



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Hasan Cem ÇELİK

ŞİDDET, GENEL YAŞAM, KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE YAŞ BAKIMINDAN TELEVİZYONUN
YETİŞTİRME ROLÜ

İletişim Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2019



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Hasan Cem ÇELİK

ŞİDDET, GENEL YAŞAM, KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE YAŞ BAKIMINDAN TELEVİZYONUN
YETİŞTİRME ROLÜ

Danışman

Prof. Dr. Seçil DEREN VAN HET HOF

İletişim Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2019

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Hasan Cem ÇELİK'in bu çalışması, jürimiz tarafından İletişim Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Abdulkah KÖKÇAK İ. HONUR
Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Serpil DAREN v. h. HONUR
Üye : Prof. Dr. Ömer SİĞİR ÜL
Üye : Doç. Dr. Ahsan ÇİFTÇİ ÇELİK
Üye : Dr. Özgür Üyüncü Murat Sarı MENCETİ

Tez Başlığı: "Siddet, genel yaşam, kişilik özellikleri ve yaş bakımından televizyonun yetiştirme rolü"

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi : 19.07/2019

Mezuniyet Tarihi :/...../2019

Prof. Dr. İhsan BULUT

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Doktora tezi olarak sunduğum “Şiddet, Genel Yaşam, Kişilik Özellikleri ve Yaş Bakımından Televizyonun Yetiştirme Rolü” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımcı yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Hasan Cem ÇELİK



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Hasan Cem ÇELİK
Öğrenci Numarası	20155243005
Enstitü Ana Bilim Dalı	İletişim
Programı	Doktora
Programın Türü	() Tezli Yüksek Lisans (X) Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Prof.Dr.Seçil Deren Van Het Hof
Tez Başlığı	Şiddet, Genel Yaşam, Kişilik Özellikleri ve Yaş Bakımından Televizyonun Yetiştirme Rolü
Turnitin Ödev Numarası	1170079346

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 219 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 10.09.2019 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 9.....

alıntılar dahil % 10.... 'tür.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdeler sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

10.09.2019

(İmza)

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	v
ÖZET	xiii
SUMMARY	xiv
TEŞEKKÜR	xv
GİRİŞ	2

BİRİNCİ BÖLÜM YETİŞTİRME KURAMI

1.1. George Gerbner'in İletişime Bakışı.....	8
1.2. Kültürel Göstergeler Projesi.....	11
1.2.1. Kurumsal Süreç Çözümlemesi.....	12
1.2.2. Mesaj Sistem Çözümlemesi.....	14
1.2.3. Yetiştirme Çözümlemesi.....	15
1.2.4. Televizyon ve Şiddet.....	17
1.3. Kafamızdaki Gerçekliğin İki Kaynağı: Kişisel Deneyim ve Televizyon.....	18
1.4. Yetiştirme Kuramına Getirilen Eleştiriler.....	22
1.5. Dünyada ve Türkiye'de Yetiştirme Araştırmaları.....	24
1.5.1. Dünyada Yetiştirme Araştırmaları.....	25
1.5.2. Türkiye'de Yetiştirme Araştırmaları.....	26

İKİNCİ BÖLÜM MEDYA VE YAŞLILIK

2.1. Dünyada ve Türkiye'de Yaşlanma.....	32
2.2. Yaşlılık ve Yaşlanma.....	33
2.3. Yaşçılık.....	36

2.4. Yaşçılığın Kökenleri.....	37
2.4.1. Evrimsel Kuramlar.....	37
2.4.2. Sosyokültürel Kuramlar.....	38
2.4.3. Bireylerarası Kuramlar.....	39
2.4.4. Bireysel Düzeydeki Kuramlar.....	39
2.5. Medya ve Stereotipler.....	41
2.5.1. Olumsuz Stereotipler.....	44
2.5.2. Olumlu Stereotipler.....	46
2.6. Medya ve Yaşlılar.....	47

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ŞİDDET, GENEL YAŞAM, KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE YAŞ AYRIMCILIĞININ YETİŞTİRİLMESİ ARAŞTIRMASI

3.1. Yöntem.....	52
3.2. Mesaj Sistem Çözümlemesi.....	54
3.2.1. Veri Toplama Süreci.....	55
3.2.2. Program Kodlama Çizelgesi.....	56
3.2.3. Karakterlerin Belirlenmesi ve Karakter Kodlama Çizelgeleri.....	57
3.2.4. Kodlama Prosedürü.....	58
3.3. Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi.....	58
3.3.1. Yetiştirme Çözümlemesi Hipotezleri.....	60
3.3.2. Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi Hipotezleri.....	65
3.4. Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları.....	71
3.4.1. Programların Genel İçeriği.....	72
3.4.1.1. Programların Tonu.....	72
3.4.1.2. Şehir.....	72
3.4.1.3. Habitat.....	73

3.4.1.4. Tarih	73
3.4.1.5. Temalar	74
3.4.1.6. Fiziki Handikap	74
3.4.1.7. Fiziki ve Zihinsel Hastalıklar	75
3.4.1.8. Uyuşturucu ve Alkol	75
3.4.1.9. Cinselliğin Tasviri	75
3.5. Prime-Time Dizilerinin Karakterleri	76
3.6. Dizilerdeki Ana Karakterler	81
3.6.1. Ana Karakterlerin Betimleyici Özellikleri	82
3.6.2. Ana Karakterlerin Sağlık Durumları	84
3.6.3. Ana Karakterlerin Medeni/ Ev/Aile/Duygusal Durumları	84
3.6.4. Ana Karakterlerin Diğer Özellikleri	85
3.7. Dizilerdeki Yan Karakterler	87
3.7.1. Yan Karakterlerin Betimleyici Özellikleri	89
3.7.2. Yan Karakterlerin Sağlık Durumları	90
3.7.3. Yan Karakterlerin Medeni Durumları	90
3.8. Dizilerdeki Yaşlı Karakterler	91
3.8.1. Yaşlı Karakterlerin Demografik Özellikleri	91
3.8.2. Yaşlı Karakterlerin Medeni Durumları	93
3.8.3. Yaşlı Karakterlerin Aileleri ile Olan İlişkileri	94
3.8.4. Yaşlı Karakterlerin Sağlık Durumları	94
3.8.5. Yaşlı Karakterlerin Betimleyici Özellikleri	95
3.8.6. Yaşlı Karakterlerin Katıldıkları Aktiviteler	96
3.8.7. Yaşlı Karakterlerin Kişilik Özellikleri	96
3.8.8. Yaşlı Karakterlerin Olumlu Özellikleri	97
3.8.9. Yaşlı Karakterlerin Olumsuz Özellikleri	97
3.8.10. Yaşlı Karakterlerin Doğrudan Maruz Kaldıkları Yaş Ayrımcılıkları	98
3.9. Televizyon Dünyasında Şiddet	100

3.10. Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlenmeleri.....	107
3.10.1. Frekans Bilgileri	107
3.10.2. Yetiştirme Çözümlenmeleri	110
3.10.3. Cinsiyete Göre Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlenmeleri	124
3.10.4. Eğitime Göre Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlenmeleri.....	142
3.10.5. Sosyo-Ekonomik Statüye Göre Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlenmeleri...	160
3.10.6. Yaşa Göre Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlenmeleri	179
SONUÇ	208
KAYNAKÇA.....	218
EKLER	
EK 1- Anket Soruları	230
EK 2- Program Kodlama Çizelgesi.....	233
EK 3- Ana Karakter	236
EK 4- Yan Karakter	240
EK 5- Yaşlı Karakter	242
EK 6- Şiddet Hareketi.....	248
ÖZGEÇMİŞ	249

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 3.1 Dizilerde Karakterlerin Dağılımı	76
Tablo 3.2 TÜİK 2018 Nüfus Verileri	77
Tablo 3.3 Dizilerde Cinsiyet Dağılımı	77
Tablo 3.4 Dizilerdeki Cinsiyet ve Toplumsal Yaş Dağılımı	77
Tablo 3.5 TÜİK 2018 Cinsiyet ve Toplumsal Yaş Dağılımı.....	78
Tablo 3.6 Dizilerdeki Karakterlerin Etnik Kökenleri.....	79
Tablo 3.7 Dizilerdeki Karakterlerin Sosyo-Ekonomik Statüsü.....	79
Tablo 3.8 Ana Karakterlerin Cinsiyeti	81
Tablo 3.9 Ana Karakterlerin Toplumsal Yaşları	81
Tablo 3.10 Ana Karakterlerin Bölgeleri.....	82
Tablo 3.11 Ana Karakterlerin Sosyo-Ekonomik Statüleri.....	82
Tablo 3.12 Ana Karakterlerin Diğer Özellikleri.....	85
Tablo 3.13 Yan Karakterlerin Cinsiyetleri	87
Tablo 3.14 Yan Karakterlerin Toplumsal Yaşları	87
Tablo 3.15 Yan Karakterlerin Etnik Kökenleri	88
Tablo 3.16 Yan Karakterlerin Sosyo-Ekonomik Statüleri.....	88
Tablo 3.17 Yaşlı Karakterlerin Meslekleri	92
Tablo 3.18 Yaşlı Karakterlerin Sosyo-Ekonomik Statüleri.....	93
Tablo 3.19 Yaşlı Karakterlerin Kişilik Özellikleri	96
Tablo 3.20 Televizyon Kanallarında Şiddete Ayrılan Sahneler ve Süreler.....	101
Tablo 3.21 Olayın Gerçekleştiği Şehir	102
Tablo 3.22 Olay Mahalli ve Saati.....	103
Tablo 3.23 Şiddetin Tonu.....	103

Tablo 3.24 Şiddet Sonucu.....	104
Tablo 3.25 Şiddet Uygulayanın Cinsiyeti	104
Tablo 3.26 Şiddete Uğrayanın Cinsiyeti.....	104
Tablo 3.27 Şiddetin Tarafları	105
Tablo 3.28 Şiddete Karışanların Birbirlerini Tanıma Durumları	105
Tablo 3.29 Şiddete Karışanların Sosyo-Ekonomik Statüleri.....	106
Tablo 3.30 Katılımcıların Demografik Özellikleri	107
Tablo 3.31 Katılımcıların Televizyon İzleme Alışkanlıkları.....	108
Tablo 3.32 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız.....	110
Tablo 3.33 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez	110
Tablo 3.34 Birçok İnsan Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır.....	111
Tablo 3.35 İnsanlar Çoğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine, Kendilerini Düşünürler	111
Tablo 3.36 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir.....	111
Tablo 3.37 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordur	112
Tablo 3.38 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir	112
Tablo 3.39 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır	113
Tablo 3.40 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır.....	113
Tablo 3.41 Artık Gündüzleri De Tehlikeli Olmaya Başlamıştır	114
Tablo 3.42 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir.....	114
Tablo 3.43 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir	115
Tablo 3.44 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur	115
Tablo 3.45 Yetişkin Nüfusu Artmaktadır	115
Tablo 3.46 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır	116
Tablo 3.47 Aile Önemini Hala Korumaktadır	116

Tablo 3.48 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir.....	117
Tablo 3.49 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir	117
Tablo 3.50 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir.....	117
Tablo 3.51 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yöneltilmektedir	118
Tablo 3.52 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır	118
Tablo 3.53 Kahramanlar Mutlu İnsanlardır	119
Tablo 3.54 Ciddi Olmak Sempatik Olmak İçin Engel Değildir	119
Tablo 3.55 Güçlü Olmak İçin Soğuk Olmak Gerekir.....	120
Tablo 3.56 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır	120
Tablo 3.57 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır	120
Tablo 3.58 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir	121
Tablo 3.59 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz	121
Tablo 3.60 Yaşlılar Sert Mizaçlıdır	122
Tablo 3.61 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir.....	122
Tablo 3.62 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir	123
Tablo 3.63 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır	123
Tablo 3.64 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız.....	124
Tablo 3.65 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez	125
Tablo 3.66 Birçok İnsan Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır.....	125
Tablo 3.67 İnsanlar Çoğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine, Kendilerini Düşünürler	126
Tablo 3.68 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir.....	127
Tablo 3.69 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordur	127
Tablo 3.70 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir	128
Tablo 3.71 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır	128

Tablo 3.72 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır.....	129
Tablo 3.73 Artık Gündüzleri de Tehlikeli Olmaya Başlamıştır	130
Tablo 3.74 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir.....	130
Tablo 3.75 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir	131
Tablo 3.76 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur	132
Tablo 3.77 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır	132
Tablo 3.78 Aile Önemini Hala Korumaktadır	133
Tablo 3.79 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir.....	133
Tablo 3.80 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir	134
Tablo 3.81 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir.....	135
Tablo 3.82 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yöneltilmektedir	135
Tablo 3.83 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır	136
Tablo 3.84 Ciddi Olmak Sempatik Olmak İçin Engel Değildir	136
Tablo 3.85 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır	137
Tablo 3.86 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır	138
Tablo 3.87 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir	138
Tablo 3.88 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz	139
Tablo 3.89 Yaşlılar Sert Mizaçlıdır	139
Tablo 3.90 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir.....	140
Tablo 3.91 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir.....	141
Tablo 3.92 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır	141
Tablo 3.93 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız.....	142
Tablo 3.94 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez	143
Tablo 3.95 Birçok İnsan Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır.....	143

Tablo 3.96 İnsanlar Çoğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine, Kendilerini Düşünürler	144
Tablo 3.97 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir	145
Tablo 3.98 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordur	145
Tablo 3.99 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir	146
Tablo 3.100 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır	147
Tablo 3.101 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır.....	147
Tablo 3.102 Artık Gündüzleri De Tehlikeli Olmaya Başlamıştır	148
Tablo 3.103 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir.....	149
Tablo 3.104 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir	149
Tablo 3.105 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur	150
Tablo 3.106 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır.....	151
Tablo 3.107 Aile Önemini Hala Korumaktadır	151
Tablo 3.108 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir.....	152
Tablo 3.109 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir	152
Tablo 3.110 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir.....	153
Tablo 3.111 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yönelmektedir	154
Tablo 3.112 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır.....	154
Tablo 3.113 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır	155
Tablo 3.114 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır	156
Tablo 3.115 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir	156
Tablo 3.116 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz	157
Tablo 3.117 Yaşlılar Sert Mizaçlıdır	158
Tablo 3.118 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir.....	158
Tablo 3.119 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir.....	159
Tablo 3.120 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır	160

Tablo 3.121 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız.....	161
Tablo 3.122 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez	161
Tablo 3.123 Birçok İnsan Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır	162
Tablo 3.124 İnsanlar Çoğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine, Kendilerini Düşünürler.....	162
Tablo 3.125 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir.....	163
Tablo 3.126 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordur	164
Tablo 3.127 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir	164
Tablo 3.128 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır	165
Tablo 3.129 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır.....	165
Tablo 3.130 Artık Gündüzleri De Tehlikeli Olmaya Başlamıştır	166
Tablo 3.131 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir.....	167
Tablo 3.132 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir	167
Tablo 3.133 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur	168
Tablo 3.134 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır.....	169
Tablo 3.135 Aile Önemini Hala Korumaktadır	169
Tablo 3.136 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir.....	170
Tablo 3.137 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir	170
Tablo 3.138 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir.....	171
Tablo 3.139 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yönelmektedir	172
Tablo 3.140 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır.....	172
Tablo 3.141 Ciddi Olmak Sempatik Olmak İçin Engel Değildir	173
Tablo 3.142 Güçlü Olmak İçin Soğuk Olmak Gerekir.....	173
Tablo 3.143 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır	174
Tablo 3.144 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır	175

Tablo 3.145 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir	175
Tablo 3.146 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz	176
Tablo 3.147 Yaşlılar Sert Mizaçlıdır	176
Tablo 3.148 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir.....	177
Tablo 3.149 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir.....	178
Tablo 3.150 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır	178
Tablo 3.151 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız.....	179
Tablo 3.152 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez	180
Tablo 3.153 Birçok İnsan Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır	181
Tablo 3.154 İnsanlar Çoğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine, Kendilerini Düşünürler.....	182
Tablo 3.155 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir.....	183
Tablo 3.156 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordu	184
Tablo 3.157 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir	185
Tablo 3.158 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır	186
Tablo 3.159 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır.....	187
Tablo 3.160 Artık Gündüzleri De Tehlikeli Olmaya Başlamıştır	188
Tablo 3.161 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir.....	189
Tablo 3.162 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir	190
Tablo 3.163 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur	191
Tablo 3.164 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır.....	192
Tablo 3.165 Aile Önemini Hala Korumaktadır	193
Tablo 3.166 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir.....	194
Tablo 3.167 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir	195
Tablo 3.168 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir.....	196

Tablo 3.169 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yöneltilmektedir	197
Tablo 3.170 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır.....	198
Tablo 3.171 Ciddi Olmak Sempatik Olmak İçin Engel Değildir	199
Tablo 3.172 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır	200
Tablo 3.173 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır	201
Tablo 3.174 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir	202
Tablo 3.175 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz	203
Tablo 3.176 Yaşlılar Sert Mizaçlıdır	204
Tablo 3.177 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir.....	205
Tablo 3.178 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir.....	206
Tablo 3.179 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır	207

ÖZET

Yaygın olarak paylaşılan gerçeklik ve değer kavramlarını geliştiren, ortak sembolik çevrenin ana akımı olan televizyon, yıllar içerisinde insanlar üzerinde etkisini artırarak, onların toplumdaki rollerini ve imajlarını öğrendikleri birincil kaynakların önüne geçmiştir. Televizyon neyin, kimin, hangi grupların ya da hangi değer yargılarının toplumda daha önemli olduğunu insanların bilincine ekerek ortak bilincin oluşmasında aktif olarak rol alır. Televizyon aynı zamanda, sosyal kontrol aracı olarak, belirli stereotipleştirmeler ile egemen bağımlı ilişkilerini değişmez değişse de yerine daha kötüsünün geleceğinin içselleştirilmesine aracılık ederek ideolojik bir işlev yerine getirir. Böyle eşitsiz bir ortamda, yaş gruplarına göre ayrımcılığa en fazla maruz kalan kesim ise yaşlılardır.

Televizyonun günümüzdeki bu etkisini en kapsamlı şekilde ele alan George Gerbner'in Yetiştirme Kuramına göre, televizyonu çok izleyen kişiler, televizyon dünyasının gerçeklerini içselleştirmektedir. Bu anlamda konusu televizyonun yetiştirme rolü olan bu çalışmada, hafta içi prime-time yayın kuşağında yayınlanan televizyon dizilerindeki şiddet, genel yaşam, kişilik özellikleri ve yaşlılık imajlarının bilimsel bir analizini sunularak, farklı televizyon izleme oranlarının, izleyicilerin sözü edilen fenomenler üzerindeki algılarına katkısının olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'de 7 ulusal kanalda yayınlanan 24 televizyon dizisi öncelikle kapsamlı bir içerik analizi olan Mesaj Sistem Çözümlemesine tabi tutulmuştur. Araştırmanın ikinci aşaması olan Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesinde ise, sözü edilen prime-time dünyasının öncüllerinden hareketle hazırlanan anket soruları aracılığıyla, televizyonu çok izleyen kişilerin televizyon dünyasını içselleştirip içselleştirmedikleri keşfedilmeye çalışılmıştır. Çıkan sonuçlar Türkiye'de televizyonun yetiştirme etkisinin son derece güçlü olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Yetiştirme Kuramı, Televizyon, Televizyon Dizileri, Şiddet, Yaş Ayrımcılığı.

SUMMARY
**CULTIVATION ROLE OF TELEVISION IN TERMS OF VIOLENCE, GENERAL
LIFE, PERSONALITY TRAITS AND AGE**

Television, which is the mainstream of the common symbolic environment, which develops the concepts of shared reality and value, has increased its influence on people over the years and prevented the primary sources from which they learned their roles and images in society. Television plays an active role in the formation of common consciousness by cultivating what people, who, which groups or which value judgments are more important in society. Television also fulfills an ideological function as a means of social control, mediating the internalization of the future of the worse, even though certain stereotyping and sovereign dependent relationships do not change. In such an unequal environment, the elderly are the most exposed to discrimination according to age groups.

According to George Gerbner's Cultivation Theory, which handles the current impact of television in the most comprehensive way, those who watch television a lot internalize the realities of the television world. In this sense, in this study, which has the role of raising the subject of television, a scientific analysis of violence, general life, personality traits and old age images in the television series broadcasted on the weekday prime-time broadcast is presented and it is revealed whether different television watching rates contribute to the perceptions of the audience on the mentioned phenomena tried to be put. For this purpose, 24 television series published in seven national channels in Turkey has been subjected to a comprehensive analysis of the Message System Analysis. In the second phase of the research, Cultivation Analysis, it was tried to discover whether the people who watched television internalize the television world internally or not by means of the questionnaire questions prepared from the pioneers of the mentioned prime-time world. The results of the growing influence of television in Turkey has revealed that it is extremely powerful.

Keywords: Cultivation Theory, Television, Television Series, Violence, Age Discrimination.

TEŞEKKÜR

Babama...

Yıllar önce idari personel olarak çalışmaya başladığım Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesinden doktor unvanı almanın mutluluğunu yaşamamda katkısı olan birbirinden kıymetli isimlere teşekkür borçluyum. Öncelikle en karamsar zamanımda beni danışmanlığına kabul eden, engin bilgi ve tecrübesiyle beni yönlendiren ve bana sabreden saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. Seçil DEREN VAN HET HOF'a, mesafeleri engel kabul etmeyip sabırla tez izleme komitelerime gelerek, değerli bilgi ve tecrübesiyle desteğini bir an olsun esirgemeyen kıymetli hocam Prof. Dr. Ömer ÖZER'e; tez izleme komitesinde yer alarak ufuk açıcı fikirleriyle teze doğrudan katkıda bulunan değerli hocam Dr. Öğretim Üyesi Mustafa Sami MENCET'e ve tez savunma jüri başkanı kıymetli hocam Prof. Dr. Abdullah KOÇAK'a sonsuz teşekkür ederim. Ayrıca bu süreçte bana desteğini hiçbir zaman esirgemeyen amirlerim, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ahmet AYHAN'a, Dekan Yardımcısı Doç. Dr. Aysad GÜDEKLİ'ye ve Vasfi ASLAN özelinde bütün Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü çalışanlarına özellikle teşekkür ederim. Son olarak, beni akademik kariyer yapmam konusunda teşvik eden, hakkımı ödeyemeyeceğim anneme, abime ve başından beri bu stresli süreçte desteğini bir an olsun esirgemeyen ve sonsuz sabırla bana katlanan Pelin ODUNCU'ya çok teşekkür ederim.

GİRİŞ

1950'lerden günümüze, televizyonun bireylerin toplumsallaşma süreçlerine etkisi çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Bu araştırmalardan öne çıkan iki yaklaşım, Albert Bandura'nın geliştirdiği "Toplumsal Bilişsel Kuram" ve George Gerbner'in Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında ortaya koyduğu "Yetiştirme Kuramı"dır. Toplumsal Bilişsel Kuram, sembolik iletişimin insanların düşüncelerini, duygularını ve eylemlerini etkileyen belirleyicileri ve psikososyal mekanizmaları inceleyerek kavramsal bir çerçeve sunar. Bu kavramsal çerçevede insanlar, toplumsal sistemlerin ürünleri oldukları gibi aynı zamanda üreticisidirler. İletişim sistemleri, doğrudan ve toplumsal aracılı olmak üzere iki yoldan işler. Doğrudan iletişim, katılımcıları bilgilendirerek, etkinleştirerek, güdüleyerek ve yönlendirerek değişime ön ayak olur. Toplumsal aracılı iletişimde ise medya etkileri, katılımcıları arzu edilen değişiklik için, doğal özendiriciler ve süreğen kişisel yönlendirmeler sağlayan toplumsal ağlara ve cemiyet ortamlarına bağlar (Bandura, 2001: 265).

