internet ve televizyon olmuştur. Aslında söz konusu araçların yaygınlığı ve araştırmaya katılan grubun gençlerden oluştuğu düşünüldüğünde bu sonuç normal karşılanabilir. Bu iki aracı gazete ve radyo takip etmiştir.

Ağırlıklı olarak bütünleşme tutumuna sahip olan grubun yine ağırlıklı olarak Türk medyasını takip etmesi yabancı bireylerin ev sahibi medyayı bir sosyalleşme ve öğrenme aracı olarak kullandığına ilişkin kuramsal yaklaşımın bu çalışma çerçevesinde somutlaştığını göstermektedir. Bu değerlendirmeyi daha da bilimsel bir çerçeveye oturtmak adına kültürleşme tutumları ile medya kullanımı arasında ilişki arayan analiz gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular söz konusu ilişkiyi netleştirmek adına bir anlamda hayal kırıklığı yaratmıştır. Öyle ki aranan ilişki sadece etnik medya kullanımı ile ayrışma tutumu arasındaki pozitif ilişkide kendini göstermiştir. Oysaki yukarıda sözü edilen bulgulardan ve kuramdan elde edilen cesaret ve beklentiye göre bütünleşme-ev sahibi medya kullanımı ile asimilasyon-ev sahibi medya kullanımı ilişkisi de ulaşılabilecek sonuçlar arasında idi. Yine de ayrışma tutumu ile ilgili ulaşılan sonuçlar kuramsal bütünlük anlamında önem arz etmektedir. Şöyle ki kuramda ifade edildiği biçimde ayrışma tutumunu benimsemiş bireylerin etnik kimliklerini sürdürmek adına etnik medyayı daha sık kullanmaları beklenmektedir. Ulaşılan bulgu tam da bu beklentiye denk düşmektedir. Daha açık ifade etmek gerekirse ayrışma tutumunu benimsemiş katılımcılar etnik kimliklerini sürdürmek ve güçlendirmek adına etnik medyayı daha sık kullanmaktadırlar.

Çalışma sonunda genel bir değerlendirme yapmak gerekirse çalışmanın kuramsal anlamda üzerine inşa edildiği kültürleşme ve medya kullanımı değişkenlerinin arasındaki ilişki önemli ölçüde uygulama ile bütünleştirilmiştir. Ülkelerinden binlerce kilometre uzakta bulunan insanlar için medyanın bir sosyalleşme aracı olarak yerine getirdiği işlev ortaya konmuştur.



## Kaynakça

- Chang, W. H. (1973). Communication and Acculturation: A Case Study of Korean Ethnic Group in Los Angeles. Yayınlanmamış doktora tezi. Iowa: The University of Iowa, 1973, UMI Dissertation Information Service.
- Cemalcılar Z., Falbo T. & Stapleton, L. M. (2005). Cyber Communication: A New Opportunity For International Students' Adaptation?. *International Journal of Intercultural Relations* 29 (2005): 91-110.
- Gülнар, B. ve Balcı, Ş. (2010). *Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum*. İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Hwang, B. & He, Z. (1999). Media and Acculturation Among Chinese Immigrants In The Usa: A Uses And Gratifications Approach. *International Communication Gazete* 61 (Kış 1999):5-22.
- Im, A. (1998). Ethnic Media and Their Effects on Acculturation of Immigrants to the United States: A Study of Korean immigrants in Los Angeles. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Fullerton: California State University, 1998, UMI Dissertation Information Service.
- Jeffres, L. W. & Hur, K. K.(1980) The Forgotten Media Consumer – The American Ethnic. *Journalism Quarterly* 57: 10-17
- Jeffres, L. W. (2000). Ethnicity and Ethnic Media Use. A Panel Study. *Communication Research* 27,: 496-535
- Kim, O.. (1999). Predictors of Loneliness in Elderly Korean Immigrant Women Living in The United States of America. *Journal of Advanced Nursing* 29 , 1082-1088.
- Kim, Y. Y.(1991) Communication and Adaptation: The Case of Asian Pacific Refugees in The United States. *Journal of Asian Pacific Communication* 1 , 191-207
- Lan, Q. (2007) Immigrant Perceptions of Advertising Amid Acculturation Levels, Stress And Motivation. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Massachusetts: University of Massachusetts Amherst, 2007, UMI Dissertation Information Service.
- Moon, S. (2003). Media Consumption Patterns of Korean Immigrants In The U.S.: A Study of Korean Immigrants' Media Uses and Gratifications in Chicago's Koreatown". Yayınlanmamış doktora tezi. Madison: Universtiy of Wisconsin, 2003, UMI Dissertation Information Service.
- Nahavandi, A. & Malekzadeh A. R. (1988). Acculturation in Mergers and Acquisitions. *Academy of Management Review* 13, 79-90.
- Redfield R., Linton R. & Herskovits, M. J. (1936) Memorandum for The Study of Acculturation. *American Anthropologist* 38 , 149-152.
- Reece, D. & Palmgreen, P. (2000). Coming to America: Need for Acculturation and Media Use Motives Among Indian Sojournes in The US. *International Journal of Intercultural Relations* 24 , 807-824
- Russell, D.I W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Validity, and Factor Structure. *Journal of Personality Assessment* 66 , 20-40
- Van de V., Fons J.R. & Phalet, K. (2004) Assessment in Multicultural Groups: The Role of Acculturation". *Applied Psychology* 53 , 215-236.
- Wang, Y. (2006). Internet Use among Students and Its Implication for Cross-Cultural Adaptation". Yayınlanmamış doktora tezi. Ohio: Kent State University, 2006, UMI Dissertation Information Service.
- Ye, J. (2006) Traditional and Online Support Networks in The Cross-Cultural Adaptation of Chinese International Students in The United States". *Journal of Computer-Meditated Communication* 11, 863-876.

- Ye, J (2005) Acculturative Stres And Use of The Internet Among East Asian International Students in The United States. *CyberPsychology & Behavior* 8, 154-161.
- Zhang, S.(2007) The Effects of Psychological Factors on Media Usage: An Examination of Immigrants' Media Use Patterns, Motives and Acculturation in The United States. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Louisiana: Louisiana State University, 2007, UMI Dissertation Information Service.
- Zmud, J. P. (1992). Ethnic Identity, Language, and Mass Communication: An Empirical Investigation of Assimilation Among United States Hispanics. Yayınlanmamış doktora tezi. Los Angeles: University of Southern California, 1992, UMI Dissertation Information Service.