Bandura'nın yaklaşımını öne çıkartan en önemli etken, O'nun insan davranışına ilişkin daha önceki dışsal etkiler ya da içsel eğilimlerle belirlenen tek yönlü nedenselliğin yerine; kişisel, davranışsal ve çevresel belirleyicilerden oluşan karşılıklı nedenselliği koymasındadır (Bandura, 1986). Bireye ve topluma atıfta bulunan bu yaklaşım, tüm bilişsel ve davranışsal örüntüleri, birbirini etkileyen belirleyiciler olarak görür. Toplumsal Bilişsel Kuram bilişsel, temsili, öz düzenlemeci ve öz yargılayıcı süreçlere özel bir önem atfeder. Bununla birlikte kuramın özünü oluşturan sembolleştirme yetisi, insanların çevresini yorumlamasında ve yaşamlarının her alanına dokunan çevresel etkileri düzenlemekte güçlü bir araç sağlar. İnsanlar semboller sayesinde, gelip geçici deneyimleri yargı ve eylemlerine kılavuzluk edecek bilişsel modellere dönüştürürler. Semboller sayesinde insanlar deneyimlerine anlam, biçim ve süreklilik kazandırır (Bandura, 2001: 267).

Sembolik modellemenin asıl önemi, onun olağanüstü erişimi ve psikolojik etkisindedir. Yapararak öğrenmekten farklı olarak gözlemleyerek öğrenmek, yeni düşünme ve davranma biçimlerini aynı anda farklı yerlerdeki sayısız insana aktarabilir. Gündelik yaşantılarında, fiziksel ve toplumsal çevrenin yalnızca küçük bir kesimiyle teması olan bireylerin toplumsal gerçeklik algıları, doğrudan deneyimsel uyarıcılar olmadan duydukları, gördükleri ve okuduklarına dayalı temsili deneyimlerden büyük ölçüde etkilenir. Ball-Rokeach ve De Fleur'ün (1976) de ortaya koyduğu gibi, insanların gerçeklik imajları medyanın sembolik çevresine bağımlı hale geldikçe bu sembolik çevrenin etkisi de artar (Bandura, 2001: 271).

Medya etkisini kişisel düzeyde değerlendiren Bandura'nın aksine, Gerbner bir iletişimci olarak bu etkileri toplumsal düzeyde ele almıştır; zira Gebner'in kuramı, döneminin toplumsal olaylarıyla yakından ilişkilidir. 1960'larda Amerikan toplumunda artan şiddet olayları, Başkan John F. Kennedy, Senatör Robert Kennedy ve Rahip Martin Luther King'in suikast sonucu öldürülmeleriyle en üst düzeye ulaşmış ve yaşanan tüm bu olaylar sonucu, 1968 senesinde Amerikan hükümeti tarafından Şiddetin Nedenleri ve Önlenmesi Komisyonu (*National Commission on the Causes and Prevention of Violence*) kurulmuştur. Komisyonun Kitle Medyası Çalışma Grubu, Gerbner'den televizyondaki şiddet üzerine güvenilir bir analiz yapmasını istemiştir. Bu istek, Gerbner'in "Kültürel Göstergeler Projesi" adını verdiği medya araştırma projesinin başlangıcını oluşturmuştur (Gerbner, 1992). Televizyon ve Sosyal Davranış Bilimsel Danışma Komitesi, Ulusal Ruh Sağlığı Enstitüsü, Telekomünikasyon Politikası Beyaz Saray Ofisi, Amerikan Tabipler Birliği, Yaşlanma İdaresi gibi pek çok sponsorluk altında yürütülen proje kapsamında Gerbner ve ekibi, televizyon izlemenin insanların gerçeklik algılarına olan katkısını test edebilmek için, 1967'den itibaren televizyon programlarının sistematik bir kaydını tutmuştur. Her ne kadar proje ilk başlarda şiddet temelinde yapılandırılmış olsa da zaman içerisinde birçok araştırmacı cinsiyet rolleri, yaşlanma, politik yönelimler, çevresel tutumlar, bilim, sağlık, din, azınlıklar ve meslekler gibi hayatın birçok yönünü içeren çalışmalar gerçekleştirmiştir.

Kültürel Göstergeler Projesi birbiriyle organik olarak ilişkili üç araştırma aşamasından oluşmaktadır. Bunlardan Kurumsal Süreç Çözümlemesinde, medyanın diğer kurumlar ile olan ilişkileri ve mesaj sistemlerinin yaratılmasının arkasında yatan dinamikler araştırılır. Araştırmanın ikinci aşaması olan Mesaj Sistem Çözümlemesinde, televizyon dünyasından izleyiciye sunulan mesajlar kapsamlı bir çözümlenmeye tabi tutulur. Araştırmanın son aşaması olan Yetiştirme Çözümlemesinde ise Mesaj Sistem Çözümlemesi verilerinden hareketle hazırlanan sosyal gerçeklik ile ilgili anket sorularına verilen cevaplar aracılığıyla "televizyonla yaşamının" sonuçlarına odaklanılır. Sözü edilen bu üç aşama, zaman içerisinde televizyon izlemenin, insanların gerçeklik algısıyla olan ilişkisine göndermede bulunan "Yetiştirme Kuramına"na temel oluşturmuştur.

Kültürel Göstergeler Projesi içerisinde olgunlaşan ve temel önermesi, televizyonu çok izleyen kişilerin televizyon dünyasının gerçekliğini içselleştirmesi olan Yetiştirme Kuramına göre televizyon, zaman içerisinde insanların "şeyler" hakkında kafalarında imajlar oluşturmalarına aracılık ederek, birincil kaynakların önüne geçmiş ve insanların gerçeklik kavramsallaştırmalarına doğrudan etki etmiştir. Öyle ki televizyonun, gerçekliğin çarpıtılmış bir resmini sunduğunu iddia eden Gerbner ve arkadaşları, şiddet temelinde yapmış oldukları

araştırmalarda, televizyonu çok izleyen kişilerin az izleyenlere kıyasla daha fazla güvensizlik, tehlike ve şüphe duygusu içerisinde yaşadıklarını, bu durumun da “acımasız dünya sendromu” (mean world syndrome) adı verilen bir çeşit rahatsızlığa yol açtığını bulgulamıştır.

Televizyonun bu ve buna benzer etkileri pek çok ülkede, televizyonun gerçeklik algısına etkisinin başıboş bırakılmayacağı ön kabulüyle, denetim mekanizmalarının devreye sokulmasına yol açmıştır. Avrupa’da 1980’li yıllarla birlikte oluşturulan bu denetim mekanizmalarının bir benzeri Türkiye’de 1994 senesinde 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun ile kurulmuştur. Yayıncılık alanını düzenleyici ve denetleyici bir otorite olarak kurulan Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), televizyon yayıncılığının devlet tekelinden çıkması sonucu ardı arkasına açılan özel televizyonların kontrolsüzce yayınladıkları pornografi ve şiddet gibi olguların denetiminde ilk günden bugüne aktif olarak rol almıştır. Televizyon izleyicilerinden ve devletin diğer kurumlarından gelen şikâyetleri değerlendiren bu kurum, bir yandan yayın kurallarına aykırı bulunduğu programlara yaptırımlar uygularken, diğer yandan televizyonun gerçeklik algısı oluşturmadaki gücü konusunda farkındalık yaratmak adına, iletişim ve psikoloji alanındaki akademisyenler ile çeşitli çalışmalar yürütmektedir. Söz gelimi 2005 senesinde RTÜK’ün talebiyle hazırlanan “Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri” isimli raporda, televizyonda sunulan içeriğin, televizyon izleyicisinin gerçeklik kavramsallaştırmasına olan doğrudan etkilerinden bahsedilmiştir.

Konu televizyon izleyicisi ve devlet kurumlarının şikâyetleri olunca, 2018 senesi Ocak ve Eylül ayları arasında RTÜK’ün İletişim Merkezine en çok şikâyette bulunulan program türü televizyon dizileri olmuştur. Söz gelimi Star Tv’de yayınlanan “Avlu” dizisi için Ceza ve Tevkif Evleri Genel Müdürlüğü, RTÜK’e 13 Mart 2018 tarihinde “Avlu İsimli Dizi Hakkında” başlıklı bir yazı göndermiş ve televizyon izleyicilerinin gerçeklik algılarına göndermede bulunan şu ifadeleri kullanmıştır:

“...ticari, siyasi, reyting ve farklı çıkarlar için yarar sağlamak uğruna yapılan çalışmaların görmezden gelinmesi, toplum yararına çalışan bir meslek grubunun rencide edilmesi, yalan yanlış bilgilerle kamu hizmeti sağlayan ceza infaz kurumlarında işkence ve kötü muamele algısı oluşturulması kabul edilemez. Her ne kadar bu tür görüntülerin tamamen hayal ürünü olduğu ifade edilse de toplumun bilincinde ceza infaz kurumlarında işkence uygulanıyor algısı oluşmaktadır... 6112 sayılı Kanun’un “Yayın Hizmeti İlkeleri” başlıklı 8. maddesi gereği dizi yayımlanmadan gerekli tedbirlerin alınması hususunda bilgi ve gereğini arz ederim”.

Benzer şekilde RTÜK (2018: 63) de televizyon dizilerine yapılan bu ve benzeri şikâyetleri

“Özellikle şiddetin her türünün sıkça gösterildiği dizilerde, şiddet izleyiciler tarafından bir süre sonra kanıksanmakta ve hatta meşrulaştırılmaktadır. Bu durum, çocuk ve gençlerin gelişiminde olumsuz bir etki yaratmakla kalmayıp şiddete eğilimi olan birçok insana yol göstermekte ve yaptıkları ya da yapacakları eyleme meşru bir zemin hazırlamaktadır”

ifadesi ile meşrulaştırmıştır. Televizyondan yayılan imajların, televizyon izleyicisinin gerçeklik algısına olan etkisi, sadece şiddet temelinde değildir ve hayatın diğer yönlerini de kapsamaktadır. Bununla birlikte devletin her iki resmi kurumunun da bu ifadeleri, farkında olarak ya da farkında olmaksızın, Gerbner’in Yetiştirme Kuramının günümüzde geçerliliğini koruduğuna gönderme yapmaktadır. Yukarıda sözü edilen hapisane temalı bu televizyon dizisinde anlatılan hikâyenin, televizyon izleyicisinin hapisane çalışanları ve koşulları hakkındaki algılarını şekillendirmesi ne kadar ihtimal dâhilindeyse, aynı televizyon dizisinde yer alan cinsiyet rollerinin ya da yaşlılık imajlarının, televizyon izleyicisinin bu fenomenler hakkındaki algılarını şekillendirmesi de bir o kadar ihtimal dâhilindedir.

Yukarıda ifade edildiği gibi, televizyonun insanların gerçeklik algıları üzerindeki etkisi sadece şiddet özelinde sınırlı değildir. Kaldı ki televizyonda anlatılan hikayelerin tek teması da şiddet değildir. Televizyonu günümüzün en önemli hikâye anlatıcısı olarak tanımlayan Gerbner’e göre, televizyonun hikâyeleri bize yaşamı, insanları, mekânları, gücü, kaderi, işlerin nasıl yürüdüğünü ve sorunların nasıl çözüldüğünü anlatmaktadır. Karakterizasyonlar ise iyiyi ve kötüyü, mutluyu ve mutsuzu, başarılıyı ve başarısız, toplumda kimin önemli ya da önemsiz olduğunu temsil etmektedir. Egemen kültürü yayan televizyon, ayrıca toplumsal kontrol aracı olarak belirli stereotipleştirmeler ile egemen bağımlı ilişkilerini değişmez, değişse de yerine daha kötüsünün geleceğinin içselleştirilmesine aracılık ederek ideolojik bir işlevi yerine getirmektedir.

Bu bağlamda Gerbner ve ekibi, otuz yıl boyunca kaydetmiş oldukları prime time içeriğini mesaj sistem çözümlemesine tabi tutmuştur. Sonuç olarak “orta sınıf” ve “beyaz” olanın hâkimiyetindeki televizyon dünyasında, kadınların erkeklere kıyasla 1/3’ü kadar, yaşlıların da gerçek hayattaki oranlarının aksine 1/5’i kadar temsil edildikleri; bununla birlikte, azınlıkların yok denecek kadar az olduğu bu dünyada belirli grupların (siyahlar, kadınlar, yaşlılar, azınlıklar vb.) diğer gruplara kıyasla daha çok kurban olarak resmedildikleri bulgulanmıştır. Bu mesaj sistem içeriklerinden hareketle hazırlanan sorular sonucunda, televizyonu çok izleyen kişilerin, yaşlı insanları “kaybolmakta olan bir ırk” olarak tanımlamaları ise televizyonun insanlar üzerindeki etkisini göstermesinin yanında, Yetiştirme Kuramının metodolojik olarak ne kadar tutarlı bir yaklaşım sunduğunu kanıtlar niteliktedir.

Bu bağlamda, bu çalışma her ne kadar genel bir Yetiştirme Çözümlemesi sunsa da yaşlıların televizyon dizilerindeki sunumuna ayrı bir önem vermektedir. Modernleşme

sonrasında yaşanan ekonomik ve teknolojik gelişmeler sayesinde, tüm dünyada ortalama insan ömrü uzamış, bu da zaman içerisinde yaşlı insanların toplumdaki sayısını hızla artırmıştır. Türkiye de sözü edilen gelişmelerden payını almış bir ülke olarak, bugün yaşlılık konusunda iki önemli olgu ile karşı karşıyadır: Öncelikle hep genç kalacağı düşünülse de Türkiye hali hazırda yaşlı bir ülkedir, bununla birlikte ülkenin nüfusu hızla yaşlanmaya devam etmektedir. Türkiye İstatistik Kurumunun verilerine göre, yaşlı sayısı 2014 senesinden 2019'a gelindiğinde, aradan geçen 5 senede 16 kat artış göstermiştir. Günümüzün "yaşlı" ülkesi Türkiye, 2023 gibi yakın bir gelecekte dünyanın "çok yaşlı" ülkeleri arasında yer alacaktır. 2050 senesine gelindiğinde ise nüfusun 1/5'ini yaşlı bireyler oluşturacaktır.

Türkiye giderek yaşlanan bir ülke olmasına rağmen, sosyal bilimler alanında bu konu olması gerektiği ölçüde ele alınmamıştır. Öyle ki son on beş yılda Türkiye'de sosyal bilimler alanında yapılan yaşlılık çalışmalarının, yılda ortalama 7 ile 8 arasında değişmesi, durumun vahametini gözler önüne serer niteliktedir. Yapılan literatür taramasında, Türkiye ve dünyadaki, yaşlıların medyada sunumu üzerine yapılan çalışmaların tamamına yakınının reklamcılık ile sınırlı olduğu, en çok izlenme saatleri olan prime-time kuşağında yayınlanan televizyon dizilerinde, yaşlıların ne oranda ve nasıl temsil edildiğine dair çalışmaların ise yok denecek kadar az olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'de yaşlıların televizyondaki temsili üzerine yapılan son derece kısıtlı sayıdaki çalışma, yaşlıların sayısal olarak ne oranda temsil edildiğinin yanında nasıl resmedildiğine de odaklanmıştır. Muhakkak toplumda yer alan belli grupların televizyonda sayısal olarak ne oranda temsil edildiğinin yanında, nasıl temsil edildiğinin keşfi de önemlidir. Ancak belki de bunlardan önemlisi, bu sayısal ve betimsel temsillerin, televizyon izleyicisinin bu gruplara karşı olan algılarını belirleyip belirlemediğini keşfetmektir. Bu bağlamda bu çalışma, farklı televizyon izleme oranlarının yaşlılığa karşı olan algıları şekillendirip şekillendirmediğini ve sonuç olarak televizyonu çok izleyen kişilerin az izleyen kişilere kıyasla yaş ayrımcı bir dünya görüşüne sahip olup olmadıklarını araştıran ilk çalışma olması açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışmada Gerbner'in Yetiştirme Kuramından ve araştırmalarından yola çıkarak, önce mesaj sistem çözümlemesi gerçekleştirilmiş; çözümlemeden elde edilen bulgular sonucu oluşturulan anket çalışmasıyla da televizyonun yaydığı gerçeklik temsillerinin toplumdaki etkileri anlaşılmasına çalışılmıştır. Yetiştirme Kuramının asıl önemi, televizyonun bütünsel rolünü ortaya koymasından gelmektedir (Özer, 2003: 9). Bu nedenle, bu çalışma sadece televizyon dünyasındaki yaşlılık imajlarına değil, bu dünyada gösterilen hayatın bütün yönlerine odaklanmaktadır. Bu anlamda konusu televizyonun yetiştirme rolü olan bu çalışmanın amacı, hafta içi prime-time yayın kuşağında yayınlanan televizyon dizilerindeki

şiddet, genel yaşam, kişilik özellikleri ve yaşlılık imajlarının bilimsel bir analizini sunularak, farklı televizyon izleme oranlarının, izleyicilerin sözü edilen fenomenler üzerindeki algılarına katkısının olup olmadığını ortaya koymaktır. Bununla birlikte televizyonu çok izlemenin, izleyiciler üzerinde yaş ayrımcı tutuma yol açıp açmadığının keşfi de araştırmadan elde edilecek bir diğer katma değerdir. Çözümlemeye dâhil edilecek formatın, sadece diziler ile sınırlandırılmasının temel gerekçesi ise Türkiye’deki televizyon izleyicisinin, televizyon izleme alışkanlıklarıyla doğrudan ilişkilidir. Zira RTÜK’ün Aralık 2018 tarihinde yayınladığı “Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmaları” raporunda belirtildiği üzere televizyon izleyicisi, program türleri arasında “haberlerden” sonra aylık ortalama 15 gün izleme oranı ile “dizileri” tercih etmektedir.

Bu amaçla, çalışma üç ana bölüm olarak düzenlenmiştir. Gerbner’in iletişime bakışı ile başlayan birinci bölümünde, hikâye anlatıcısı olarak televizyonun toplumsal rolüne, televizyonun şiddet ile olan ilişkisine ve Kültürel Göstergeler Projesinin üç bileşeni olan Kurumsal Süreç, Mesaj Sistem ve Yetiştirme Çözümlemelerine, Yetiştirme Kuramına getirilen eleştiriler sonucu kurama eklenen belli başlı terimlere yer verilerek, dünyada ve Türkiye’de daha önce yapılmış olan yetiştirme çalışmalarından söz edilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünü medya ve yaşlılık oluşturmaktadır. Dünyada ve Türkiye’de yaşlanma olgusuyla başlayan bu bölüm, yaş ayrımcılığının ideolojisine ışık tutabilmek adına, yaşlılık, yaşlanma ve yaşçılık terimlerinin arkeolojisi ile devam etmektedir. Daha sonra yaşçılığın kökenlerine ilişkin temel kuramlara değinilerek medya ile stereotipler arasındaki ilişki keşfedilmeye çalışılmıştır. Bu bölüm, dünyada ve Türkiye’de daha önce yapılmış olan medyada yaşlıların sunumuna ilişkin temel çalışmaların örnekleri ile sonlandırılmıştır. Üçüncü ve son bölüm olan yöntem kısmında ise Mesaj Sistem, Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemelerinin nasıl gerçekleştirildiğine ve bu çözümlemelerin bulgularına yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

YETİŞTİRME KURAMI

Endüstri Devriminin en önemli meyvelerinden biri olan kitle iletişim araçları, doğrudan doğruya teknolojinin, kitlesel üretimin ve kitlesel pazarın içerisinde doğmuştur. Temel amacı halkı şekillendirmek olan bu araçlar, zaman içerisinde endüstrinin kültürel ordusu olarak, kültürel metaların kitlesel bir izleyici topluluğu için hızlı, sürekli, merkezileşmiş ve standartlaşmış bir şekilde yeniden üretimini ve dağıtımını sağlamada sistemin ihtiyaçlarına uygun birer araç haline dönüşmüştür. Bu araçlar yüz yüze iletişimin sınırlarının ötesine geçerek ve mesajları kitlesel olarak üretilip dağıtarak, kolektif düşünce ve eylem için tarihsel bir temel oluşturmuştur (Gerbner, 1966). Endüstrinin yasalarına tabi olan ve kamuoyunun yaratılmasında aktif olarak rol alan kitle iletişim araçları, bu yeteneğini tarih boyunca kendi kurumsal hedeflerine ulaşmak için kullanmıştır. Kamu denetiminden uzak, uluslararası şirketlerin gelişme yasalarına tabi olan yapıları, onların zaman içerisinde kilise, okul ve aile gibi pek çok geleneksel ve köklü kurumun görevini üstlenmesine olanak sağlamıştır. Bu kitle iletişim araçlarından özellikle bir tanesi, sesi ve görselliğinin kendisine sağladığı avantaj ile insanları büyülemiş ve kendisinden önceki diğer tüm araçların sınırlarını aşarak insanların gerçeklik algılarında belirleyici konuma yerleşmiştir. Bu kitle iletişim aracı televizyondur. Televizyonun bu karakteristiği, onu zaman içerisinde üzerinde en çok tartışılan kitle iletişim aracı konumuna getirmiştir.

Bugün her toplumda yaygın olarak kullanılan televizyonun, insanların evinde uzun saatler çalışan bir cihaz olması, kesintisiz bir deneyimi de beraberinde getirmiş, bu kesintisizlik aynı zamanda izleyiciyle gerçeklik arasında bağ kurulmasına aracılık etmiştir. Dizi, film, yemek programı ve yarışma gibi pek çok tür, yayın akışını sağlarken, bu akış insanların yanı başımızda gerçekleşmektedir. Başka bir deyişle, televizyon Monaco (2014: 476)'ya göre "gerçekliğin bir parçası" ve "gündelik hayat için arka plan"dır. Bu arka plan, yer verdiği içeriklerle, günlük yaşamdaki gerçekliği hem taklit ederek, hem de dönüştürerek başka bir gerçeklik yaratmaktadır.

Geçmişin hikâye ve mitlerinde yer alan toplumsal değer ve kodlar, modern dünyanın kitle iletişim aracı olan televizyonda sık sık tekrar edilmektedir. Söz konusu hikâyelerin, bireylerin günlük yaşamının merkezinde yer alan televizyondan aktarılması, zaman içerisinde, toplumsal gerçeklik ile televizyon gerçekliği arasındaki ilişkisinin tartışılmasını kaçınılmaz kılmıştır. Televizyonun gerçeklikle kurduğu bu ilişki ve gerçekliği şekillendirme üzerindeki

etkisi, ortaya çıktığı ilk günden bugüne birçok çalışmanın konusu olmuştur. Yetiştirme Kuramı da sözü edilen çalışmaların hız kazandığı 1960'larda, George Gerbner tarafından teorize edilmiş ve televizyonun gerçeklik ile olan ilişkisini açıklayan bilimsel kanıtları ile iletişim bilimlerinde en çok başvurulan üç kuramdan bir tanesi konumuna yükselmiştir. Temel önermesi, televizyonu çok izleyen kişilerin, televizyon dünyasının gerçeklerini içselleştirmesi olan Yetiştirme Kuramı, Gerbner ve arkadaşlarının yıllar boyunca yürütmüş oldukları Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında olgunlaşmış bir yaklaşım olarak televizyonun doğasını anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu anlamda Kültürel Göstergeler Projesi ve onun meyvesi olan Yetiştirme Kuramını ayrıntılı olarak incelemeden önce, Gerbner'in iletişim olgusuna bakışına göz atmakta yarar vardır.

1.1. George Gerbner'in İletişime Bakışı

Platon (1979), Devlet adlı eserinde çocukların yetiştirilmesi konusunda Sokrates'in Adeimantos ile yaptığı şu konuşmaya yer verir:

“Çocukların önce hikâyeler ile eğitime başlanması gerektiğini bilmiyor musun? Hikâyeler her ne kadar birtakım gerçek şeyler içerse de bütününe bakıldığında aslen uydurmadırlar. Gençlerimizi de jimnastikten önce bu uydurma hikâyeler ile eğitmeye başlamalıyız. Bildiğin gibi, başlangıç bir işin en önemli parçasıdır; özellikle de körpe ve genç insanlar için. Çünkü bir insan genellikle vermek istediğin biçim ve karakterine bu dönemde bürünür. Peki, çocuklarımıza hiç göz kulak olmayalım da önlerine çıkan ilk ozandan dinledikleri biçimiyle ilk masalı benimseyip büyüyünce sahip olmaları gerektiğini düşündüğümüz fikirlerin tam zıttı fikirlerin ruhlarına yerleşmesine göz mü yumalım?”

İşte o günlerden bugüne anlatıla gelen bu hikâyeler, Gerbner'in kuramının temellerini oluşturmaktadır. Gerbner'e göre sadece insan ırkı, anlatılan hikâyelerle örülmüş bir dünyada yaşamaktadır. Homo Sapiens, işbirliği ve iletişim yoluyla, günümüzdeki modern ve tanınabilir insana dönüşmüş, iletişim ise zaman içerisinde sembolik temsilde ve insan koşullarının yeniden yaratılmasında en benzersiz insani unsuru olmuştur (Gerbner, 1960a: 11).

Gerbner, iletişimi mesajlar aracılığıyla oluşan etkileşim ve kültürü oluşturan, sembolik çevreyi yaratan ve onun tarafından güdülen insani bir süreç olarak tanımlar (Morgan, 2014: 17). İletişimin insanlaştırıcı bir süreç olduğu varsayımıyla yola çıkan Gerbner'e göre bu insanlaştırma, Homo Sapiens'in hayatta kalma ve refah gereksinimlerinin değişen anlayışları ışığında, gerçeği değiştirmeyi içerir (Gerbner, 2000: 14, Gerbner, 1960b: 13). Yukarıda sözü edilen etkileşimi en üst seviyeye taşıyan hikâyelere ayrı bir önem veren Gerbner, kuramının temellerini, televizyonu günümüz hikâye anlatıcısı olarak tanımlaması üzerine oturtur. Bu temel aradan yarım asır geçmesine rağmen, O'nun kuramının geçerliğini korumasına yardımcı olmuştur.

Gerbner (2003) müzik, dans, sanat, şiir, şarkı ve hikâyenin insanoğlunun yaşamının temel sihri olduğunu söyleyerek, özellikle hikâye anlatmanın insanı Homo Sapiens yapan unsur olduğunun altını çizer. Morgan (2014: 19)'a göre sadece insan ırkı, anlatılan hikâyeler aracılığıyla inşa edilmiş bir dünyada yaşamaktadır. İnsanlar bildiklerini ve dahası bildiğini sandığı şeylerin çoğunu, daha önce kişisel olarak belki de hiç tecrübe etmemiştir. Bizler bugün bu hikâyelere sanat, bilim, din, hukuk ve devlet yönetimi demekteyiz. Bir araya gelen tüm bu hikâyeler, tarih boyunca evrimleşen kültürü oluşturmaktadır.

İnsanlık tarihinin başlangıcından, yakın geçmişe kadar hikâyeler yüz yüze anlatılmıştır. Eski zamanlarda bir toplum, ortak olarak kullanılan ritüeller ve mitolojiler ile tanımlanırken; tüm kullanışlı bilgiler atasözleri, efsaneler, büyüler ve seremonilerin içerisine hapsedilmiştir. Çok nadir olan yazı köleler için yasaktı ve kilise ile devlet ortak yaşamla ilgili karşılıklı bir ilişkiye sahipti. Feodal soydan oluşan devlet ekonomik, askeri ve siyasi düzeni temsil ederken, kilise onun kültürel kolunu oluşturuyordu. Ancak endüstri devrimi her şeyi bir anda değiştirdi. İnsanlaştırma sürecindeki değişimin mimarı matbaa, standardize edilmiş eserleri damgalayan ilk makinelerden biri oldu ve böylece hikâye anlatımının endüstrilizasyonunu başlatan kitap, diğer tüm devrimlerin ön şartı haline geldi. Matbaa makinesinin buhar makinesine bağlanması, hikâye anlatımının da sanayileşmesine ivme kazandırdı. Hızlı yayıncılık ve toplu taşıma, yeni bir bilinç biçimini, yani yüz yüze gelmeyen kamuyu oluşturdu. Zaman ve mekân engeline takılan hikâyeler, artık kitaplar aracılığıyla nesiller boyunca aktarılabilirdi (Gerbner, 2003).

İkinci büyük devrim olan Elektronik Devrim, meyvelerini ilk olarak telekomünikasyon alanında verdi ve bu meyvelerden biri olan televizyon, baskıya dayalı kültüre eklenip onu yeniden düzenledi. Bu yeni devrim insanları evlerinden koparmadı, aksine onları evlerine taşıdı. Bu, modern toplumun yeniden kabile (re-tribalizes) edilmesiydi. Artık bebekler, kitlesel olarak üretilmiş hikâyelerin 7 saat izlendiği evlerin içine doğmaktaydı (Gerbner: 2003). İnsanlık tarihinde belki de ilk kez, hikâyeler artık onların ailelerinden, okullarından, kiliselerinden, komşularından ya da hikâye anlatma yetisine sahip herhangi bir kişiden gelmemekteydi. Yeni hikâye anlatıcısı televizyon iken hikâye anlatımı küresel dev şirketlerin oluşturduğu küçük bir grubun eline geçmiş, devlet-kilise ilişkisi yerini devlet-televizyon ilişkisine bırakmıştı (Gerbner, 1992: 102).

Gerbner'e göre şeylerin nasıl işlediğine, şeylerin nasıl olduğuna ve ne yapılması gerektiğine dair televizyondan anlatılan üç tür hikâye vardır. Bu hikâyelerden ilkinde kurgu denir ki bunlar insanların gerçeklik olarak adlandırdığı fanteziyi inşa eder. Onlar yapay, seçici, sıklıkla mitsel ve her zaman toplumsal olarak inşa edilmiştir. İkincisi bugün haber olarak karşımıza çıkar ve bu haberler toplumun kurallarını ve vizyonlarını teyit etmeye aracılık eder.

Sonuncusu ise dinsel öğüt, emir ve yasaların yerini alan reklamlardır. Organik olarak birbiriyle ilişkili olan bu üç hikâye, kültürü oluşturur ve bu kültür, günümüzde televizyon tarafından ambalajlanıp yayılır (Gerbner 2003, Morgan 2004). Televizyonun hikâyeleri, daha çocukluktan başlayarak insanları toplumsal sınıf, cinsiyet ve yaş rollerine dönüştürür (Gerbner, 1990: 250).

Televizyon merkezleşmiş bir hikâye anlatıcısı olarak, draması, reklamları, haberleri ve diğer programları ile ortak paylaşılan görüntü ve mesajların oluşturduğu anlamlı ve tutarlı bir dünyayı her izleyicinin evine taşımaktadır. Okuryazarlığın ve hareket yeterliliğinin tarihi engellerini aşarak, televizyonun olmadığı veya izlenmediği durumda türdeş olmayacak bir nüfusun gündelik kültürünün birincil ortak kaynağına dönüşmüştür. Böylece televizyon izleyen büyük çoğunluk, daha önce hiç olmadığı kadar ulusal bir siyasal kültürün parçası haline gelmiştir. Sanayileşme öncesi dinden beri, televizyon ilk kez çok güçlü bir kültürel bağlılık zinciri sağlamış, elitler ile diğer halk kesimleri arasında paylaşılan günlük bir ayin gibi oldukça çekici ve enformatik içerikler sunmuştur (Gerbner, vd., 1982: 101).

İdeolojik işlev gören hikâyeler, kültürel zeminde neyin var olduğunu, neyin önemli ya da önemsiz olduğunu anlatır. Anlatılan hikâyelerin ortak özelliği ise egemen değerleri ortak değer haline getiren, kurulu düzeni meşrulaştıran ve stereotipleştirmeler ile toplumdaki bağımlı sınıfın varlığını görmezden gelen mesajlar bütünü olmasıdır. İnsanlar televizyonun ideolojik hikâyeleri ile yetişirken, düzenin devamı için kendilerine biçilen rolleri kadermişçesine içselleştirir.

Sonuç olarak, Gerbner'in televizyonu hikâye anlatıcısı olarak tanımlaması, onun kuramını iletişim bilimlerindeki etki araştırmalarından ayırmış ve televizyonun toplam etkisini ortaya koymaya yardımcı olmuştur (Özer, 2003). Gerbner'in, kitle iletişiminin toplumsal ve kültürel sonuçları hakkındaki geleneksel söylemin içeriğini değiştirmeye çalışması, kuramının basitçe etki araştırması olarak algılanmasının önüne geçme çabası olarak okunabilir. Zira Gerbner'e göre televizyonun yetiştirme etkisini diğer etki araştırmalarından ayıran en can alıcı nokta, ikna ve propaganda araştırmalarında olduğu gibi anlık değişimlere değil, televizyonun uzun, yavaş ama sonucunda algıda değişime neden olan etkisine odaklanmasıdır. Üstüne üstük Gerbner (1994)'e göre Yetiştirme Kuramı, medya etkisine ilişkin geleneksel yaklaşımların yerine kullanılsın diye değil, aksine onları tamamlayacak tarzda yapılandırılmıştır. Zira geleneksel medya etkileri araştırmaları sabitlik ve kalıcılıktan ziyade değişim ile ilgilenir. Bu noktada Gerbner, anlık değişime odaklanıldığı zaman televizyonun, sadece araştırma stratejilerine değil geleneksel demokratik yönetim teorilerine de nasıl derin bir tarihsel meydan okuma olduğunu ıskalanacağına vurgu yapar. Bu meydan okuma, farklı kavramsallıkları ve değişik tutumları, sürekli, durağan ve ortak bir anaakıma emmek demektir. Televizyonu çok

izleyenler, farklı demografik özelliklerden gelen insanlar topluluğu oluştursa da geniş ve yaygın ortak bakış açılarına odaklanmak, geleneksel medya etkileri araştırmalarından farklı olarak, televizyonun kendine özgü dinamiğine uygun bir yöntemsel bakış açısı gerektirmektedir. Bu anlamda, Gerbner'in televizyonu hikâye anlatıcısı olarak tanımlaması ve kuramını etki araştırmalarından ayırması Kültürel Göstergeler Projesinin temelini oluşturmaktadır.

1.2. Kültürel Göstergeler Projesi

Kültürel Göstergeler Projesine kadar, toplumda sadece iki çıkar grubunu temsil eden ses vardı. Bunlardan ilki seçmenlerin sorunlarına çözüm arama iddiasında olan "politik örgütün" sesi, ikincisi ise sanayi ve iş dünyasının tüketicileri adına konuşan "medyanın" sesiydi. Bu noktada Kültürel Göstergeler Projesi, toplumsal olaylar için politika oluşturma sürecinde gerçekçi bir temel inşa edecek olan bağımsız bilim adamlarının ve araştırmacıların sesi olması adına tasarlanmıştır (Gerbner, vd., 1973: 556).

Projenin kökeni, Başkan Richard Nixon tarafından Amerikan hayatının bugünkü ve gelecekteki kaderini ve değişim hızını yansıtacak olan göstergelerin oluşturulması amacıyla kurulan Ulusal Amaçlar Araştırma Komitesine dayanmaktadır. Bu komite amacına ulaşamasa da daha sonra Ulusal Bilim Vakfı tarafından Ulusal Gereksinimler İçin Uygulamalı Araştırma programının başlatılması sağlanmıştır. 1972 senesinde Ulusal Akıl Sağlığı Enstitüsünün Larry Gross ve George Gerbner'i bir pilot araştırma için görevlendirmiş ve bu pilot araştırma bir süre sonra Kültürel Göstergeler Projesine dönüşmüştür (Gerbner, 1973: 557).

Gerbner, Kültürel Göstergeler Projesi'ni, politik güçler ile kültür politikası üzerindeki özel ticari kaygılar arasında devam eden ihtilafli çatışmalara "üçüncü ses" eklemenin bir yolu olarak düşünmüştür. Gerbner, bağımsız bir araştırma projesinin medya uygulamalarının çıktılarının ve etkilerinin daha objektif bir şekilde muhasebeleştirilebileceğini ve dolayısıyla karar ve politika için daha iyi bir temel sağlayabileceğini savunmuştur (Shanahan ve Morgan, 2003: 6). 1967'den beri televizyonun dramatik içeriğini izleyen araştırma grubu, 1974'ten bu yana televizyon ile büyümenin ve yaşamının sonuçlarını araştırmaktadır. Her ne kadar erken dönem çalışmalar öncelikle televizyonda gösterilen şiddetin niteliğine ve işlevlerine odaklanmış olsa da proje, baştan beri geniş çapta düşünülmüştür. Proje çok geniş bir dizi konu ve endişeyi dikkate alarak, televizyon izlemenin, cinsiyet, azınlık ve yaş stereotipleri, sağlık, bilim, aile, eğitim, siyaset, din gibi konularda izleyici kavram ve eylemlerine ne ölçüde katkıda bulunduğunu ortaya koymayı amaç edinmiştir (Gerbner, 2000).

Proje, küresel ve birbiriyle ilişkili sorular üzerine inşa edilen yapı ve sonuçların ya da yaygın sembol sistemlerinin araştırılması için üç bölümlük bir araştırma çerçevesi olarak

geliştirilmiştir (Shanahan ve Morgan, 2003: 6). Signorelli ve Morgan (1990: 9) bu araştırma evrelerini şu şekilde sorunsallaştırmıştır.

1. Kitle iletişim araçlarının içeriğini etkileyen ve temelini oluşturan süreçler, baskılar ve kısıtlamalar nelerdir?
2. Medya mesajlarında ifade edilen imajların, mesajların, gerçeklerin, değerlerin ve derslerin baskın toplu kalıpları nelerdir?
3. Bu mesajların, izleyicilerin toplumsal gerçeklik kavramlarına bağımsız katkısı nedir?

Bahsi geçen bu üç temel soru, bu alanda çalışma yapan araştırmacılarının televizyon içeriğini Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında çözümlerken takip ettiği sıralamayı temsil etmektedir. Birbiriyle organik olarak ilişkili olan bu sorular sırasıyla, Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.1. Kurumsal Süreç Çözümlemesi

Yukarıda belirtildiği üzere Kültürel Göstergeler Projesi üç bölümlük bir araştırma çerçevesi olarak geliştirilmiştir ve araştırmaların ilk ayağını Kurumsal Süreç Çözümlemesi oluşturmaktadır. Özünde halkı kendi değer ve tutumlarına göre biçimlendirme amacı taşıyan kitle iletişim araçları, endüstriyel dönüşümün en önemli meyvelerinden biridir. Sanayileşme ile birlikte insanların bilincini şekillendiren kitle iletişim araçları ve onlardan yayılan mesaj sistemleri kurumsallaşmıştır. Diğer yandan bu kurumsallaşma ile birlikte, kitlesel olarak üreilmeye başlayan bu mesaj sistemlerinin üretimleri standartlaşmış ve kontrolleri merkezleşmiştir. Sonuç olarak, bu dönüşüm daha önce var olan zaman, mekân ve statü sınırlılıklarını anlamsız kılmış ve hayatın birçok alanına nüfuz ederek, etkisini giderek artırmıştır (Gerbner, 1963: 13).

Gerçekten de günümüzün kültürel dönüşümü, endüstriyel devrimin mesaj üretim alanına yayılmasından kaynaklanmaktadır. Mesajların seri üretimi ve hızlı dağıtımı, onları aktaran kurumların yapısını ve işlevlerini yansıtan yeni sembolik ortamlar yaratmıştır. Mesajların kitlesel üretilmesindeki bu kurumsal süreçler, diğer toplumsal iletişim ağlarını kesintiye uğratmış ve kendi toplumsal bilinçlerini diğer sosyal ilişkilerin üzerine inşa etmiştir (Gerbner, 1970: 69). Bu noktada, medyanın diğer kurumlarla olan ilişkisi, mesaj sistemlerinin nasıl düzenlendiği, nasıl seçildiği, nasıl üretilip dağıtıldığı ve medyanın toplumdaki işlevlerinin ortaya çıkartılması elzemdir. Bu çözümlemede, mesaj üretimine etki eden bütün büyük güçlerin rol ilişkileri göz önüne alınmalıdır. Bu bir nevi, kitlesel olarak üretilen mesaj sistemlerinin ideolojisini besleyen sacayaklarının ortaya çıkarılması aşamasıdır (Gerbner vd., 1973: 558).

Günümüzde artık kurumsallaşmış olan kolektif bilinç, ticari şirketler tarafından idare edilmektedir. Mesaj üreten kurumların iktidar ilişkilerinin, örgütsel biçimlerinin ve karar verme süreçlerinin incelediği bu çözümlemede Gerbner ve arkadaşları (1973), mesaj sistemlerinin oluşturulmasında rol alan 9 güç unsurunu tanımlamıştır. Bunlar otoriteler, patronlar, yöneticiler, yardımcıları, meslektaşlar, rakipler, uzmanlar, örgütler ve kamulardır.

Otoriteler; yasal iktidarı ellerinde tutan ve medya üzerinde belli bir güce sahip olan politik ve resmi (yasama, yürütme, yargı organları, düzenleyici komisyonlar, kamu idarecileri, polis ve ordu bu yetkilere sahip olabilir) aktörlerdir. Bu aktörler aynı zamanda kendi otoritelerinin meşruiyeti için medyaya muhtaçtır.

Patronlar; müşterilerinin işlere fazla karışmamaları şartı ile ekonomik, politik ya da kültürel faydalar karşılığında medya faaliyetlerine doğrudan yatırım yapan ya da bunları sübvans eden kişilerdir. Bu patronlar bankalar, reklam verenler, sivil kuruluşlar, dini/askeri organlar ya da hükümetler olabilir. Patronların müşterileri ile olan ilişkileri, medya yönetiminin güçler düzeni içerisindeki yerini belirler.

Yöneticiler; kullanıcı ve diğer güç gruplarının talep ettikleri politikaların ve işleyişin devam etmesini sağlayacak koşulları formüle eder ve denetler. Onların temel görevi müşteri ilişkilerini geliştirmek ve halkla ilişkiler yapmaktır.

Yardımcılar; dağıtım, şirketleri dernekler, sendikalar, patent ve telif hakları sahipleri, ajanlar ve lojistik hizmetleri tedarikçilerinden oluşmaktadır. Bunlar, yönetimin görevini yerine getirebilmesi için gerekli olan tedarik ve hizmetleri sağlar.

Meslektaşlar; statüleri, standartları ve birbirleriyle olan dayanışmaları ile mesajların oluşumu ve seçimi üzerinde kaldıraç görevi görür.

Rakipler; aynı kıt kaynaklar üzerindeki talepleriyle, durmadan yenilikçiliğe yol açan ve patronların ilişkilerini sürdürmek için medyayı ihtiyatlı olmaya iten profesyonellerdir.

Uzmanlar; gerekli kişisel bilgiye, beceriye veya başka özel yeteneklere sahip olan yazarlar, editörler, teknisyenler, eleştirmenler, araştırmacılar, konu uzmanları, danışmanlar ve iletişim için gerekli kişisel hizmetleri verebilecek (veya saklayabilecek) kişilerden oluşur.

Örgütler; medyaya koruyuculuk yapan, diğer resmi olarak yapılandırılmış iş dünyasıyla ilişkili dini, politik kuruluşlar olabileceği gibi profesyonel gruplar da olabilir. Büyük organizasyonel yatırımlar halkla ilişkilerin medya aracılığı ile medya içeriği üzerinde baskı uygular ve medyayı özgürce erişilebilir (ve kendi kendine hizmet veren) örgütsel kaynaklara bağımlı hale getirir.

Kamular; mesajlarla yaratılan ve işlenen medya çıktı gruplarının ürünleridir. Ortak noktaları çok az olan insanların paylaştıkları semboller, diğer farklılıklara rağmen bir anlam ve

perspektif topluluğu oluşturur. Yönetimin “halkla ilişkiler” görevi, bu topluluk hissini, kurumdaki maddi değer için geliştirmektir.

Sözü edilen bu 9 güç unsuru, televizyon içeriğini oluşturan mesaj sistemleri için süzgeç görevi görürken, güçlünün otoritesini güvenceye alacak şekilde kurgulanan hikâyelerin içeriğinin biçimlenmesinde doğrudan rol alır. Bu güç unsurlarından süzülerek oluşturulan ve izleyiciye sunulan mesajların sistemli bir kaydı ve bu kayıtların çözümlenmesi hayati önem arz etmektedir ki burada devreye araştırmanın ikinci aşaması olan Mesaj Sistem Çözümlemesi girer.

1.2.2. Mesaj Sistem Çözümlemesi

Mesaj içeriğinin sistematik bir şekilde çözümlenmesi, iletişim araştırmalarında geleneksel bir çalışma alanıdır. İçerik çözümlemesi çalışmalarında ortaya çıkan yeni gelişmeler, alana ilginin yeniden canlanmasını sağlasa da sunulan yeni çerçevelerin ve yaklaşımların hiçbiri, heterojen ve anonim kamulara yönelik mesaj sistemlerinin bütünlükçü bir çözümlemesini dikkate almamıştır (Gerbner, 1969: 137). Bu noktada, Kültürel Göstergeler Projesinin ikinci aşamasını, mesaj sistem içeriklerinin birikimsel gözlemlerini yapmak için esnek ve kesin bir araç olan Mesaj Sistem Çözümlemesi oluşturmaktadır. Televizyon dünyasının neredeyse her yönünü tanımlamamıza izin veren bu teknik, televizyonun izleyicilerin gerçek dünyayı algılayışlarına katkısını test edebilmemize olanak tanıırken, birikimsel veri tabanı uzun vadeli eğilimleri tespit etmemize olanak tanımaktadır (Gerbner, vd., 1977: 4).

Sembolik işleve sahip ve toplumsal sonuç yaratacak büyüklükteki mesaj sistemlerinin gözlemlendiği Mesaj Sistem Çözümlemesinde şiddet, azınlıklar, cinsiyet rolleri, meslekler vb. tasvirler açısından, demografi, eylem yapıları, yaşamın yönü ve medya içeriğindeki tekrarlayan görüntülerin miktarları ve parçaları gözlemlenir. Bu gözlemler araştırmacının, toplumda hâlihazırda mevcut olan şiddet, genel yaşam, kişilik özellikleri ve yaşlılık gibi fenomenler hakkındaki gelişmeleri takip edebilmesine olanak sağlar.

Mesaj Sistem Çözümlemesinin üç temel amacı vardır: Kültürdeki endüstriyel davranışların kaydını tarayarak, kültürel alandaki toplumsal sistemlerin ve sanayi kuruluşlarının bakış açıları ve fiili politikaları hakkında ipuçları vermek bu amaçların ilkidir. İkincisi, bu kayıtları insan potansiyelinin, toplumsal ilişkilerin ve değerlerin ifade edildiği bir sistem olarak incelemektir. Birçok davranışsal yönelimli iletişim araştırmacısının yaptığı gibi, bu sistemin kapsamlı çözümlemesinin (içerik çözümlemesi) ihmal edilmesi, belli bir kültürün önemli, bağlantılı ve anlamlı olduğu düşünülen en zengin açıklamalarının göz ardı edilmesi

anlamına gelir. Mesaj Sistem Çözümlemesinin son amacı ise gözlemlenebilecek bu tür sonuçların göstergesi olan eylemleri ortaya çıkarmaktır (Gerbner, 1990: 252).

Bu çözümleme için gerekli materyal, heterojen izler kitle ve genellikle ulusal izleyici için kitle iletişim araçları tarafından üretilen sembollerden elde edilir. Ayrıca bu semboller, çağrışım yapmak için gizlenmiş semboller değil, alenen ifade edilmiş akültürasyon sembolleridir. Toplumsal gücü olan mesaj sistemlerinde hayatın kimi görünür kısımları, insani durumlarla anlamlı ilişkiler oluşturarak yeniden yaratılır. Gerçek hayatın aksine popüler kurguyu “açık bir kitap” olarak tanımlayan Gerbner’e göre, medyada yaşamın kendisi olduğu gibi yansıtılmaz ve karakterler, o dönemde topluma ne uygunsu ya da gerekiyorsa o şekilde resmedilir. Sorunlar ve çözümler nettir, kitle ürünleri en geniş ve heterojen kitleye ulaşabilecek şekilde biçimlendirilir ve özellikle genç ve az eğitilmişler, kendileri ve toplumu ilgilendiren birçok mesele ve düşünce ile boş zaman eğlenceleri sırasında, sanki doğallıkla oluşmuş şekillerde karşılaşır. Bu yolla, “eğlence” çoğu insanın enformasyon karşısında göstermediği bir dikkat yoğunlaşmasına sebep olur; o medya dünyasının kendi zamanı, mekânı, coğrafyası, demografisi ve etnografisi vardır ki bütün bunlar kurumsal bir amaçla ve kurulla toplumsal ahlaka doğru eğimlenmiştir. Bu kurumsal amaç ise sadece, mesaj sistemlerinin parçalara bölünmesi ile görünür kılınabilir. Çözümleme sonuçları spesifik olarak örnekleme değil, aksine heterojen grupların özümlediklerini temsil eder, yani sonuçların genelleyici olmak gibi bir iddiası vardır (Gerbner ve Gross, 1973: 563-564).

Mesaj Sistem Çözümlemesi sonucunda toplum bilincine boşaltılan eylem ve karakterizasyonların tanımlanmasına ilişkin kabataslak, ancak gayet açık veriler toplanmış olur (Gerbner ve Gross, 1976b: 182). Çözümlemelerden elde edilen bulgular, Yetiştirme Çözümlemesi için kullanılacak olan anket sorularına için temel oluşturur.

1.2.3. Yetiştirme Çözümlemesi

Araştırmanın son bölümünü, medyada var olan “ortak” varsayım, imaj ve ilişkisellikler geniş ve heterojen topluluklara hangi kamu politikalarıyla, neler ekmektedir sorusuna cevap arandığı Yetiştirme Çözümlemesi oluşturmaktadır. Yani bu bölümde, televizyon dünyasındaki gerçekliğe maruz kalmanın, izleyicilerin gerçek dünya ile ilgili kavrayışlarına nasıl bir katkıda bulunduğu araştırılır (Gerbner, 1973; Shanahan ve Morgan, 2003). Temel argümanı, televizyonu çok izleyen kişilerin televizyon dünyasının derslerini içselleştirmesi olan yetiştirme çözümlemesinin temellerini sağlam kılan soruları, Gerbner ve Gross (1976b: 179) şu şekilde ifade etmektedir:

“Kaçımız bir ameliyathanede, mahkeme salonunda, polis karakolunda, hapishanede, şirket yönetiminde veya bir film stüdyosunda bulunmuşuzdur? Orada yaşayanlar ya da çalışanlar hakkında ya da oralarda neler olup bittiği konusunda neler biliyoruz? Gerçek dünya hakkındaki bildiklerimizin ne kadarını hayali dünyadan (televizyon dünyası) edindiğimiz bilgiler doğrultusunda öğrenmişizdir?”

Gerçekten de bugün neredeyse herkes, gerçek hayatta deneyimlemediği, ancak deneyimlemiş kadar emin olduğu yargılara sahiptir. Fakat bu insanlara bu tür yargılara nasıl vardıkları sorulduğu zaman, soruya verilen cevabın “televizyon” olması kuvvetle muhtemeldir. Yetiştirmeyi basitçe, “kültürün yaptığı şey” olarak tanımlayan Gerbner (1990: 249)’e göre aynı yetiştirme, tutarlı ve ikna edici bir sembolik akımın, toplumsallaştırma ve kültürleşmenin karmaşık sürecine yaptığı bağımsız (ama yalıtılmamış) katkı anlamına gelmektedir. Gerbner (2000)’e göre yetiştirme yalın bir “etki” anlamına gelmediği gibi tek yönlü bir süreç de değildir, bu nedenle o “yerçekimsel” bir süreç olarak algılanmalıdır. Çekmenin açısı ve yönü, izleyicilerin ve yaşam tarzlarına, ya da televizyon dünyasının "anaakımına" doğrudur. Her grup farklı bir yönde zorlanabilir, ancak tüm gruplar aynı merkezi akımdan etkilenir. Bu gruplar sürekli mesaj akışına maruz kalarak farklı kimlikler edinirler. Bu nedenle yetiştirme, mesajlar ve bağlamlar arasında sürekli, dinamik ve devam eden bir etkileşim sürecinin parçasıdır.

Yetiştirme Çözümlemesi, mesaj sistem çözümlemesinden elde edilen veriler ışığında hazırlanan anket sorularının yorumlanmasından ibarettir. Yani televizyonu çok izleyen kişilerin, anket sorularına televizyon dünyasının potansiyel derslerini yansıtacak şekilde yanıt verip vermedikleri belirlenmeye çalışılır. Eğer televizyonu çok izleyen kişilerin verdikleri cevaplar, az izleyen kişilere kıyasla televizyon dünyasını yansıtıyorsa (ki buna “televizyon cevabı” denir) “yetiştirme vardır” denir (Gerbner, vd., 1982: 103). Nihayetinde yetiştirme, izleyicisinin televizyon dünyasının demografik gerçeklerini bilinçsizce içselleştirmesi, rastlantısal ve kasıtlı olmaksızın öğrenmesidir (Gerbner ve Gross, 1976a: 170).

Yetiştirmenin tanımı ilk bakışta okuyucu üzerinde kuramın etki araştırmaları geleneği içerisinde yer aldığı algısı yaratsa da Gerbner buna her zaman karşı çıkmıştır, zira Yetiştirme Çözümlemesi, televizyonun kültürlemedeki uzun dönemli ve yavaş değişim rolünü anlamaya çalışır. Bununla birlikte birkaç belli program izlemenin, izleyicinin düşünce ve tutumlarında nasıl “değişiklik” yarattığıyla ilgilenmemektedir (Morgan ve Signorelli, 1990 akt. Özer, 2003: 41). Geleneksel etki araştırmaları anlık etki ve karar verme sürecindeki değişime odaklanırken, sabitlik ve kalıcılıkla ilgilenmez. Ayrıca bu araştırmalar daha çok, insanın hayatına daha sonraki basamaklarda giren daha seçmeci süreçlerle ilgilenir. Ancak insanlar daha doğdukları ilk andan itibaren televizyonun karşısına oturtularak televizyon dünyasına dâhil edilir. Sonuç olarak televizyon dünyasının gerçeklerini içselleştirmek uzun soluklu bir serüvenin sonucudur (Gerbner, vd., 1994).

1.2.4. Televizyon ve Şiddet

Kültürel Göstergeler Projesi her ne kadar hayata geçtiği ilk günden bu güne, televizyonda anlatılan hayatın bütün yönlerine dair hikâyeleri çözümlene girişiminde bulunsa da temellerini, bu çalışmada ayrıntılı olarak incelenecek olan televizyondaki şiddet olgusu üzerine inşa etmiştir. Amerika’da J.F. Kennedy ve M.L. King’in suikast sonucu öldürülmesi üzerine, 1968 senesinde Amerikan hükümeti tarafından Şiddetin Nedenleri ve Önlenmesi Komisyonu (National Commission on the Causes and Prevention of Violence) kurulmuştur. Komisyonun Kitle Medyası Çalışma Grubunun, Gerbner’den şiddet üzerine güvenilir bir çözümlene yapmasını istemesi, Kültürel Göstergeler Projesi’nin doğmasına vesile olmuştur (Gerbner, 1992: 8-10).

Televizyon ve Sosyal Davranışlar Danışma Kurulu, Ulusal Ruh Sağlığı Enstitüsü, Amerikan Tıp Derneği ve Telekomünikasyon Politikaları Ofisi, Bilimsel Danışma Komitesi gibi bir çok sponsorluk altında devam eden projeden elde edilen ilk raporlara göre (Gerbner, vd., 1977: 3), televizyon bir yandan şiddetin varlığına dair abartılı inançları yetiştirirken, diğer yandan özellikle kadın ve azınlık gruplar üzerinde şüphe ve güvensizlik duygusunu pekiştirmektedir (Gerbner, 1992: 8-10).

Gerbner gazeteci Lent (1992: 96) ile yaptığı röportajda, tarihin hiçbir döneminde evlerin bu denli yoğun şiddet imajına maruz kalmadığını belirtmiştir. Çocuklar, sevinç içinde sterilize edilerek sunulan bu şiddeti daha bebeklikten içselleştirir. Gerbner’e göre televizyon şiddet uygulayanlardan çok, şiddete maruz kalanları gösterir ve belli gruplar (kadınlar, azınlıklar, yaşlılar) televizyonda kurban olarak daha çok resmedilir. Gerbner’in belki de en önemli varsayımı şudur: İnsanların kendilerini televizyonda gördükleri kurbanlar ile özdeşleştirmeleri, gördükleri şiddeti taklit etmelerinden daha muhtemeldir. Yani, televizyondaki şiddet, şiddet uygulayanları yetiştirmez ya da toplumsal düzeni tehdit etmez, aksine güçlülerin gücünü sergilemesine ve bu şekilde statükonun korunmasına aracılık eder. İnsanlarda korku, endişe ve güvensizliği yetiştiren televizyondaki şiddet, yine aynı insanlar üzerinde güvenlik ihtiyacı uyandıran bir iklim yaratabilir. Bu yetiştirme, toplumsal kontrolün temel mekanizmasından başka bir şey değildir (Morgan, 2014: 23).

Korku, evrensel bir duygudur ve sömürüsü kolaydır. Sembolik şiddet ise, onu etkili bir şekilde geliştirmenin en ucuz yoludur. Daha riskli ve pahalı olan ham şiddete ise, sembolik şiddetin başarısız olduğu zamanlarda başvurulur. Şiddetin ritüelleştirilmiş gösterisi (suç ve felaket haberlerinde ya da kitlesel üretilen dramalarda olduğu gibi) bir yandan dünyadaki tehlikenin boyutuyla ilgili abartılı varsayımları oluştururken, diğer yandan hükümetlerin alacağı güvenlik tedbirlerine, sorgusuz sualsiz boyun eğecek insan doğasını yetiştirir. (Gerbner

ve Gross, 1976b: 192-193). Şiddetin bu işlevi insanları korkak ve güvensiz hale getirir. Aynı insanlar bağımlılık ve korunma arzularını içselleştirirken, bu durum onların çok daha kolay kontrol edilmeleri ile sonuçlanır (Lent, 1992: 96-97). Hem ucuz maliyetli, hem de kültürel kodlara takılmadan ülkeler arasında kolayca transfer edilebilir yapıda olan şiddet; çatışmaları çözen, toplumsal düzeni koruyan, sempatikleştirilmiş, haddini aşanlara sonunda ne olacağını gösteren bir şiddettir. Şiddetin kendine özgü bu yapısı, izleyiciler üzerinde gerçek hayatta haddini aşanlara karşı polis ve devlet müdahalesine desteği yetiştirir (Morgan, 2014: 24).

Sonuç olarak şiddet temelinde yapılan araştırmalar, televizyonu çok izleyen kişilerin az izleyenlere kıyasla daha fazla güvensizlik, tehlike ve şüphe duygusu içerisinde yaşadıklarını göstermiş, bu durumun da “acımasız dünya sendromu” (mean world syndrome) adı verilen bir çeşit rahatsızlığa yol açtığı bulgulanmıştır (Gerbner, 1980: 70). Bunun da bedeli hükümetlerin güvenlik önlemleri için alacakları tedbirlere sorgusuz sualsiz boyun eğerek ödenirken, televizyondaki şiddet toplumsal kontrol aracı olarak dine eşlik etmiş olur.

1.3. Kafamızdaki Gerçekliğin İki Kaynağı: Kişisel Deneyim ve Televizyon

Bireyler dünyayı esas olarak doğrudan/dolaylı kişisel deneyim ve kitle iletişim araçları aracılığıyla iki farklı yoldan öğrenir. Bununla birlikte insan davranışlarının çoğu modelleme yoluyla gözlemsel olarak öğrenilir. İnsanlar başkalarını gözlemek suretiyle, yeni davranışların nasıl gerçekleştirildiğine dair bir fikir oluşturur ve daha sonraki durumlarda bu kodlanmış bilgiler, insani eylem için rehber görevi görür (Bandura, 1977: 22).

Kişisel deneyim, gerçekliğin bir resmini oluşturmak için birincil kaynak olarak görülse de, kitle iletişim araçları kişisel deneyimin olmadığı/olamayacağı alanlarda önemli bir rol oynamaktadır. Bu noktada Yetiştirme Kuramı, televizyon izleyicisinin kendi toplumsal gerçekliğini inşa etmek için, televizyonun kurgusal olduğu kadar kurgusal değilmiş gibi görünen bilgilerini de kullanıldığını iddia eder. Bu nedenle televizyonu çok izleyen kişilerin, dünyayı televizyonda yansıtıldığı şekliyle algılamaya eğilimli oldukları birçok araştırma ile kanıtlanmıştır (Gerbner, 1976b: 175).

Ancak televizyonun sunduğu gerçekliğin belirli üretim aşamalarından geçerek oluşturulduğu gerçeği, çoğu zaman görmezden gelinmektedir. Hâlbuki özel sermayenin seri üretim stratejisi, pazarlanabilir arzuların dikkatli bir şekilde değerlendirilmesi, yetiştirilmesi ve sömürülmesine yöneliktir. Sömürüyü gerçekleştirenler ise halka istediklerini verdikleri iddiası ile “hayal fabrikalarından” çıkan görüntüleri halka sunar. Bunun sonucunda artık insanlar, dünyayı bu imajlar ve mesajlar aracılığıyla görür, değerlendirir ve yaşar. Bu imaj ve mesajlar kaçınılmaz olarak yaşamı ve toplumsal kalıpları etkiler. Artık bu noktadan sonra hiçbir şey

eskisi gibi olamaz; zira insanlar zaman ve mekân sınırını aşip onları bir araya getiren, onları iyileştiren, rahatlatan ve heyecanlandıran hayallerin yaratıcı ya da bilgi verici temsillerini bulmaya ve insana özgü bu duyguları doymak bilmez bir biçimde karşılamaya girişir. Özlüce televizyon, bir tür denetim aracına dönüşür (Gerbner, 1959).

Bu noktada Gerbner (1977), kişisel deneyime gerek bırakmayacak gücüyle insanlar üzerinde gerçeklik algısı oluşturan televizyonun, kendinden önceki kitle iletişim araçlarında bulunmayan üstünlüklerini 6 maddede sıralar:

1. İnsanlar, televizyona diğer tüm medya ve boş zaman etkinliklerinden daha fazla zaman ayırmaktadır. Televizyon Amerikalı bir ailenin evinde günde ortalama 4 saat 30 dakika açık kalmaktadır. Bununla birlikte Türkiye, günlük ortalama 3,5 saat ile televizyonun en fazla açık kaldığı ülkeler arasındadır.

2. İnsanlar, diğer kitle iletişim araçlarının aksine televizyon için beklemek, aramak ya da dışarı çıkmak zorunda değildir; çünkü o doğrudan evin merkezinde insanları beklemektedir. Ailenin bir üyesi olan televizyon, hikâyelerini sabırla ve zorlayıcı bir şekilde durmaksızın anlatmaktadır. Gerbner'in bu görüşü eskiden olduğundan daha geçerlidir. Zira bugün yeni teknolojiler (online kayıt sistemleri, internet vb.) sayesinde, insanlar o an evde olmasa bile televizyonun hikayelerini istedikleri an istedikleri yerde izleyebilme imkanına sahiptir.

3. Televizyon hareketlilik gerektirmediği gibi, okuma yazma da gerektirmez.

4. Tüm bu organik bileşenler baskı çağındaki içerik farklılıklarını geçersiz kılmaktadır. Artık izleyiciler programları değil, günün saatlerini seçmektedir diyen Gerbner, artan içerik seçeneğine rağmen anlatılan hikâyelerin farklılaşmadığına gönderme yapmaktadır. Program yapısı içinde her türlü programlama birbirini tamamlar ve güçlendirir. Bir program türünün içeriğini ya da etkisini diğerlerinden izole etmenin bir anlamı yoktur.

5. Sanayi öncesi dönemden beri hatta belki de tarihte ilk kez, bir kitle iletişim aracı toplumdaki tüm yaş gruplarını aynı anda sosyalleştirmiştir. Televizyon gerçekten beşikten mezara bir deneyimdir. Bebekler, içerisinde televizyon olan bir eve doğar ve konuşmadan önce onun sesini ve görüntüsünü algılar. O bebekler okul çağına geldiklerinde ise, kolej sınıfında geçireceklerinden daha fazla saati televizyonla geçirmişlerdir bile. Bununla birlikte yaşam döngüsünün uzak ucunda yer alan yaşlı insanlar, toplumsal hayata katılım için neredeyse tamamen televizyona bağımlıdır. Yeni teknoloji çağında yeni kitle iletişim araçları belirli bir öğrenmeyi gerektirirken, televizyon yaşlıların yalnızlıklarını paylaşan bir arkadaş olarak varlığını sürdürmektedir. Aynı televizyon, anneler için ise hâlâ çocuklarını avutan bir dadı konumundadır.

6. Televizyon, temel olarak heterojen kitleleri bir araya getiren ve izleyicilerin zamanını reklam verenlere veya diğer kurumsal sponsorlara satan bir kitle iletişim aracıdır. Kitleler tüm yaş, cinsiyet, ırk ve diğer çıkar gruplarını içermektedir. Bu grupların hepsi, toplumdaki en büyük ortak değer paydaşını ve davranışını taşıyan tekrarlanan mesajlara maruz kalmaktadır. Azınlıklar, televizyonda egemen kültür tarafından şekillendirilen imajlarını görür. Bu da özerk halklar kavramının ve herhangi bir otantik grup veya sınıf bilincinin dağılması anlamına gelir. Gerçekten de Gerbner ve Gross (1976b: 176)'un belirttiği gibi, televizyon ulusal topluluğu oluşturan farklı gruplar arasında öyle bir ortak zemindir ki hiçbir ulusal başarı, kutlama veya yas televizyonda onaylanıp paylaşılan kadar, gerçekleşmiş kabul edilmez. Toplumsal düzeyde deneyimlenen gerçeklik, televizyon aracılığıyla iletişim ortamına sokulduktan sonra, artık gerçek olmaktan çıkıp bir üretim haline dönüşür. Hem görsel hem de işitsel olma avantajına sahip televizyon, diğer kitle iletişim araçları arasından sıyrılarak toplumsal gerçekliğin en etkili olarak değiştirildiği ve biçimlendirildiği ortamlardan biri haline dönüşür. Bu şekilde televizyon aracılığıyla üretilen kültür, bireyin bilincinde dünyaya ilişkin görüntülerin veya tasarımların oluşmasındaki bileşenler arasında her zaman ayrıcalıklı bir konum işgal eder (Narmanlıoğlu, 2016: 941).

Televizyonun tüm bu ayırt edici özellikleri sonuç olarak onu gerçekliğin en kullanışlı kaynaklarından bir tanesi haline getirir ve başkalarının kurguladığı, televizyon izleyenlerinin gerçekliğine dönüşür. Gerçekten de televizyon bize dünyanın nasıl bir yer olduğunu, insanların nelere değer verdiğini, hayatlarını nasıl yaşadığını ve etkileşim şekillerini gösterir. Gerçekliğin kurgulanmış halini sunan televizyonun hem yapay hem de seçici olduğunu rasyonel düzeyde bilen izleyiciler bile, standartlarla ilgili içgüdüsel varsayımlar geliştirmeye direnemez. Sonuç olarak televizyon, onu izleyenlerin karşı koyamadığı canlı, somut, baskın ses ve resimler sunarak, insanları şaşırtır ve onların gerçeklik kavramsallaştırmalarına etki eder (Cummins ve Gordon, 2006: 27).

Televizyondaki gerçeklik, izleyenlerin karşısına haber, tartışma programı, bilgi yarışması, reklam ve dizi gibi formatlarda çıkarken, Türkiye'deki televizyon izleyicisinin en sıkı takip ettiği televizyon türünü haberlerden sonra diziler oluşturmaktadır (RTÜK, 2018). 1970'li yıllarda TRT'nin gerçekleştirdiği televizyon dizilerinde ihtiyaç duyulan teknik ekipman ve eleman gereksinimi, dizi sektörünün Türkiye'deki çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu durumu fırsat bilen sinema ve reklamcılık sektörlerine hizmet veren kimi kuruluşlar, TRT tarafından gerçekleştirilen televizyon dizileri ile bu alanda da hizmet vermeye başlamıştır. 1980'li yıllarda TRT'nin kendi bünyesinde gerçekleştirdiği bazı yapımları, kurum dışına sipariş etmesi ile de sadece televizyon dizisi üreten yapımcıları ardı ardına kurulmaya başlamıştır

(Özertem, 2014). Yabancı Sermaye Kanunu'nda yapılan güncellemeler ile Türkiye piyasasına giren yabancı reklamcı kuruluşların, film yapım kalitesinde yükselişe neden olan teknik standartları ve prodüksiyon kalitesindeki artışın da sayesinde (Pekman, 2001: 214-215), 1989 yılından itibaren yaşamımıza giren özel televizyon kuruluşları ile bu oluşum çoğalarak, bugün “dizi sektörü” olarak adlandırılan devasa sektöre dönüşmüştür (Özertem, 2014, Şentürk, 2018: 19). 2000’li yıllardan sonra istikrarlı bir şekilde artan dizi sayısı, bu yıllarda haftada ortalama 36 iken, 2008’de 57’ye 2016’da ise 159’a ve tekrarlarıyla birlikte yılda yaklaşık 358’e ulaşmıştır (Şentürk, 2018: 3).

Dizi karakterlerinde kendini bulan Türkiye’deki televizyon izleyicisi, tekrarları ve reklam araları ile birlikte yaklaşık 3 saatini sadece bir televizyon dizisine ayırmaktadır. Televizyon izleyicisi izlediği bu dizilerde, bir yandan toplumda hâlihazırda mevcut olan cinsiyet, etnisite ve yaş gibi sınıf rollerinin dizi oyuncularında vücut bulmuş haline maruz kalırken, diğer yandan, televizyonda temsil edildikleri oranda bu sınıf rollerini içselleştirir. Televizyonun bu işlevi, gerçeklik ile kurgu arasındaki sınırları bulanıklaştırabilmesindeki gücüne gönderme yapar. Söz gelimi, çizgi dizilerden fazlasıyla etkilenen çocuklarda, gördükleri hayali davranışları toplumsal hayata, yani gerçeklik alanına taşıma eğiliminin yüksek olduğu görülmektedir (Göker, 2015).

Standart bir televizyon izleyicisi, gerçek tam tersi olsa da Kızılderililerin kafa derisi yüzücüsü olduğunu hararetle savunabilir; ya da aynı izleyici, uzak doğulu bir insan gördüğünde onun matematikte çok iyi olduğunu düşünecek, siyahi bir karakterin beceriksizliği ya da sakarlığı onu şaşırtmayacaktır. Gerçeklik algısını en uç noktaya taşıyan televizyon dizilerinin Türkiye’deki televizyon izleyicisi üzerindeki etkisi, zaman zaman şaşırtıcı noktalara ulaşmaktadır. Söz gelimi “Kurtlar Vadisi” dizisindeki Süleyman Çakır karakteri dizinin senaryosu gereği öldüğü zaman, gıyabında cenaze namazı kılınmış, gazetelere ölüm ilanı verilmiş, hatta Süleyman Çakır’ı öldüren Cerrahpaşalı karakteri, gerçek hayatta sokak ortasında arabasından indirilip darp edilmiştir. Bu örneklerden yola çıkarak, herhangi bir televizyon izleyicisinin, gerçeklik algısını televizyonda gösterilen belli stereotiplere dayandırarak oluşturabileceğini söylemek hiç de mantık dışı değildir. Bu anlamda televizyondan yansıyan cinsiyet, ırk ve yaş stereotipleri televizyon izleyicisinin bu fenomenler hakkındaki gerçekliğine kaynaklık etmektedir. Ancak, televizyonun insanların gerçeklik kavramsallaştırmalarına olan katkısının doğrusal bir süreç olamayacağı konusunda getirilen eleştiriler, kuramın zaman zaman güncellenmesini zorunluluk haline getirmiştir.

1.4. Yetiştirme Kuramına Getirilen Eleştiriler

Kafamızdaki gerçeklik resimlerinin, kişisel deneyimlerimizden mi yoksa televizyondan mı türediği konusundaki ikilem, en başından beri Yetiştirme Kuramına çeşitli eleştiriler getirilmesinin önünü açmıştır. Bu noktada Gerbner ve arkadaşlarının 1980 senesinde gerçekleştirdikleri “The Mainstreaming of America: Violence Profile 11” isimli çalışma, yetiştirme araştırmaları için önemli bir dönüm noktasıdır (Taylan, 2011: 61). Yetiştirme sürecinin doğrusal bir süreç olamayacağı konusundaki ortak fikir, kurama iki dereceli yetiştirme kararları, yaygın görüş haline getirme ve rezonans kavramlarının eklenmesinin önünü açmıştır.

Yetiştirme sürecinin doğrusal bir süreç olamayacağını öne süren Hawkins ve Pingre (1982) gözden geçirdikleri 48 çalışma sonucunda, ekim etkilerini test etmek için kullanılan demografi ve değer sistemlerinden oluşan iki kategori belirlemiştir. Esas olarak toplumsal düzeyde ölçülebilen şiddet suçlarının miktarı veya polis memurlarının yüzdesi gibi demografik kararlar, birinci dereceden yetiştirme kararları (first-order) ile ilgili olsa da; kişisel düzeydeki tutumlar, inançlar ve değerler gibi daha temel algılar, ikinci dereceden yetiştirme kararlarına (second-order) atıfta bulunur (Hawkins, vd., 1987). Birinci dereceden ve ikinci dereceden yetiştirme yargıları sadece doğalarında ve işlemselleşmelerinde değil, aynı zamanda altta yatan psikolojik süreçlerde de farklılık gösterir. Birinci dereceden kararlar genellikle hafızaya dayalıdır ve hafızada hâlihazırda saklanan bilgileri geri çağırarak suretiyle oluşturulur. İkinci dereceden kararlar ise genellikle çevrimiçi bir süreçle oluşturulur; gerçek zamanlı olarak işlenen bilgiler (gazete okumak, bir televizyon programını izlemek) mevcut kararları güncellemek veya yenilerini oluşturmak için kullanılır (Shrum ve Lee, 2011: 151). Bir başka deyişle yetiştirme sürecinin, doğrudan televizyon izlemeyle oluşabilecek bir etki olmayabileceğini öne süren Hawkins ve Pingre, klasik yetiştirme araştırmalarının, yetiştirme sürecindeki psikolojik yönü kaçırdığını öne sürerek, doğrudan doğruya bir yetiştirme sürecinden ziyade “öğrenme” ve “oluşum” alt süreçlerinden oluşan bir yetiştirme modelini önerir. Öğrenme alt süreci enformasyonun rastlantısal olarak elde edilmesine göndermede bulunurken, bu öğrenme oluşum alt süreci için temel oluşturur (Hawkins ve Pingre: 1982, akt. Özer: 143-144). Böylece yetiştirme, izleyicilerin gerçek dünya hakkında kendi düşüncelerini oluşturmak için televizyon dünyasıyla ilgili enformasyonu kullandıkları bir oluşum alt sürecinin sonucu meydana gelmektedir (Özer, 2003: 144).

Shrum (2009: 67), birinci dereceden kararların, “bilgiyi bellekten geri çağırma ve “yargıyı gerçek zamanlı olarak inşa etme” ile oluşturulan bellek temelli yargılamalar olan, “yaygınlık” veya “olasılık” tahminleri olduğunu belirtmektedir. Bunlar insanların

televizyondan öğrendikleri genel izlenimlerdir. Öte yandan, ikinci dereceden yargılar, çevrimiçi olma eğilimi gösteren gerçek zamanlı tutumlar ve değer yargılarıdır. Üstelik bu kararlar, istatistiksel hesaplara ve politik/dini tutumlar gibi derin inançlara dayandırılabilirliğinden, bunlara karşı çıkılması daha zordur (Croucher, 2011: 261). Potter (1991)'a göre bu ikinci dereceden kararlar, birinci dereceden elde edilen genelleşmiş inanışlar sonucu oluşur. Söz gelimi, televizyonu fazla izleyen bir kişinin az izleyen kişiye göre gerçek hayattaki suç oranını abartması, birinci dereceden kararlara örnek teşkil eder. Bunun yanında aynı kişinin bu yüksek suç algısı sonucunda kendisini tehlikeli bir dünyada yaşıyor hissetmesi, ikinci dereceden kararlarına göndermede bulunmaktadır.

Bu ilk güncellemeden sonra, kurama bazı iyileştirmeler getirilmiş, bu da öncelikle “yaygın görüş haline getirme” (mainstreaming) kavramının ortaya çıkmasına vesile olmuştur. Çoğu kültür birçok farklı akımdan oluşur, ancak her kültürde yaygın bir tutum, inanç, değer ve uygulama dizisi vardır. Televizyonun toplumdaki merkezi rolü, onu kültürün anaakımının birincil kaynağı yapmıştır. Bu baskın akım, sadece tüm çapraz akımların ve alt akıntıların toplamı değildir, aksine paylaşılan anlamların ve varsayımların en geniş boyutlarını temsil eden en genel, işlevsel ve istikrarlı akımıdır (Gerbner, 2000: 7). Özünde yetiştirme kanıtını sunan yaygın görüş haline getirme, az ya da çok televizyon izleyen kişilerin, televizyon yanıtları arasındaki yüzde farklarına odaklanan yetiştirme çözümlemesine ilaveten, devreye ara değişkenleri sokar (Özer, 2003: 46). Farklı görüşlerin emilimi ve farklı izleyici gruplarının yakınsamasını temsil eden yaygın görüş haline getirme, televizyonun yetiştirme eğiliminde olduğu göreceli bir ortak nokta olarak düşünülebilir. Yani, diğer faktörlerden ve toplumsal güçlerden kaynaklanan farklılıklar, televizyonu çok izleyenler arasında azaltılabilir veya yok edilebilir (Gerbner, vd., 1980: 15; Morgan ve Signorelli, 1990: 22).

Gerbner'e göre yaygın görüş haline getirme, televizyonu çok izlemenin, normalde diğer faktörlerden ve etkilerden kaynaklanan perspektif ve davranış farklılıklarını özümseyebileceği veya geçersiz kılabilirliği anlamına gelir. Başka bir deyişle, farklı gözlemci gruplarının yanıtlarındaki farklılıklar, aynı gruplardaki yoğun izleyicilerin tepkilerinde azalmaktadır (Gerbner, 2000: 7). Yani izleyici gruplarının anket sorularına verdikleri cevaplardaki farklılıklar ve bu grupların diğer kültürel, toplumsal ve siyasal karakteristikleri ile bağlantılı olabilecek diğer farklılıklar, aynı gruplar içindeki yoğun izleyicilerin yanıtlarında azalabilir veya bütünüyle yok olabilir (Gerbner, vd., 1982: 102). Özetle farklı izleyici gruplarındaki (yaş, cinsiyet, ırk, sosyo-ekonomik vb.) televizyonu çok izleyen kişilerin, televizyon dünyasının derslerini içselleştirmesi yaygın görüş haline getirme olarak ifade edilmektedir (Gerbner, vd., 1980: 15).

Yetiştirme çözümlerine getirilen eleştiriler sonucunda ortaya çıkan bir diğer kavram ise “rezonans”tır. Rezonans, insanların kişisel hayatlarının televizyon dünyasına paralel olarak yakın olduğu durumları içerir (Bradley, 2007: 451). Yaygın görüş haline getirme gibi rezonans (çifte etki) da izleyicilerin yaşam deneyimlerinin yetiştirme ilişkisini ılımlı hale getirebileceğini göstermektedir. Bununla birlikte rezonans, televizyon izleme ve yaşam deneyimleri arasında, anaakıminkiyle esasen tersi bir etkileşimi öngörmektedir. Bir başka ifadeyle rezonans, yaşam deneyimleri televizyon dünyasıyla daha uyumlu olan insanların, (şiddetin çok fazla olduğu bir semtte oturan izleyicinin) televizyon mesajlarından daha fazla etkilenebileceğini ifade eder (Shrum ve Bischak, 2001: 191). Bir izleyicinin kişisel deneyimleri, suç ve şiddeti içeriyorsa, suç mağduriyetini gösteren televizyon programlarını yoğun bir şekilde izlemesi, televizyon mesajının iki katı etkisi ile sonuçlanabilir ve yetiştirmeyi önemli ölçüde artırabilir (Gerbner, vd., 1980: 15).

Çalışmanın sağlam bir temele ve çok yönlü bir eleştiriye oturtulabilmesi için dünyada ve Türkiye’de yapılan temel bazı yetiştirme araştırmalarının incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle sıradaki bölümde dünyada ve Türkiye’de yapılan Yetiştirme çalışmalarına yer verilmiştir.

1.5. Dünyada ve Türkiye’de Yetiştirme Araştırmaları

Yetiştirme Çözümleri çokuluslu ve kültürlerarası karşılaştırmalı çalışmalara uygun bir yöntemdir. Gerçekten de böyle bir çözümlenme, ulusal sınırlar arasındaki sistematik benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymak ve ulusal-kültürel politikaların ne tür sonuçlar doğurduğunu anlamak açısından son derece kullanışlıdır (Gerbner, vd., 1994). Yetiştirme Kuramına ait ilk bulgular bundan 43 sene önce Gerbner ve Gross tarafından Televizyonla Yaşamak: Şiddet Profili (Living with Television: The Violence Profile) isimli makalede yayınlanmıştır ve zaman içerisinde Arjantin, Avustralya, Brezilya, Kanada, Çin, İngiltere, Macaristan, İsrail, Hollanda, Rusya, Güney Kore, İsveç, Tayvan gibi daha birçok ülkede televizyonun yetiştirme etkisi test edilmiştir (Morgan ve Shanahan, 1997: 2).

Metodolojisi 1970’lerde, Gerbner’in Gross ile olan işbirliğiyle şekillenmeye başlayan ilk dönem yetiştirme çalışmaları (Morgan ve Shanahan, 2010: 339) şiddet temelinde gerçekleştirilmiş olsa da yukarıda sözü edilen ülkelerdeki araştırmacılar, zamanla cinsiyet rolleri, yaşlanma, politik yönelimler, çevresel tutumlar, bilim, sağlık, din, azınlıklar ve meslekler gibi geniş bir yelpazede çalışmalar yürütmüştür. Bu noktada, dünyada gerçekleştirilen belli başlı yetiştirme araştırmalarına göz atmakta fayda vardır.

1.5.1. Dünyada Yetiştirme Araştırmaları

Herhangi bir ülkede yetiştirmenin gerçekleşebilmesi, o ülkedeki kanal sayısına, programların yayın saatlerinin uzunluk-kısalığına ve izleyicinin televizyon başında geçirdiği saat miktarı gibi yapısal etmenlere bağlıdır. Ancak şunu da belirtmekte fayda var ki çok sesliliğe olanak veren tek bir kanal bile, farklı düşünebilen izleyicilerin yetiştirilmesinde aracılık edebilir (Gerbner, vd., 1994). Amerika dışındaki ülkelerde yapılan en önemli çalışmalardan birini Pipe ve arkadaşları, 1983 senesinde İngiltere’de oy kullanan 1.256 katılımcı ile gerçekleştirmiştir. Çalışmada televizyonun anaakımlaştırma rolü ortaya konurken, bu sonuç Gerbner ve arkadaşlarının ortaya koyduğu sonuçlarla benzerlik göstermiştir.

Cohen ve Weimann (2000), 10.181 öğrenci ile gerçekleştirdikleri çalışmada, televizyon izleme oranının İsrail gençleri üzerinde korku ve güvensizlik duygusu yaratıp yaratmadığını araştırmıştır. Çıkan sonuçlar televizyonu çok izleyen öğrencilerin, televizyon dünyasının hikâyelerini içselleştirdiklerini göstermiştir. Araştırmacılar ayrıca, dindar bir ailenin üyesi olmanın, televizyonun yetiştirme etkisini ortadan kaldırdığını da bulgulamıştır.

Minnebo ve Eggermont (2007), Belçika’da 30 yaş üstü 246 katılımcıyla, televizyon izleme oranı ile gençler arasındaki uyuşturucu kullanım yaygınlığının ilişkisi üzerine bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmacılar televizyonu çok izleyenlerin, az izleyenlere kıyasla, uyuşturucu madde kullanımının gençler arasında daha yaygın olduğuna inanma eğiliminde olduklarını bulgulamıştır.

Diefenbach ve West (2007) ise, televizyon izleme oranı ile akıl hastalığına karşı tutum arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çıkan sonuçlar televizyonu çok izleyenlerin az izleyenlere kıyasla, akıl hastalarıyla ilişki kurmaktan daha fazla kaçınma eğiliminde olduğunu göstermiştir. Buna ek olarak televizyonu çok izleyenler, evlerinin yakınında akıl hastanesinin olmasından rahatsız olacaklarını daha çok belirtmiştir.

Calzo ve Ward (2009)’ın, 1.761 katılımcıyla gerçekleştirdiği araştırma, televizyonu çok izleyenlerin, az izleyenlere kıyasla eşcinselliğe karşı daha ılımlı bir tutum içerisinde olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, televizyonun insanların hastalık algısına olan etkisini araştıran çalışmalar da mevcuttur. Lee ve Niederdeppe (2010), 250 katılımcıyla, televizyon izleme oranı ile kanser hastalığına karşı tutumunun ilişkisini araştırmıştır. Araştırmacılar televizyonu çok izleyen Amerikalıların, kanser konusunda daha fantastik inançlara sahip olduklarını ve bu hastalığı daha kadercı bir yaklaşımla değerlendirdiklerini bulgulamıştır.

Seate ve Mastro (2016), televizyon izleme oranı ile mültecilere karşı tutum arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmacılar televizyonu çok izleyen ve mülteciler hakkında tehdit edici bir habere maruz kalan kişilerin, mültecilerin ülkelerine geri gönderilmesi konusunda ortak

algıya sahip olduğunu bulgulamıştır. Günümüze en yakın ve ilgi çekici çalışmalardan bir diğeri ise Morgan ve Shanahan (2017)'in 2016 Amerika Başkanlık seçimlerinden 2 ay önce gerçekleştirdiği, televizyon izlemenin otoriter değerlerle ilişkisini araştırdıkları çalışmadır. Araştırmacılar, televizyonu çok izleyen kişilerin otoriter olma eğiliminde olduklarını, bununla bağlantılı olarak da aynı izleyicilerin 2016 Amerika Başkanlık seçimlerinde Donald Trump'ı desteklemelerinin daha muhtemel olduğunu bulgulamıştır.

1.5.2. Türkiye’de Yetiştirme Araştırmaları

Türkiye’de televizyonun yetiştirme etkisine yönelik yapılan ilk çalışma Prof. Dr. Veysel Batmaz (1986)'ın, “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Siyasal ve Toplumsal Etkileri: Ampirik Bir Model Denemesi” isimli doktora tezidir. Batmaz, Kültürel Göstergeler Projesinin üç bileşeninden sadece Yetiştirme Çözümlemesini kullandığı çalışmada, ilk olarak gençlerin şiddet algıları ile televizyon izleme alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak istemiştir. Daha sonra, televizyon reklamlarına dayalı tüketim algıları ile sosyo-ekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çıkan sonuçlar, televizyondaki şiddet gösteriminin gençlerde şiddet davranışına yol açacağı hipotezini desteklemese de, televizyondaki reklamların, gençlerin tüketim alışkanlıklarına etki ettiği hipotezini doğrulamıştır. Batmaz’a göre net bir yetiştirme etkisinin çıkmamasının temel nedeni, televizyonun Türkiye’de sadece 18 yıllık bir geçmişe sahip olması ve öğrencilerin kişisel olarak televizyona sahip olmamasıdır (Taylan, 2011: 66).

Batmaz'ın bir diğer çalışması, Asu Aksoy ile birlikte gerçekleştirdikleri ve Aile Araştırma Kurumu tarafından desteklenen “Türkiye’de Televizyon ve Aile” (1995) isimli araştırmadır. Hem Mesaj Sistem hem de Yetiştirme Çözümlemesinin kullanıldığı bu çalışma, Türkiye’de yetiştirme etkisinin işlediğini göstermiştir. Örneğin, “Günümüzde genç kızlar daha serbest bırakılmalıdır” ifadesinin, az televizyon izleyen kadınlar tarafından daha çok doğrulandığı tespit edilmiştir. Araştırmadan çıkan bir diğer önemli bulgu ise kadınların erkeklere kıyasla daha fazla televizyon cevabı verme eğiliminde olmasıdır (Batmaz ve Aksu, 1995).

Türkiye’de Kültürel Göstergeler Projesinin üç bileşeninin de kullanıldığı en kapsamlı çalışma, Prof. Dr. Ömer Özer (2003)'in “Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi” isimli doktora tezidir. Kurumsal Süreç Çözümlemesi için çapraz promosyon analizi ve türdeşleşme analizi yapılmıştır. Ayrıca Ankara’daki Anadolu Ajansı ve TRT muhabirleriyle anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çıkan sonuçlar tekelleşme olgusunun Türkiye’deki medyaya derinden sirayet ettiğini göstermiştir. Mesaj Sistem Çözümlemesinde,

hafta içi beş günlük dönemde en çok izlenen beş kanaldaki 24 ana haber analize tabi tutulmuştur. Çözümleme, şiddet olgusunun Türkiye'deki televizyon haberciliğinde yoğun olarak kullanıldığını ortaya koymuştur. Mesaj Sistem Çözümlemesinden çıkan sonuçlar doğrultusunda oluşturulan 11 hipotezin tartışıldığı Yetiştirme Çözümlemesinde, bu hipotezlerin 7'si doğrulanmış 4'ü ise doğrulanmamıştır. Sonuç olarak bu çalışma, televizyondaki şiddetin izleyiciler üzerinde yetiştirme etkisinin olduğunu ortaya koymuştur.

Özer (2005a), "Yetiştirme Kuramı: Televizyonla Yaşamın İdeolojik Kültürel Sonuçlarına Yönelik Yapılan Araştırma" isimli çalışmada, bu kez de Kültürel Göstergeler Projesi'nin Mesaj Sistem ve Yetiştirme Çözümlemesi bileşenlerinden yararlanmışır. Özer, Mesaj Sistem Çözümlemesi sonucunda, televizyon kanallarının şiddet unsuruna çok fazla yer verdiğini bulgulamıştır. Araştırmanın ikinci aşamasında, yetiştirme sorularına da kaynaklık eden anket, 292 Devlet Demiryolları personeline uygulanmıştır. Televizyonun yetiştirme rolünün olup olmadığını anlamak amacıyla gerçekleştirilen Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri sonucunda, 11 hipotezin 3'ü anlamlı çıkmıştır. Genel olarak söylenecek olursa çözümlenmeler, televizyonu çok izleyen kişilerin tehlikeli dünya sendorumuna kapıldıklarını ortaya koymuştur.

Özer (2006), Mesaj Sistem Çözümlemesini uyguladığı "Televizyonun Şiddet Özelinde Bilinç Altına Yaptığı Etkiye Yönelik Yetiştirme Kuramı Çerçevesinde Yapılan Araştırma" isimli çalışmasında ise televizyondaki şiddetin bilinçaltını nasıl etkilediğini ortaya koymak amacıyla 133 öğrenci ile saha araştırması gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda, televizyonun tehlikeli dünya algısı ve diğer insanlara güvensizlik üzerinde yetiştirme etkisi bulunamamıştır (Taylan, 2011: 68).

Özer ve Gerasimova (2010), hem Mesaj Sistem hem de Yetiştirme Çözümlemesini kullandıkları "Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Türkiye ve Rusya'da Yapılan Araştırma" isimli çalışmada, Türkiye ve Rusya örneğinde televizyonun şiddet unsuru açısından insanların toplumsal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamaları üzerinde yetiştirme etkisi olup olmadığını araştırmıştır. Mesaj Sistem Çözümlemesinde, şiddet adedi ve şiddet içeren haber sayısı açısından iki ülke arasında yakınlık olduğu görülmüştür. Türkiye'den 147, Rusya'dan 155 öğrenci ile gerçekleştirilen Yetiştirme Çözümlemesine göre, Türkiye ve Rusya açısından ikişer test anlamlı sonuç vermiştir. Yaşa, cinsiyete ve gelire göre gerçekleştirilen yaygın görüş haline getirme testlerinden de anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Çalışır ve Dudu (2015)'nin, sadece Mesaj Sistem Çözümlemesini kullandıkları "Türkiye'deki Televizyon Kanallarında Gösterilen Dizilerde Şiddet Olgusunun Sunumu: Kara

Para Aşk Poyraz Karayel” isimli çalışmadan çıkan sonuçlara göre, adı geçen dizilerde şiddetin yoğun şekilde kullanıldığı ve bu yolla izleyicilerin zihninde şiddet öğelerinin normalleştirildiği tespit edilmiştir.

Pınarbaşı ve arkadaşları (2018), sadece Mesaj Sistem Çözümlemesini kullandıkları “Şiddet Öğelerinin Televizyonda Kullanılması: Ana Haber Bültenleri Örneği” isimli çalışmada 5 günlük dönemde, o hafta için en çok izlenen 5 kanalda yayınlanan televizyon haberlerini çözümlemiştir. Çıkan sonuçlar, televizyon haberlerinde şiddet unsuruna sıklıkla başvurulduğunu ortaya koymuştur.

Taylan (2011), “Televizyon Programlarındaki Şiddetin Yetiştirme Etkisi: Konya Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” isimli doktora çalışmasında, adı geçen diziyi çok izleyen öğrencilerin, az izleyenlere kıyasla dünyayı daha acımasız ve tehlikeli bir yer olarak algıladığını bulgulanmıştır. Araştırmadan çıkan bir diğer sonuç ise, kız öğrencilerin acımasız ve tehlikeli dünya algısının, erkek öğrencilere kıyasla daha yüksek olmasıdır.

İrfanoğlu (2017), “Televizyon Dizilerinin İzlenme Durumu ve Televizyon Dizilerindeki Şiddet Eğiliminin İzleyici Üzerindeki Etkisi: Acımasız Dünya Sendromu Ekseninde Bir Araştırma” isimli yüksek lisans çalışmasında, sadece Yetiştirme Çözümlemesini kullanarak dizilerdeki şiddet olgusunun izleyiciler üzerinde “Acımasız Dünya Sendromu”na yol açıp açmadığını tartışmıştır. Çıkan sonuçlar çok fazla dizi izlemenin, dünyanın tehlikeli ve acımasız bir yer olarak algılanmasında etkili olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmadan çıkan bir diğer sonuç ise, İstanbul’un Avrupa yakasında yaşayanların Asya yakasında yaşayanlara kıyasla, dünyayı daha acımasız ve tehlikeli olarak algılamalarıdır.

Barış (2018) “Çocuk Televizyon Kanallarında Tüketimci Kimliğin İnşası (Gaziantep Örneğinde Bir Yetiştirme Çözümlemesi)” isimli doktora çalışmasında, Kültürel Göstergeler Projesinin üç bileşenini de kullanmıştır. Kurumsal Süreç Çözümlemesinde, neo-liberal ekonomi politikaları doğrultusunda kurulan çocuk televizyon kanallarının kurumsal içerik düzenleyicilerinin (yöneticiler ve çalışanların) karar vermede bağımsız olmadıkları tespit edilmiştir. Mesaj Sistem Çözümlemesi bulgularına göre, çocuk televizyon kanallarında, tüketim pratiğinin çok fazla yaşandığı sembolik bir dünyanın sunulduğu görülmüştür. Yetiştirme Çözümlemesi sonuçlarına göre ise çocuk televizyon kanallarını günde ortalama 3 saat ve üzerinde izleyen çocukların tüketimci tutumlarında, az izleyen çocuklara kıyasla yetiştirme farkı bulgulanmıştır.

Görüldüğü üzere Yetiştirme Kuramı teorize edildiği ilk günden bu yana iletişim çalışmalarında yoğun olarak test edilmektedir. Morgan ve Shanahan (2010: 337)’in da belirttiği gibi, dünya Gerbner’in Yetiştirme Kuramını ilk kez ortaya koyduğu 1960’lardan bu yana çok

değişse de kuram güncelliğini hala korumaktadır ve bu konuda gelecek için umut vaat etmektedir. Morgan ve Shanahan'ın sarf ettikleri bu sözlerin nedeni, kendilerinin Yetiştirme Kuramı'nın günümüzdeki en önemli temsilcileri olmaları değil, Bryant ve Miron'ın 2004 senesinde elde ettikleri ampirik bulguların sonucudur. Bryant ve Miron (2004)'ın yapmış oldukları içerik çözümlemesine göre Yetiştirme Kuramı, 1956-2000 yılları arasında önemli bilimsel dergilerde yayınlanan kitle iletişim araştırmalarında en çok kullanılan üç kuramdan biridir. Yine Potter ve Riddle (2007) Yetiştirme Kuramının, 1993-2005 yılları arasında yayınlanmış olan 16 akademik dergide en çok atıfta bulunulan kuram olduğunu bulgulamıştır.

İletişim çalışmalarında Yetiştirme Kuramını bu kadar popüler kılan etkenlerin başında televizyonun hala çok fazla izlenmesi gelmektedir. Bununla birlikte televizyonun reklam verenler gözündeki değeri, onun diğer iletişim teknolojilerine kafa tutmasına aracılık etmektedir. Son olarak kuramın sadeliği, onu iletişim çalışmaları yapan bilim insanlarının gözündeki cazibeli kılmaktadır. Yukarıda da belirtildiği üzere, dünyada ve Türkiye'de yapılan ilk yetiştirme çalışmaları şiddet temelli olsa da bu çalışmalar son 50 yıl içerisinde cinsiyet rolleri, ırk, bilim, sağlık gibi pek çok şeyi içererek şekilde geniş bir alana yayılmıştır ve iletişim çalışmaları yapan bilim insanlarını, televizyonun bu fenomenler üzerinde yetiştirme etkisinin olup olmadığını keşfetmek amacıyla birçok araştırma yapmaya sevk etmiştir.

Diğer ülkelerdeki bilim insanlarını bu konularda araştırma yapmaya cesaretlendiren en önemli etken de yine, öncülleri olan Gerbner ve arkadaşlarının Kültürel Göstergeler Projesi dâhilinde başından beri, çeşitli olguların televizyondaki sunumunu araştıran sayısız çalışmalar yapmış olmasıdır. Bu çalışmalar arasında öfke, uyuşturucu kullanımı, hayvanlar, sağlık ve beslenme, evlilik ve aile, haberler, güvenlik güçleri ve kriminal suçlar, din, bilim, seksüalite, kadın ve azınlıklar ile bu çalışmanın odağını oluşturan “yaşlılar” ön plana çıkmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE YAŞLILIK

Bugün dünya, uzun ömürlü bir devrim olarak nitelendirilen ortalama yaşam beklentisi ve nüfus yaşlanmasında eşi benzeri görülmemiş bir artış yaşamaktadır. Yirminci yüzyılın sanayileşmiş dünyası, 5000 yıllık insanlık tarihi boyunca, bir insanın yaşayacağı ömrü 30 sene uzatmış ve bir zamanlar azınlığın yaşadığı “yaşlılık” deneyimini, şimdilerde çoğunluğun kaderine dönüştürmüştür (Butler, 2006: 1). Bu sanayileşmiş dünyanın insanlara sunduğu teknolojik avantaj sayesinde beslenme sorun olmaktan çıkmış, gelişen tıp bir zamanlar ölümcül olan hastalıkların çoğunu kontrol altına almış ve devletler vatandaşlarına çeşitli sağlık hizmetleri sunmuştur. Tüm bu gelişmelere doğurganlık oranındaki düşüş de eklenince, ortalama insan ömrü ile birlikte, toplumdaki yaşlı nüfusu da hızla artmıştır ve günümüzde hâlihazırda artmaya devam etmektedir. Ne var ki hızla artan bu yaşam beklentisine, yaşlılığa karşı olumsuz algı ve önyargılar da eşlik etmektedir.

Yaşlılığa karşı olan olumsuz algı ve ön yargılar bugün sağlık hizmetlerinde, çalışma hayatında, medyada ve bireyler arası ilişkilerde gittikçe daha da görünür hale gelmeye başlamış ve zaman içerisinde, yaşından dolayı bir bireye ya da gruba olumsuz yönde ayrımcılık yapmak anlamına gelen, son zamanlardaki popüler ismiyle, “yaşçılığa” dönüşmüştür. Diğer yandan bir toplumun yaşlı olması, o toplumun ayırt edici özelliği ve en büyük başarılarından biri olarak kabul edilmektedir. Peki, nasıl olur da toplumun en büyük başarılarından biri olarak kabul edilen insan ömrünün uzaması, insanların algısında “felaket” olarak nitelendirilir? (Hoonard, 2018).

Giddens (2008), Bytheway’e atıfta bulunarak bu konuda bizlere ilham kaynağı olmaktadır. Bytheway, işe “yaşlı” ve “yaşlılık” kavramlarının aslında sahip olmadıkları evrensel bir gerçeklik taşıdıklarını iddia ederek başlar. İleri yaş diye adlandırılabilen bir şeyin var olduğuna ilişkin bilimsel bir kanıtın olup olmadığı konusunda emin olunamayacağını söyleyen Bytheway, insanların bu sürece nasıl girdiklerini ve nasıl yaşlı hale geldiklerini sorgulayarak şu çıkarımda bulunur: Yaş kategorileri, insanları kronolojik yaşlarına göre ayırma ve yönetmeyi meşru kılmak için egemen gruplar tarafından oluşturulmuştur. Bununla birlikte egemen gruplar bu kategorileri, yaş ayrımcılığıyla eşleşen eşitsizlikleri gizleyip, bu eşitsizliklerden yarar sağlamak amacıyla toplumsal olarak inşa etmiştir. Minkler ve Robertson (1991) da Bytheway’e benzer şekilde, üst sınıf muhafazakârların, söz konusu kategorileri işçi sınıfı içerisindeki bölünmeyi güçlendirmek adına keşfettiğini iddia etmektedir. Phillipson (2006:

202)'a göre ise bu kategorilerin yaratılmasında rol alan en önemli etken küreselleşmedir. Küreselleşme artık yaşlılık inşasında, özellikle de nüfus yaşlanmasını yönetmek ve düzenlemek için tasarlanan toplumsal ve ekonomik politikaların çerçevenmesinde, etkili bir güç olarak görülmektedir; çünkü küreselleşme, bireyleri toplumsal ve ekonomik yapılar içerisine yerleştirmenin önemini teyit etmekte ve bunlar gittikçe ulus devlet dışındaki güçlere bırakılmaktadır. Böyle olunca da yaşlanmanın yeni toplumsal anlamı, bir yandan küresel bir sorun olarak yaşlanmaya, diğer yandan da yaşam sürecine bağlı çeşitli risklerin bireyselleştirilmesine odaklanmaktadır.

Küreselleşmenin yaşlanma ile ilgili ideolojiler üzerindeki en önemli etkisi, yaşlanmaya ulusal ekonomiler için bir yük olarak odaklanan tartışmalardan, nüfus yaşlanmasını dünya çapında toplumsal bir sorun olarak gören perspektiflere geçiş olmuştur. Bu geçişte rol alan en önemli faktör ise neo-liberal devlet politikalarıdır (Phillipson, 2006: 203). 1990'lı yıllarla birlikte nüfusun yaşlanması olgusunun, neo-liberal devlet politikalarının uygulanmasında meşrulaştırıcı bir gerekçe olarak kullanılmaya başlandığı belirtilmektedir. Nitekim bakım hizmetlerini devletin sorumluluğuna bırakan refah devletinin aksine, neo-liberal politikalar günümüzde bu sorumluluğu bireylere yüklemektedir (Kayacan, 2017).

Yaşlanma, kapitalizmin neo-liberal yüzüyle kesişip bireysel bir “kusura” dönüşünce, yaşlılık ve ölüm artık tamamen bireyin sorumluluğu ve hatası haline gelir. Toplumsal koşulların ve çevrenin etkisi hesaba katılmaksızın, ancak kendine iyi bakmamış kişiler yaşlılık “hastalığına” tutulur ve ölür. Yaşlılık, fiziksel görünümde kötüleşme, kırışmış cilt, aklaşmış ve dökülmüş saçlar, işlevini yerine getiremeyen iç organlar, yeni teknolojilere çabucak uyum sağlayamayan sağlıklı zihin gibi özelliklerle tanımlanarak, tüm ileri yaştaki bireyleri niteler tarzda genelleştirilir. Yazılı ve görsel medyada bir yandan gençlik, güzellik ve üretkenliğe tapınılası ilahi bir değer atfedilirken, diğer yandan yaşlılık ve yaşlanamaya ilişkin her ne varsa olumsuz klişelerle özdeşleştirilip, insanların yaşlı görünmeleri durumunda karşılaşacakları muameleler her fırsatta hatırlatılır. Böylece yaşlı bireyler, işgücü piyasasında kariyer basamaklarını çıkmak isteyen gençlerin önünde birer engele, ya da emekli maaşı ve diğer bakım maliyetlerinin yükünün çekildiği birer soruna dönüşür. Bu şekilde, küreselleşen kapitalizmin neo-liberal uygulamaları bir taraftan sosyal devleti küçültürken, diğer taraftan da insan yaşamının özgül bir evresi olan yaşlılığın toplumsal algısını etkiler ve “yaşçılığı” besler (Kayacan, 2017: 21). Bu noktada dünyada ve Türkiye’deki yaşlanma projeksiyonlarının incelenmesi, yaşlanma olgusunun neden dünya çapında bir sorun olarak görüldüğünün anlaşılması açısından elzemdir.

2.1. Dünyada ve Türkiye’de Yaşlanma

Bugün dünya çapında görülen yaşlanma olgusunun, insanlık tarihi boyunca şahit olunan en baş döndürücü demografik değişimlerden biri olduğu konusunda en ufak bir şüphe dahi yoktur (Powell, 2014). Dünya demografisinin değiştiğine dair 3 önemli gösterge vardır (Akçay, 2011: 2-3): Bunlardan birincisi insanoğlunun ortalama yaşıdır. 1950’lerde 23,5 olan insan yaşının 2050 senesine gelindiğinde 37,8 olacağı tahmin edilmektedir. İkincisi, ortalama yaşam beklentisidir. Birleşmiş Milletlerin (1998) tahminine göre, 1950’lerde 46 yıl olan ortalama yaşam beklentisi, 1985’te 50 yıla çıkmıştır ve bu sayı 2025’te 71 yıla ulaşacaktır. Bu da 2025 senesinde 800 milyon insanın, 65 yaşın üstünde olacağı anlamına gelmektedir. Bu artış oranı 1990’lardaki artışın neredeyse 3 katıdır (Giddens, 1998: 219). Artan bu uzun yaşam beklentisi, yirmi birinci yüzyılda insanlık için dikkate değer bir başarıdır; zira insanlık tarihi boyunca ilk kez dört kuşağın da bir arada yaşayacak olması, insanlık için inanılmaz bir gelişme anlamına gelmektedir (Khan, 2013: 146). Üçüncü gösterge ise dünyadaki yaşlı insan sayısıdır. Birleşmiş Milletler 2015 senesinde, dünya nüfusu hızla artarken yaşlıların demografik oranının da hızla artacağını ortaya koyan bir başka rapor daha sunmuştur. Bu raporda, 2015 yılı itibariyle 60 yaş ve üstü insan sayısının 900 milyon olduğu, bu rakamın 2030’da 1,4 milyara, 2050’de ise 2 milyara ulaşmasının öngörüldüğünü belirtmiştir. Bu veriler bize, 2050 senesine gelindiğinde 10 milyara ulaşacak olan dünya nüfusunun 1/5’ini yaşlı bireylerin oluşturacağını söylemektedir (U.N: 2015).

Geleceğe dair sözü edilen bu tahminler tutarlı görünmektedir; nitekim İngiltere Kraliçesi 2. Elizabeth’in tahta geçtiği 1952 senesinde 100 yaşını geçenlere gönderdiği 273 telgraf, Kingshill Research Centre’ın 2002 de yayınladığı rapora göre bugün 3.000’i aşmaktadır (Giddens, 2008: 219). Avrupa nüfusunun % 25’i zaten 60 yaş ve üstü insanlardan oluşmaktadır. Bu oranın 2050 senesinde % 35’e ulaşacağı ve yüzyılın ikinci yarısında da bu seviyede kalacağı tahmin edilmektedir. Diğer bölgelerdeki popülasyonların da önümüzdeki birkaç on yıl içerisinde önemli ölçüde yaşlanması ve bu yaşlanmanın 2100 yılına kadar hızla devam etmesi beklenmektedir. Örneğin, en genç yaş dağılımına sahip olan Afrika nüfusunun, hızlı bir yaşlanma sürecine gireceği tahmin edilmektedir. Her ne kadar Afrika nüfusu birkaç on yıl boyunca nispeten genç kalacak olsa da, 60 yaş ve üzeri nüfusun 2017’de % 5’e, 2050’de % 9’a ve yüzyılın sonuna kadar % 20’ye yükselmesi beklenmektedir (U.N: 2017).

Türkiye ise yaşlanmayla ilgili iki önemli gelişmeyle karşı karşıyadır. Birincisi, hep genç kalacağı düşünülse de Türkiye hâlihazırda yaşlı bir ülkedir, ikincisi ve daha da önemlisi, ülkenin nüfusu hızla yaşlanmaya devam etmektedir (Arun, 2018a: 7). Bu gerçeğe rağmen, Arun (2013)’un ifadesiyle, Türkiye’de “Peter Pan” sendromu yaşanmaktadır. Bir başka deyişle,

gerçek bunun tam tersi olmasına rağmen, bilim insanları ve araştırmacılar dâhil çoğu insan, Türkiye'nin çok genç bir nüfusa sahip olduğu ve yaşlanmayacağı efsanesini hararetle savunmaktadır.

1960'lardan günümüze Türkiye nüfusundaki değişimler incelendiğinde, doğurganlık oranındaki düşüş ve kırsaldan kente göçün etkisiyle, son 50 yılda toplam nüfusun 3 kat, yaşlı nüfusun ise 7 kat artış gösterdiği göze çarpmaktadır. Özellikle son 25 yılda, Türkiye'nin yaşlanma hızı en üst düzeye ulaşmış ve ülkedeki yaşam süresi ortalama 14 yıl yükselmiştir. Bugün itibariyle Türkiye, dünyanın en hızlı yaşlanan ikinci ülkesi konumundadır. Fransa'nın 115, İsveç'in 85 ve Avustralya'nın 73 yılda geçirdiği yaşlanma sürecini, Türkiye'nin 15 yıl gibi kısa bir zaman zarfında tamamlayacağı tahmin edilmekteydi, ancak yaşlanma sürecinin ilk basamağı çoktan tamamlamıştır (Arun ve Arun, 2011; Arun, 2018a). Nüfus artış hızında olağan üstü bir değişiklik olmadıkça 2023 yılında her on kişiden ikisi, 2100 yılında ise her on kişiden dördü yaşlı olacaktır (Arun, 2013). Bir toplumda yaşlı oranı %7'yi aştığında o toplum "yaşlı" %10'u aştığında ise "çok yaşlı toplum" olarak değerlendirilmektedir. Bu perspektiften bakıldığında, Türkiye günümüzün yaşlı, 5 yıl sonrasının ise çok yaşlı ülkesidir (Arun, 2018a: 29). Birleşmiş Milletler verileri ile tutarlı olacak şekilde, TÜİK'in 2018'de yayınladığı yaş senaryolarına göre, Türkiye 2050 senesine gelindiğinde 95 milyon nüfusu ile Avrupa'nın en kalabalık ülkelerinden biri olmakla kalmayıp, aynı zamanda % 20'yi aşan yaşlı oranı ile en fazla yaşlı nüfusuna sahip ülkelerin ilk sıralarında yer alacaktır.

Ne var ki günümüzdeki mevcut oranına ve yeteri kadar yaşarsa bir gün herkesin bu süreci deneyimleyecek olmasına rağmen, yaşlı bireyler toplumun belirli kesimleri tarafından olumsuz olarak algılanma eğilimindedir. Bu eğilimin nedeni ise yaşlılık ve yaşlanma kavramlarına açıklama getirmekle anlaşılabilir. Ayrıca bu kavramların ayırt edilmesi, ileride ayrıntılı olarak ele alınacak yaş ayrımcılığının anlaşılmasına da yardımcı olacaktır.

2.2. Yaşlılık ve Yaşlanma

Yaşlanma ortalama insan için ne anlama gelmektedir? Yaşlılık ne zaman başlar? Kimler kendilerini yaşlı olarak tanımlamaktadır? İnsanlar, bir kişinin yaşlandığını tanımlayan kronolojik bir yaş olduğu konusunda hemfikir midir? (Palmore, 1999). Palmore bu soruları sorarak aslında bizi yaşlılık ve yaşlanma ayrımını yapmaya zorlamaktadır.

Her insanın yaşlılığa ilişkin belirli yaş limitleri vardır. Harris (1975: 23)'in belirttiği üzere Amerikalıların bir kısmı, ortalama bir insanın 50 ile 59 arasında; bir kısmı 60 ile 64 arasında; bir kısmı ise 65 ile 69 arasında yaşlandığını düşünmektedir. Bu konuda en sözü geçen kurumlardan biri olan Birleşmiş Milletler ise nüfus tablolarını hazırlarken ve nüfus

projeksiyonlarından bahsederken, (60+) yı “yaşlı” grup olarak tanımlamaktadır. Oysa mütemadiyen kendine has toplumsal bir grup olarak tanımlanan yaşlı insanlar, homojen bir grup olmadıkları gibi, onları yaşlı yapan yaş 60 ya da 65’ten itibaren başlatılamaz, kaldı ki sözü edilen aynı kişiler, 60 ya da 65 yaşına girdikleri gün aniden bir takım kabiliyetlerini yitirmiş insanlar da değildir (Arun, 2017; Arun 2018b: 170).

Yaşlı, yaşlılık ve yaşlanma kavramları bireyin biyolojik sağlığı, zihinsel durumu ve toplumsal işlevi açısından değişen anlamlar içerir (Özkul ve Kalaycı, 2015). İnsanları yaş aldıkça etkileyen biyolojik, ruhsal ve toplumsal süreçlerin birleşimi olarak tanımlanabilecek yaşlanma (Giddens, 2008: 221), doğumla başlayıp yaşam boyu devam eden bir süreçtir; bununla birlikte yaşam döngüsünün farklı aşamalarıyla ilişkili yaşam tarzları ve roller bir kültürün içerisinde öğrenilir (Signorelli, 1979: 1). Bu da demek oluyor ki yaşlanma ve yaşlılık farklı olgulardır.

Belli bir dönemi anlatan kavram olarak karşımıza çıkan yaşlılık, yaşam döngüsündeki gençlik ve yetişkinlikten sonraki son süreç olarak kabul edilmektedir. Bu noktada Molly Andrew (1999) yaşlılığın, insanların kaçınmak ve hatta yok etmek istedikleri tek yaşam aşaması olduğunu ve diğer yaş kategorilerinden farklı olarak bu dönemin, olumsuz olanı dengeleyebilecek olumlu hiçbir içeriğe sahip olmadığını altını çizmektedir (Calasanti, vd., 2012: 20). Yaşlılık toplumsal bağlamlarda yerleşiktir ve toplumsal etkenler tarafından şekillendirilir. Bu yüzden yaşlanmayı salt yılların geçmesi sonucu insan bedeninde oluşan bozulma olarak düşünmek yerine, onu ruhsal ve toplumsal boyutlarıyla da değerlendirmek gerekir; zira yaşlanma sadece biyolojik bir süreç değildir. Sözü edilen üç farklı, ancak birbiriyle ilişkili bu boyutu Giddens (2008) fiziksel bozulmaya gönderme yapan “biyolojik yaşlanma”, zihinsel yeteneklere gönderme yapan “ruhsal yaşlanma” ve yaşa ilişkin kültürel normlara, değerlere ve rol beklentilerine göndermede yapan “toplumsal yaşlanma” olarak üç gruba ayırır ve bir yerde yaş ayrımcılığını toplumsal yaşlanmayla eşitler.

Çeşitli çalışmalar, biyolojik yaşlanmanın bir kişinin yaşamı boyunca ortaya çıkan nesnel ve öznel dönüşümlerinin önemli bir işareti olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmalara göre ileri yaş, duysal performans ve yürüme hızı gibi fiziksel yeteneklerin bozulması ile ilişkilidir (Lev, vd., 2018: 53). Doğum tarihine göre bireyin sahip olduğu yaşa gönderme yapan kronolojik yaştan farklı olan biyolojik yaşlanmada, sözü edilen bu bozulmaların hangi yaşta ortaya çıkacağı kesin olarak bilinmemekle birlikte, bu sürece giriş genetik olarak kişiden kişiye göre değişmektedir. Yaşlanmanın görsel yansıması olan bu süreç, çeşitli kişisel tedbirler ile bir süre ötelenebilse de, sonunda kendisini sübjektif olarak göstermesi kaçınılmazdır. İnsan yaşamında belli bir süre sonra meydana gelen görmede güçlük çekme, duyu kaybı, derinin git

gide elastikiyetini kaybederek kırılması, kas kütleindeki azalma ve nefes yollarındaki daralma sonucu kalp-damar etkinliğindeki düşüş biyolojik yaşlanmanın, eğer yeteri kadar uzun yaşarsa, her insanda görülecek evrimsel sonucudur.

Yukarıda sayılan fiziksel, duyuusal ve kardiyovasküler düşüşe eşlik ettiği düşünölen bir diğer yaşlanma ise ruhsal yaşlanmadır. Bellek ve öğrenme yeteneğindeki düşüşe gönderme yapan bu yaşlanma, aslında toplumda var olan önyargının bir sonucudur; zira yaşlanma ile zihinsel hastalıkların arttığına dair önemli kanıtlar hala elde edilememiştir (Giddens, 2008: 222). Toplumsal yaşlanma ise belirli bir kronolojik yaş ile kültürel olarak eşleşen normlar, değerler ve rollerden oluşmaktadır (Giddens, 2008: 222). Deneyimin toplum tarafından şekillendirilmesiyle anlam kazanan toplumsal yaşlanma, toplum içerisinde neleri yapabileceğimiz, nasıl davranacağımız, neleri yapmamız ya da yapmamamız ve nasıl bir kişi olmamız gerektiğine dair beklentileri ve varsayımları içermektedir (Arun, 2018a: 11). Akçay (2011: 15), biyolojik yaşlanmadan önce başlayan toplumsal yaşlanmanın efsaneler, değerler ve kalıp yargılardan oluşan toplumsal bir olgu olduğunu ifade ederek, bir anlamda yaş ayrımcılığının altında yatan temel mekanizmanın toplumsal yaşlanma olduğuna gönderme yapar.

Önemli bir ayrımın altını çizmek bu noktada çok önemlidir: Biyolojik ve ruhsal yaşlanma ne kadar öznel olgularsa, toplumsal yaşlanma da bir o kadar nesnel bir olgudur; zira Çin, Kore ve Japonya gibi uzak doğu uygarlıklarındaki yaşlılar, tarihsel belleklerinin kendilerine sağladığı avantaj sayesinde bilge kabul edilerek nispeten saygı görürken; sanayileşme sonrası modern Batı toplumlarında, zamanın gerisinde, toplumun geri kalanına yük olan insanlar olarak kabul edilmektedir. Ancak küreselleşen ve tek pazar haline gelen günümüz dünyasında kültürler iç içe geçmiş ve Batı'nın toplumsal değerleri kültürel emperyalizm sürecinde ortak değerler haline gelmiştir. Sonuç olarak, sözü edilen değerlerden herhangi bir tanesi olan “yaş” olgusu da küreselleşmeden nasibini almıştır. Gerek günümüzdeki, gerekse gelecekte daha da artacak olan yüksek oranına rağmen yaşlılar, neredeyse dünyanın bütün topluluklarında ya görmezden gelinmektedir ya da diğer yaş kategorilerine kıyasla daha az önemsenmektedir. Yaşlılara karşı takınılan bu olumsuz tutum zaman içerisinde, insanların ya da grupların yaşlarından dolayı olumsuz anlamda ayrımcılığa maruz kalmaları anlamına gelen “yaşçılığa”, literatürde geçen ismiyle “ageisme” dönüşmüştür.

2.3. Yaşçılık

Bir kişiye ya da gruba yaşından dolayı olumsuz anlamda ayrımcılıkta bulunmak anlamına gelen yaşçılık, modern toplumlarda eskiden beri varlığını sürdüren bir olgudur; çünkü cinsellikteki/hafızadaki düşüş algısı ve yaşlılık ile ilişkilendirilen hastalıkların insanlarda uyandırdığı duygudan kaynaklanan yaşlanmaktan korkma ve hoşnutsuzluk, insan doğasının bir parçasıdır (Ageism in America, 17). “Yaşçılık” terimi ilk kez, Washington Post muhabiri Carl Berstein ile yaptığı röportajda, yaşlı yetişkinler için önemli bir psikiyatrist ve güçlü bir avukat olan, Columbia Yaşlanma Konusunda Danışma Komitesi başkanı, Robert Butler tarafından kullanılmıştır (Achenbaum, 2015). Irkçılık ve cinsiyetçilikten sonra Amerikan toplumundaki üçüncü büyük “ism” olan yaşçılık, son ve en önemli ayrımcılık türü olarak nihai bir önyargıya ve en acımasız reddetmeye gönderme yapmaktadır (Palmore, 2001: 572). Bu durumda yaşçılık, genç ve orta yaşlı insanlarda derinlemesine oturmuş bir huzursuzluğu yansıtır. Onlar için yaşlanmak hastalık, sakatlık, tiksinti, hoşnutsuzluk, güçsüzlük, yararsızlık ve ölüm korkusu demektir (Butler, 1969). Kavramın henüz çok yeni olmasından kaynaklanan karmaşık yapısı ve eğer yeteri kadar uzun yaşarsa bir gün herkesin bu ayrımcılık türüyle yüzleşecek olması ise yaşçılığı ırkçılık ve cinsiyetçilikten ayıran en önemli iki etkendir (Palmore, 2001: 572).

Nelson (2005)’un bulguları, yukarıda sözü edilen farkların her ikisini de destekler niteliktedir. Nelson, Amerika’da yapmış olduğu sosyal bilimler alanındaki literatür taraması sonucunda, ırkçılık için 3.111, cinsiyetçilik için 1.385, yaşçılık için ise sadece 294 makaleye ulaşabilmiştir. Yine de yaşa dayalı önyargı ve ayrımcılık üzerine yapılan az sayıdaki çalışma, bu tutumun şaşırtıcı derecede yaygın olduğunu ve potansiyel olarak toplumsal yaşamın birçok alanını etkilediğini göstermektedir. Gerçekten de yaşlı bireyler, bugün yaşlarından dolayı toplumsal yaşamın birçok alanında ayrımcılığa uğramaktadır. Söz gelimi çalışma hayatında, yaşın artmasıyla birlikte verimin düştüğüne dair herhangi bir kanıt olmamasına rağmen, bu bireylere önyargıyla yaklaşılmaktadır. Yaşlı bireyler sağlık alanında da ayrımcılığa uğramaktadır. Bu bireyler sağlık hizmetlerinde bir yandan ikinci sınıf insan muamelesi görürken, diğer yandan yaşlılık konusu tıp fakültelerinde en az vurgulanan konuların başında gelmektedir. Yaşlıların ayrımcılığa uğradıkları alanlardan bir diğeri ise akademi. Nelson’un verilerini doğrular şekilde yaşçılık, en etkili ve kurumsallaşmış önyargı biçimlerinden biridir, öyle ki akademik alandaki araştırmacılar bile, yaş ayrımcılığını çalışılacak bir fenomen olarak görmezden gelme eğilimindedir (North ve Fiske, 2012).

Yaşlıların ayrımcılığa uğradıkları ve toplumdaki insanların bu durumu farkında olmadan içselleştirdikleri en geniş alanlardan bir diğeri ise medyadır. Yaşlılar genelde medyada özelde ise televizyonda ya görmezden gelinmektedir ya da genellikle olumsuz

stereotipleştirmeler ile resmedilmektedir. Söz gelimi Gerbner ve arkadaşları, gerçek Amerikan nüfusundaki sayılar ile karşılaştırılamayacak derecede az temsil edilen yaşlıların imajlarının, televizyon izleyicilerinin zihninde nasıl bir algıya yol açtığını sorgulamış ve yapmış oldukları yetiştirme çözümlmeleri sonucunda, televizyonu çok izleyen kişilerin yaşlıları yok olmakta olan bir tür olarak tanımladıklarını tespit etmiştir. İnsanlar ırklarını ya da cinsiyetlerini seçemezler, ancak nasıl olur da genç ve orta yaşlı insanlar, bir gün yaşlanacaklarını ve aynı muamelelerle karşılaşacaklarını bile bile yaşlılara karşı ayrımcı tutum takınırlar? Bu sorunun cevabını bulmak için yaşçılığın kökenlerini açıklayan temel bazı kuramlara göz atmakta fayda vardır.

2.4. Yaşçılığın Kökenleri

North ve Fiske (2012) yaşçılığının kökenlerini açıklamaya çalışan ve çeşitli düzeylerde (evrimsel, sosyo-kültürel, bireyler arası, bireysel) işleyen 4 farklı kuramdan bahsetmektedir. Bu birbirinden farklı toplumsal, biyolojik ve psikolojik temelli kuramlar, yaşçılığın köken ve dinamiklerinin aydınlatılmasında bizlere ışık tutmaktadır. Ayrıca, Ayalon ve Tesch-Römer (2018) bu kuramların aynı anda birbirleriyle ilişkili olabileceklerinin ve iç içe düşünölebileceklerinin altını çizmektedir.

2.4.1. Evrimsel Kuramlar

Yaşçılığa Darwinian bakış açısıyla yaklaşan evrimsel kuramlar, gençliğin yaşlılığa kıyasla daha tercih edilesi bir olgu olduğu varsayımıyla yola çıkmaktadır. Bu kuramlara göre genç ve orta yaşlı insanlar, yaşlıların görünüş ve davranışlarındaki değişiklikleri zayıflık belirtisi olarak algıladıkları için, onlara karşı olumsuz tutum takınabilmektedir (North ve Fiske, 2012). Bu kuramlara göre, insanlar bir grubun parçası olarak programlanmıştır ve bu insanlar kendi refahlarının, grubun diğer üyelerine bağlı olduğunu bilir. Bu durumda, bir kişinin yaşı, serveti, itibarı ve sağlığı o kişiye yardımın sağlanıp sağlanmayacağı belirlenirken dikkat edilen temel etkenlerdir. Bunun ana nedeni daha fazla üreme ve üretme potansiyeline sahip olduğu düşünölen bireylere yardım edilme olasılığının daha yüksek olmasıdır. Bununla birlikte, tehlikeli bir durumdan kaynaklanan tehdit derecesi, yardım etmeye istekli insanların belirlenmesinde önemli bir faktördür. Başka bir ifadeyle insanların, hayati tehlikesi olan bir grup içerisinde yer alan akrabalarına ve daha genç, sağlıklı ve varlıklı olanlara yardım etme olasılığı daha yüksektir (Ayalon ve Tesch-Römer, 2018: 6).

Bu kuramlar, önyargı ve ayrımcılığın kaçınılmaz ve değiştirilmesinin neredeyse imkânsız olduğunu iddia eder. Söz gelimi Fishbein, insanların kendilerine genetik olarak daha

çok benzeyen bireyleri tercih etme eğiliminde olduğunu savunmaktadır. Bu nedenle önyargı gelişimi, grup kimliğinin gelişimi ile erken yaşlarda yeşermeye başlar (Mendonça, vd. 2018: 521). Hayvanlar âlemi, toplumsal dışlamanın kanıtlarıyla doludur. Özellikle şempanzeler, grubun hasta veya zayıf üyeleri başta olmak üzere, grup normlarını ihlal eden, grup kaynaklarını tehdit eden ve grup dışına saldıran üyeleri rutin olarak dışlamaktadır (Kurzban ve Leary, 2001 akt. Marcus ve Sabuncu, 2015: 1009). Yaşçılığı, fiziksel uyum ve güç kriterlerine göre açıklamaya çalışan evrimsel kuramların yanı sıra, tarihsel bir çizgi içerisinde modernizm öncesi ve sonrası dönemde yaşanan gelişmelere bağlayarak açıklayan sosyokültürel kuramlar da mevcuttur.

2.4.2. Sosyokültürel Kuramlar

Yaşçılığın kökenlerini tarihsel bir bakış açısı ile açıklayan sosyokültürel kuramlar, yaşlı bireylerin tarih öncesi ve modernite sonrası görmüş oldukları muamele değişikliklerinin altında yatan nedenleri araştırmaktadır. Bir başka ifade ile bu tür modernleşme kuramları, yaşlıların geleneksel tarım toplumlarından modern endüstriyel toplumlara geçişte yaşadıkları statü kayıplarına odaklanır. Tarım toplumlarının çoğunda, yaşlıların toplum içerisindeki en saygı duyulan kişiler oldukları görülmektedir. Yıllar boyunca biriktirmiş oldukları deneyimleri sayesinde bilge sayılan yaşlılar, geleneklerin ve tarihin koruyucusu konumundadır. Hatta İncil'de yazdığı üzere, eğer bir kişi 50 yaşın ötesinde yaşamışsa, tanrının o kişiyi ilahi bir amaç için seçtiğine inanılmaktadır. Ancak zaman içerisinde, anlattıkları hikâyeler sayesinde tarihin ve geleneğin koruyucusu olan yaşlıların konumunu değiştiren iki önemli gelişme yaşanmıştır. Matbaanın icadı yaşlıların otoritesini sarsan ilk gelişme olmuştur. Matbaanın icadından sonra bir toplumun ya da kabilenin kültürü, geleneği ve tarihi kitaplar aracılığıyla ilelebet tekrarlanabilir hale gelirken, o hikâyeleri bünyesinde barındıran yaşlılara artık ihtiyaç kalmamıştır (Branco ve Williamson, 1982, akt. Nelson, 2005: 208). İkinci büyük gelişme ise, yaşlılara karşı düşmanca bir tavır takınılmasına neden olan ve ironik olarak yaşlı ve genç arasındaki geleneksel bağları tahriş eden sanayileşmedir (Stearns, 1986: 9). Nelson (2005: 208)'a göre, sanayileşme ailelerden büyük bir hareketlilik talep etmiştir, ancak bu hareketli olma baskısı, içerisinde yaşlı birey barındıran geleneksel aile yapısına uygun değildir. Aynı zamanda sanayileşme ile başlayan iş türlerinin hem ağır ve el emeğine dayalı olması, hem de bu işlerin öğrenilmesinin uzun zaman gerektirmesi, yaşlı bireyler için uyum sorununa yol açmıştır. Yaşanan bu önemli gelişmeler, genç ve orta yaşlı bireylerin yaşlılığa karşı olumsuz tavır takınmasıyla sonuçlanmıştır.

Cuddy ve Fiske (2002: 12-13), söz konusu modernleşmenin, toplumsal yapıda dönüştürdüğü yapıları şu şekilde açıklamaktadır: Öncelikli olarak, gelişen sağlık hizmetlerinin ortalama insan ömrünü uzatması, yaşlıların toplumdaki oranını hızla artırmıştır. Bu nüfusla başa çıkma konusunda hazırlıksız yakalanan toplumlar ise yaşlılığı olumsuz niteliklerle ilişkilendirmeye başlayarak, bu insanları topluma katkıda bulunmayan “yük” olarak kabul etmiştir. Bunun sonucunda emeklilik kurumsallaşmış ve yaşlı bireyler eskisine oranla daha az itibarlı işlere yöneltilmiştir. Toplumsal yapıda dönüşüme yol açan ikinci büyük gelişme ise kentleşmedir. Gençleri evlerinden uzağa sürükleyen kentleşme, geniş aile üyeleri arasındaki yakın bağların çöküşünü tetiklemiş, bu durumun kaçınılmaz sonucu olarak da büyükanne ve büyükbabalar bilgelik için aranan kişiler olmaktan çıkmıştır. Son olarak eğitimin halkın tabanına kadar nüfus ettirilmesi, okuryazar oranını artırmış, bu da kültürel bilgi ileticisi olan yaşlıların uzun süredir devam eden konumlarını sarsmıştır. Tüm bunlar bir araya gelince, yaşlı bireyler statü kaybına uğramıştır.

2.4.3. Bireylerarası Kuramlar

Yaşlı bireylerle yüz yüze etkileşime odaklanan ve sosyokültürel görüşle yakından ilişkisi olan bu kuramlar, yaşlı bireylerin çekici olmayan fiziksel görünümünün, hem çocuklar hem de yetişkinler üzerinde genellikle olumsuz algılara yol açtığını iddia etmektedir. Bir başka ifade ile yaşlı insanların diğer yaş grubundaki insanlara kıyasla, fiziksel olarak daha “itici” görünüme sahip olmaları, diğer insanların gözünde onların değerini düşürmektedir (North ve Fiske, 2012). Benzer şekilde yaşlıların, diğer insanlar üzerinde uyandırdığı duygulara odaklanan bir diğer yaklaşım ise bireysel düzeydeki kuramlardır.

2.4.4. Bireysel Düzeydeki Kuramlar

Yaş stereotipleştirmelerini, egoyu koruyucu bir işleve hizmet etmek olarak tanımlayan (North ve Fiske, 2012) bu kuramlar, insanların kendilerini bilinçlendirmelerine izin veren bilişsel yeteneklere sahip olduğunu ileri sürmektedir. Bu bilinç, insanların kırılabilirlik ve ölümleriyle ilgili farkındalıklarına yansımaktadır. Söz gelimi Ernest Becker'in (1962, 1973, 1975) yazılarına dayanan Greenberg'in (vd., 2002) *Terör Yönetimi Kuramına* göre, yaşlılar azalan güzellikleri, sağlıkları ve duyuları ile yaklaşmakta olan ölümü hatırlatarak, yaşlı olmayan insanlar üzerinde kendilerini ayırıştırma arzusu uyandırmaktadır. Greenberg ve arkadaşları (2002: 30), insanların günün herhangi bir saatinde cinayet, doğal afet ve kaza gibi birçok ölümü hatırlatan haber ile karşı karşıya kalsalar bile, bu tür durumlara karşı kendi önlemlerini alma girişiminde olabileceklerini belirtmektedir. Ancak ne zamanki genç biri, yaşlı

bir insanı görür, işte o zaman kaçınılmaz kaderi ile yüzleşir. Bu açıdan yaşlılar, toplumun geri kalanı için kaçınılmaz kaderi hatırlatan, tehdit edici bir unsur olarak görülür. Blain ve Brenchle (2017: 180)'in de belirttiği gibi ölüm, söz edilen kaçınılmaz kaderin son basamağıdır. Yaşlılar diğer insanlara gençliğin bir gün kaybolacağını ve hayatın sona ereceğini hatırlattığı için, onları görmek bu insanlar üzerinde yıpratıcı bir kaygı yaratır.

Toplumsal Kimlik Kuramına göre, bir insan yaşa dayalı yargılarda bulunduğu zaman, kendi yaş grubuna üye olan ya da olmayan bir kişiyi değerlendirmiş olur. Bu ön kabul, insanların pozitif bir öz kimliğe sahip olmak istediklerini iddia eden toplumsal kimlik kuramının merkezini oluşturmaktadır. İnsanların öz kimliğinin büyük bir kısmı, grup kimliklerinden oluştuğu için, insanlar ait oldukları gruplar hakkında olumlu hissetmek ister. Bu pozitif grup kimliğini elde etmenin en birincil ve kolay yolu ise kendi grupları ile diğer gruplar arasında pozitif ayrımcılık yapmaktır (Kite, vd., 2002). Böylece insanlar, grup içi saygınlıklarını korumak adına kendilerinden olmayanları uzaklaştırabilir.

Stereotip Düzenleme Kuramına göre, yaşlanma ve yaş stereotipleri ayrı işlevleri olan kavramlar olarak görülmektedir. Bu nedenle yaşlı bireylere karşı olan doğal isteksizlik, insanların egosunu yaşlılık ve ölüm tehdidinden korumaya hizmet eder (Marcus ve Sabuncu, 2015: 1009). Bu kuram, yaşlı bireylerin olumsuz stereotiplerine maruz kalmanın, yaşçılığın içselleştirilmesine yol açtığını iddia etmektedir. Bu durumda yaşlı bireyler, yaşamları boyunca kendi yaş gruplarına yönelik olumsuz tutumları dolaylı olarak içselleştirmiştir. Bu iddiaları destekleyen çeşitli araştırmalar, yaşlıların olumsuz stereotiplerinin ve yaşlanma algısının sağlık, uzun yaşam ve bilişsel performans üzerinde olumsuz etkileri olduğunu göstermiştir.

Stereotip İçerik Kuramı ise, insan gruplarının genellikle farklı yeterlilik seviyelerine göre sınıflandırıldığını ileri sürmektedir. Bu anlamda yaşlı yetişkinler, genellikle sıcak ama beceriksiz olarak algılanırlar. Bu algılar da daha fazla acıma ve sempati, ancak daha az imrenme duygusuna yol açar (Cuddy ve Fiske, 2002: 10). Bu iddiayı doğrulayan birçok araştırma, yaşlılık algısının hem olumlu hem de olumsuz klişelerde ve duygusal tutumlarda ortaya çıktığını göstermiştir (Ayalon ve Tesch-Römer, 2018: 52).

Açıkça görüldüğü üzere, yaşçılığın kökenlerine dair net bir görüş birliği yoktur; ancak hangi perspektiften bakılırsa bakılsın, genç ve orta yaşlıların yaşlılara, hatta yaşlıların bile kendi yaş gruplarına karşı takındıkları bu yaş ayrımcı tutum, sadece bireysel temelde düşünülmemelidir. İşte tam bu noktada yaşçılık türlerinden bahsetmek elzemdir. Buna göre yaşlı bireylere yaşlarından dolayı takınılan fikrîsel tavır “bireysel yaşçılık” olarak adlandırılırken, bireylere ya da gruplara, yaşlarından dolayı ayrımcılık yapan misyonlar, kurallar ve uygulamalar (zorunlu emeklilik, fayda maliyet analizlerinde değersizleştirilmeleri

gibi) bütünü “kurumsal yaşçılığa” gönderme yapmaktadır. Bir sosyal bilimcinin amacı ise, yaş ayrımcı dünya görüşüne sahip bir kişinin, bu tutumunun bilincinde olup olmadığını sorgulamak olmalıdır. Bu ise bizi “kasıtlı” ve “kasıtsız” yaşçılık ayrımını yapmaya zorlamaktadır. İnsanların yaşlı kişi ya da gruplara karşı zihinlerinde oluşturdukları önyargılı fikirler, tutumlar, kurallar ve uygulamalar kasıtlı yaşçılık olarak adlandırılırken; kasıtsız yaşçılık, insanların yaşlı kişi ya da gruplara karşı farkında olmadan takınmış oldukları önyargılı fikirlere, tutumlara, kurallara ve uygulamalara gönderme yapar.

Bahsi geçen yaşçılık türlerinin belki de en tehlikelisi kasıtsız yaşçılıktır. Çeşitli tedbirler ve politikalar ile yukarıda sözü edilen bireysel, kurumsal ve kasıtlı yaşçılık tutumlarının önüne geçebilme ihtimali ne kadar yüksekse, kasıtsız yaşçılığın önüne geçmek bir o kadar zor olabilir; çünkü adından da anlaşılacağı üzere kasıtsız yaşçılık, yaşlılara karşı takınılan tutumların içselleştirilmiş halidir. İşte bu noktada Gerbner’in Yetiştirme Kuramı için yapmış olduğu tanım tekrar gündeme gelmektedir. İlk bölümden de hatırlanacağı üzere insanlar şeylere karşı olan tutum ve yargılarını ya doğrudan deneyimleyerek ya da dinledikleri hikâyelere göre belirlerler. Çoğu şeyin doğrudan deneyimlenme imkânı olmadığı durumlarda insanlar, kaçınılmaz olarak anlatılan hikâyelere başvurur. Bu noktada, televizyonun günümüz dünyasının hikâye anlatıcısı olması, yukarıda sözü edilen kasıtsız yaşçılığa gönderme yapmaktadır. Nihayetinde “yetiştirme”, televizyon izleyicisinin televizyon dünyasının gerçekliğini bilinçsizce, rastlantısal ve “kasıtsız” olarak içselleştirmesidir. İnsanlar ve olgular hakkındaki bu kasıtsız öğrenmenin yolu ise stereotipler üzerinden gerçekleşir. Bir başka deyişle diğer ayrımcılık türlerinde olduğu gibi, yaşçılık da stereotipler üzerinden görünür hale gelir.

2.5. Medya ve Stereotipler

Amaç yaşlıların günümüzdeki algılanışlarının arkasında yatan faktörleri anlamak olunca, tarihsel bir arka plana ihtiyaç duyulmaktadır, zira bu arka plan, yaşlı tasvirinin zaman içerisinde nasıl değiştiğini kavramamıza olanak sağlayacaktır. Buna göre yaşlılar ile ilgili üç tür arketipten bahsedilmektedir. Birinci arketipler, zayıf bedenli yaşlıları beyaz saçlı, dişsiz ve yüzündeki kırışıklar ile betimlemektedir. İkinci arketiplerde yaşlılar, fiziksel ve toplumsal bağlamda gençlerden farklılaştıkları noktalar açısından tasvir edilirken, onların statü ve deneyimlerindeki çeşitlilikler de ön plana çıkartılır. Ötekileştirilmiş olmanın onlar üzerindeki etkileri görmezden gelinir, şiddete ve ihmale maruz kalırlar. Üçüncü arketipler ise toplumsal cinsiyet rollerine gönderme yapmaktadır. İktidarın bakan gözünden, gençlikle özdeşleştirilen “güzelliği” ve “çekiciliği” yitmiş olan yaşlı kadınlar, yaşlı erkeklere kıyasla çifte dozda ayrımcılığa maruz kalırken, toplumsal açıdan daha fazla mahrumiyet ve kayıp yaşamaktadır.

İşte toplumsal ilişkiler içerisinde kültürel olarak inşa edilmiş bu betimlemeler, yaşlılığa ilişkin önyargı, korku ve olumsuz algıların dayanağı olan tarihsel arka planı oluşturmaktadır (Arun, 2018b: 172). Bu arketipler zaman içerisinde, günümüzde toplumun her yaş grubunu ortak algıda buluşturan stereotiplere dönüşmüştür. Genellikle insanların, başka bir grubun üyelerine yönelik algılarını, tutumlarını ve davranışlarını etkileyen stereotipler, gruplar ve kişilerarası ilişkilerde çok güçlü araçlardır. Sabit zihinsel imgeler olarak tanımlanan ve herhangi bir grubun tüm üyelerine ayırım gözetmeden uyarlanan stereotipler, bu gruplar hakkındaki inançları şekillendirir. Bu stereotipler aynı zamanda toplumsal etkileşim sürecinde, kısmen doğru ya da tamamen hatalı yaratılmış olan ve olumlu görüşleri dile getirme fırsatı vermeden insanların beklentilerini ve tepkilerini şekillendiren toplumsal olgulardır (Okeye ve Obikeze, 2005: 439).

Bu stereotiplerin gün yüzüne çıkmasında, kitle iletişim araçları hayati rol oynamıştır. Medyanın, insanların zihinlerindeki dünya imajına olan katkısının tartışıldığı yıllar, yirminci yüzyılın başlarında Lippmann'ın (1922) "kafamızdaki resimler" den söz ettiği döneme denk gelmektedir. Lippman'a göre bu resimler sadece kişisel deneyimlerimizle değil, diğer insanlardan öğrendiklerimizle de oluşmaktadır. Dolayısıyla, edindiğimiz stereotip algılarımız, toplumsal etkileşimin ürünleridir. Lippman'dan bir süre sonra, Kenneth Boulding (1956), dünyanın geri kalanıyla ilgili fikirlerimizi oluşturan ve düşüncelerimizde saklı tuttuğumuz "imajları" tartışmıştır. Ona göre, bugün dünya hakkında bildiğimiz şeylerin çoğu, şeyler hakkında diğer insanlarla hemfikir olmamızdan kaynaklanmaktadır ve bunların pek azı kişisel deneyimlerimize dayanmaktadır. İnsanlar birbirlerinin zihinlerinde dünyaya ilişkin resimler ve imajlar oluşturamadıkları zamanlarda ise devreye kitle iletişim araçları girmektedir (Gorham, 1999: 232).

Gerbner ve arkadaşları (1981b) kitle iletişim araçlarının bu yetisini, televizyon özelinde değerlendirmiştir. Onlara göre insanlar cinsiyete ya da yaşa özgü davranışlar, roller ve ahlak anlayışı ile doğmamaktadır, aksine bunlar kültürel bir bağlamda öğrenilmektedir. İnsanlar, fikir sahibi olmadıkları olgular, kişilikler ya da gruplar ile ilk kez karşı karşıya kaldıklarında, onlar hakkında kabaca bir yargı oluşturabilmek için, kültürlenmelerinde rol oynayan stereotiplere başvurur. Bununla birlikte, insanların stereotipler hakkındaki genel kanılarını, birebir ilişki içerisinde oldukları toplumsal çevreleri şekillendirirken, modernleşen dünyada artık bu görevi televizyon yerine getirmektedir. Televizyon, insanların gerçeklik algılarını etkileyebilecek birçok faktörden sadece biri iken, nüfusun büyük kesimi için cinsiyet, ırk ya da yaş ile ilgili belirli kavramların ve davranış kalıplarının en yaygın kaynağı haline gelmiştir. Gerçekten de insanlar toplumsal gerçeklik hakkındaki resimleri birbirlerinin kafalarında oluşturmadan önce,

daha bebeklikten televizyonun karşısına geçmektedir. Böylelikle televizyon, insanların toplumsal gerçeklik imajlarına katkıda bulunan birincil kaynakların önüne geçmiş olur.

İnsanlar, televizyonun karşısına geçtikleri zaman cinsiyetler, meslekler, ırklar, yaşlar ve daha birçok gruplar bağlamında stereotipler ile karşı karşıya kalmaktadır. Kolayca tanınan ve anlaşılabilen davranış kalıplarıyla uyumlu olan bu stereotipler, televizyon haberlerinden reklamlara, hatta çizgi filmlere kadar neredeyse bütün televizyon formatlarına nüfuz etmiş durumdadır. Gerbner ve arkadaşları (1980), erken dönem çalışmalarında homojenleştirilmiş televizyon mesajlarına tekrar tekrar maruz kalmanın, izleyicinin gerçeklik algısını etkileyebileceğini ve medyadaki stereotiplerin, izleyicilerin belirli kalıp yargıları belirli gruplarla ilişkilendirmelerinde aracı rolü oynayabileceğini öne sürmüştür. Onları izleyen birçok araştırmacı da ırk ve cinsiyet başta olmak üzere, yaşama dair birçok fenomenin medyadaki tasvirleriyle izleyici algılarının uyumlu olup olmadığını araştırmıştır.

İrk ve cinsiyete dair algılarla birlikte, bir diğer önemli olgu ise yaştır. Pickering (2015)'e göre stereotipler her zaman iki yönlüdür, ancak tek taraflı bir ilişki içinde gerçekleşir ve mevcut statükonun lehine çalışır. Bir stereotipe atanan kişilik daha sonra, öyle olmasa bile, o stereotip olarak görülmeye başlanır. Dolayısıyla o stereotipe atanan kişilerin kimlikleri ve davranışları doğal, gerekli ve değiştirilemez olarak görülür. Cruikshank (2009: 141) bunu, stereotiplerin düalistik düşünce yapısı gerektirmesi olarak açıklar. Siyah/beyaz, dişil/eril, yaşlı/genç gibi keskin şekilde farklılaştırılmış çiftler birbirlerine aşinalık sağlar. Geçtiğimiz yıllarda, cinsiyet farklılıkları daha az katı hale gelmiştir ve ırksal farklılıklar günümüzdeki çok kültürlü toplumları artık eskisi gibi çerçeveleyememektedir. Ancak yaşlı/genç karşıtlığı her zaman olduğu gibi sabit kalmaktadır. Bu karşıtlık yaşlanmanın karmaşıklığını bulanıklaştırır ve yaşlıları diğer yaş gruplarına kıyasla daha az değerli hale getirir.

Aslına bakılırsa çoğu insan, çocukluğundan beri yaş ayrımcı tutumlar sergilemek konusunda eğitilmiştir. Öyle ki insanlar büyüdükçe önyargılarını ve klişelerini destekleyen ipuçlarını aramaya ve keşfetmeye devam etme içgüdüleriyle hayatını sürdürmektedir; çünkü insanları eylemlerine göre algılamak ve bu algıların o kategoriye en uygun olduğuna inanmak insanın doğasında vardır (Raina ve Balodi, 2014). Ancak şunu belirtmekte fayda var ki yaşçılık ve stereotipleştirme birbirinden farklı olgulardır; zira Lippman'ın "kafamızdaki resimler" ine atıf yaparcasına "bir insan ya da olgu hakkında inanılan sabit ve basitleştirilmiş bir görüntü ve fikir" olarak tanımlanan stereotipler, olumlu özelliklere de gönderme yaparken, yaşçılık sadece yaşlıların olumsuz özellikleriyle ilgili takınılan tutumları tanımlar. Ancak yine de Chasteen (2000: 148) insanların yaşlılığa karşı olan olumsuz tutumları, olumlu tutumlara kıyasla açık ara daha fazla yansıtma eğiliminde olduğunu kanıtlayan birçok araştırmanın varlığından söz

etmektedir. Bunda şaşılacak bir durum yoktur, çünkü stereotipler genellikle olumsuzluğa atıfta bulunur (Blum, 2004: 251). Bütün toplumların, üyelerini sınıflandırmak için ırk, cinsiyet ve yaş değişkenlerini kullandığını söyleyen Palmore (1999) yaşlılığa dair olumlu ve olumsuz stereotipleri gruplar halinde açıklamıştır.

2.5.1. Olumsuz Stereotipler

Yaşlanmanın medyadaki tasviri, yalnızca toplumdaki yaygın yaş ayrımcılığını yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda olumsuz stereotipleri de büyük ölçüde pekiştirir (Roanova, 2010). Yaşlı bireylere karşı önyargı, olumsuz stereotipler ve olumsuz tutumlar olmak üzere ikiye ayrılabilir. Bu durumda stereotipler, yaşlı bir grup hakkında yanlış ya da abartılı inançlara neden olabilmektedir. Unutulmaması gereken şey ise stereotipler ile tutumların beraber hareket etmesidir. Daha bilişsel olan stereotipler genellikle olumsuz tutumlar üretmekte ve bu olumsuz tutumlar da olumsuz stereotipleri desteklemektedir (Palmore, 1999: 19).

Yaşlılara yönelik olumsuz önyargıları yansıtan en az dokuz temel stereotip vardır: Bunlar hastalık, iktidarsızlık, çirkinlik, zihinsel gerileme, zihinsel hastalık, yararsızlık, tecrit, yoksulluk ve depresyondur.

Stereotip 1: Yaşlıların çoğu sakat ya da hastadır.

Gerçek: 65 yaş üstü insanların % 85'inden fazlası, kendi aktivitelerini gerçekleştirebilecek kadar sağlıklıdır; hatta akut hastalığa sahip gençlerin sayısı yaşlıların iki katıdır. Bu durum, yaşlıların gençlere kıyasla kendilerine daha iyi bakmalarından kaynaklanmaktadır. Ayrıca kendilerini tehlikeye atacak durumlardan kaçındıkları için sakatlık oranları da sanılanın aksine daha azdır.

Stereotip 2: Yaşlıların cinsel hayatı yoktur.

Gerçek: Yapılan araştırmaların çoğu, yaşlı insanların cinsel hayatlarının devam ettiğini ve gençlik yıllarına kıyasla daha tatmin edici ilişkiler yaşadıklarını göstermiştir.

Stereotip 3: Yaşlılar çirkindir.

Gerçek: Sübjektif değer yargılarını yansıtan güzellik/çirkinlik algısı, Amerikan kültürünün ürünüdür; dolayısıyla bu yargı doğu toplumlarının değer yargılarını yansıtmamaktadır.

Stereotip 4: Yaşlıların zihinsel kapasiteleri düşüktür.

Gerçek: Yaşın artmasıyla birlikte düşüşe geçtiğine inanılan öğrenme ve hatırlama yeteneğindeki gerileme, gerçeği yansıtmamaktadır. Özellikle televizyon dizilerindeki yaşlı karakterlerin, teknoloji adaptasyonunda yaşadıkları sorunlar, klişeden başka bir şey değildir. Öğrenmedeki yavaşlık ya da aksaklık doğrudan doğruya yaşa bağlanmamalı, karşı tarafın

öğretme becerisi gibi faktörler de göz önüne alınmalıdır. Ayrıca bugün sosyal medya kullanan yaşlı bireylerin sayısı azımsanmayacak kadar fazladır.

Stereotip 5: Yaşlılar arasında zihinsel hastalıklar çok yaygındır.

Gerçek: Yaşlılarda zihinsel hastalıkların yaygınlığına dair kanıtlanmış herhangi bir araştırma yoktur.

Stereotip 6: Yaşlılar bir işe yaramaz.

Gerçek: Yaşlılar arasında fiziksel ve zihinsel handikapların yaygın olduğuna dair inanç, kaçınılmaz olarak bu stereotipin önünü açmıştır. Bu inanç, zorunlu emeklilik politikaları, işe alım ve terfi konularındaki ayrımcılığın temel dayanağıdır. Ancak gerçek şudur ki yaşlıların çoğu en az gençler kadar verimli çalışmaktadır. Hatta deneyimlerinden dolayı işe bağlılık ve devamlılıklarının, gençlerden daha fazla olduğu söylenebilir.

Stereotip 7: Yaşlılar toplumdan izole edilmiştir.

Gerçek: Yaşlıların çoğu eşleri ve çocukları ile yaşamaktadır. Hatta Türkiye gibi toplumlarda eğer ki bu bireyler yalnız yaşıyorsa, yaşadıkları yerler çoğunlukla çocuklarına yakındır.

Stereotip 8: Yaşlılar fakirdir.

Gerçek: Amerikan toplumunda yaşlıların çoğu, federal yoksulluk seviyesinin çok üstünde gelirlere sahiptir. Ancak bu yargı, Türkiye gibi ülkelerde klişe olmaktan öte, gerçekliği yansıtmaktadır. Türkiye’deki yaşlı bireyler, toplumda ekonomik olarak en etkisiz yaş grubunu oluşturmaktadır.

Stereotip 9: Yaşlılar depresyondadır.

Gerçek: Yukarıda sayılan olumsuz özelliklerin toplam sonucu olarak, yaşlıların depresyonda olduğunu düşünmek kaçınılmazdır. Ancak yapılan araştırmalar, yaşlıların sadece 1/4’ünün mutsuz olduğunu ortaya koymaktadır.

Arun (2018b: 171)’un da belirttiği gibi Kuzey Amerika ve Batı Avrupa kaynaklarıyla sınırlı olan bu betimlemeler haricinde, Türkiye’de yaşlı denildiğinde, tarihsel olarak nasıl bir imgeye gönderme yapıldığına dair herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Yukarıda sözü edilen olumsuz stereotipler, her ne kadar Kuzey Amerika ve Batı Avrupa uygarlıklarının kültürlerine ait olsa da, bu stereotiplerin bizim toplumumuzda da yansımalarını bulduğunu söylemek güç değildir. Ancak Türkiye’de yapılan bazı çalışmalar bu olumsuz stereotiplere kimi eklemeler yapmamıza aracılık etmektedir. Söz gelimi, Cengiz (2003) ve arkadaşları 265 kişi ile derinlemesine görüşme yapmış ve bu kişilerin zihinlerindeki belli başlı olumsuz stereotipleri sıralamıştır. Bu olumsuz stereotiplere göre yaşlılar “güçten düşmüş, zekâsı gerilemiş, temel

derdi sağlık sorunları olan, tahammülsüz, huysuz, çocuksu, statü kaybına uğramış, hayattan tat almayan, kimsesiz, izole edilmiş ve kendi işini kendi halledemeyen” insanlardır.

Dikkat çeken bir diğer çalışma ise Arkonaç (1999)’ın 200 katılımcıyla yapmış olduğu çalışmadır. Sadece gençlerden oluşan katılımcılar, yaşlıların olumsuz özelliklerini “geleneksel, muhafazakar, dırdırcı, otoriter ve aç gözlü” olarak tanımlamıştır.

Yukarıda sözü edildiği gibi, olumsuz stereotipler bir süre sonra, insan davranışlarında olumsuz tutumlara dönüşmektedir. Harris (1975)’in Yaşlanma Ulusal Konseyi için yürüttüğü ve yaşlılık çalışmalarına ilham kaynağı olan araştırması, bu savı destekler niteliktedir. Harris’in bütün yaş gruplarına yönelttiği “Sizce insan hayatının en güzel yılları hangi yaşlardır?” sorusuna 60 yaş altı katılımcıların sadece % 1’i; 60 yaşından büyük katılımcıların ise sadece % 8’i, 60’lı yaşlar ve sonrası olarak karşılık vermiştir. Onlar için bu yaşların en iyi dönem olmasını sağlayan faktörler ise emeklilik ve daha az sorumluluktur.

Harris aynı soruyu bu kez de tersten sormuştur. “Sizce insan hayatının en kötü yılları hangi yaşlardır?” sorusuna cevap veren katılımcıların tamamına yakını, 60’lı yaşları işaret etmiştir. Onlar için bu yaşların en kötü dönem olmasına neden olan faktörler ise sağlığın kötüleşmeye başlaması, emeklilik sonrası kendini verimsiz hissetme, çevredekiler tarafından dışlanma korkusu ve hayatın amaçsızlaşmasıdır.

2.5.2. Olumlu Stereotipler

Daha az yaygın olsa da insanların zihinlerinde, yaşlı bireylere yönelik birçok olumlu stereotip vardır. Bununla birlikte, yaşlılara karşı olumlu tutumları olan insanların sayısı da azımsanmayacak kadar fazladır. Pek çok insanın inandığı sekiz yaygın olumlu stereotip ise: nezaket, bilgelik, güvenilirlik, refah, politik güç, özgürlük, sonsuz gençlik ve mutluluktur (Palmore, 1999). Tıpkı olumsuz stereotiplerde olduğu gibi, gerçekleri tam olarak yansıtmayan bu stereotiplerden sadece, yaşlıların güvenilir ve özgür olmaları konusundaki yargıları destekleyen çalışmalar mevcuttur.

Arkonaç (1999)’ın yukarıda sözü edilen çalışmasında, aynı katılımcılar yaşlıların olumlu özelliklerini “olgun, sabırlı, ağırbaşlı ve sakin” olarak tanımlamıştır. Olumlu stereotiplerin çoğunun, daha önce tartışılan olumsuz stereotiplerin zıtları oldukları dikkat çekicidir (Palmore, 1999). Diğer toplumsal gruplarla ilgili önyargı araştırmalarının da gösterdiği gibi, ister olumlu olsun isterse de olumsuz, çeşitli kehanetler oluşturan stereotipler yalnızca statik inançlar değildir; aksine birçoğunun zararlı, kısa ve uzun vadeli sonuçları vardır (North ve Fiske: 982). Bu anlamda, bahsi geçen olumlu klişeler, yaşlıların toplumdaki etkisizliklerini ve pasifize edilmişliklerini bulanıklaştırmaktadır. Böylece, yaşlıların dış

görünüŖleri ve bilgelikle ilişkilendirilen deneyimleri, onları toplumsal ilişkiler içerisinde “öteki” olarak konumlandırır (Arun, 2018b). Bu öteki olarak konumlandırılmış pozisyonları, onlara çok fazla hareket alanı bırakmaz. Yaşlanma olumlu olarak gösterildiğinde ise amaç, genellikle yaşlanmayı önleyici mesajları zorlamak ve başarılı yaşlanmanın tek örneği olan, meydan okuyucu yaşlanmayı izleyicilere dayatmaktır (Milner, vd.).

Levy (2001)’ye göre bu stereotipler çok az farkındalık veya niyet ile ortaya çıkar ve kelimenin tam anlamıyla her insanın toplumsal hayatını ve etkileşimini etkiler. Genelde medyadan özelde ise televizyondan yansıyan bu stereotipler, genç ve orta yaşlı izleyicilerin yaşlılık hakkında olumsuz yargılar edinmelerine neden olur. Diğer yandan aynı stereotipler, yaşlıların yetersizlik ve bağımlılık duygularını içselleştirmelerine de aracılık eder. Gerçekten de Dr. Levy olumsuz yaşlılık stereotiplerine maruz kalan yaşlı bireylerin, mental ve fiziksel açıdan olumsuz yönde koşullandıklarını (çok basamaklı merdivenleri çıkarken çok yorulacaklarını düşünmek gibi) bulgulamıştır (Shaw, 2012). Genç ve orta yaşlı insanların yaşlı bireyleri olumsuz olarak algılamalarına ve yaşlı bireylerin sözü edilen yetersizlik duygusunu içselleştirmelerine aracılık eden en önemli alanlardan bir tanesi medyadır. Gerçekten de medya, toplumda azınlık konumundaki birçok grubun temsilinde olduğu gibi, yaşlı bireyler konusunda da oldukça belirleyici bir potansiyele sahiptir. Bu nedenle yaşlıların medyada sunumu bir sonraki bölümün konusunu oluşturmaktadır.

2.6. Medya ve Yaşlılar

Medyada, özellikle de televizyonda ırkçılık, cinsiyetçilik ve yaşlılık tutumlarında bazı değişim ve dönüşümler yaşanmaktadır. Bugün televizyon reklamlarında ve programlarında açıkça ırkçı veya cinsiyetçi mesajlardan kaçınılırken, yaşlanmaya karşı ön yargı ve nefret söylemleri fütursuzca dile getirilmektedir. Cruikshank (2009: 146) bu duruma örnek olarak Stephen Colbert’in New York Times’ın 7 Ekim 2007 tarihli sütununda, yaşlılar için sarf ettiği “kertenkele gibi görünüyorlar” sözlerini gösterir ve ekler: “Eğer o gün hedef başka bir grup (cinsiyet-ırk) olsaydı, bu sözleri sarf eden kişinin o gazetede ki iş hayatının devam etmesi mümkün değildi.”

Vickers (2007) ufuk açıcı çalışmasında, 1970’lerden günümüze yaşlılığın medyadaki sunumunu mercek altına almıştır. Buna göre 70’lerde neredeyse görünmez olan ve olumsuz stereotipleştirmeler ile temsil edilen yaşlılar, 80’lere gelindiğinde olumlu olarak resmedilmeye başlanmıştır. Ancak bu olumlu resmedilişlerin, sitcomlardaki olumsuz stereotipleştirmelerin yanında çok da bir önemi yoktur. Gençlik kültürünün patladığı yıllar olan 90’lara gelindiğinde, 80’lere kıyasla daha fazla görünür olan yaşlılar, genellikle yaş ayrımcı reklamların odağında

yer almıştır. 2000'lerde ise görüntü yine çok farklı değildir. Televizyonda hala çok az görünen yaşlılar, bu kez de yaşlanma karşıtı reklamların başrolündedir.

Gerbner (1979)'in de söylediği gibi, iletişim literatürü her ne kadar kitle iletişim dünyasının içerik çalışmalarıyla dolu olsa da, çok az sayıda araştırma televizyon programlarındaki yaşlanma sürecine ve yaşlıların karakterizasyonuna odaklanmıştır. Televizyonda yaşlı bireylerin tasviri üzerine gerçekleştirilen Amerikan kökenli önceki içerik çözümlenmeleri, genel olarak yaşlı karakterlerin gerçek dünyadaki oranları ile televizyon dünyasındaki oranlarının karşılaştırılmasından ibarettir. Buna ek olarak, yapılan bu araştırmaların çoğu, yaşlıların çarpıtılmış hayatlarına ve yaşlı kadın ve erkeklerin betimsel farklılıklarına odaklanmıştır.

Söz gelimi Aronoff (1974), 1969 ve 1971 yılları arasındaki prime-time kuşağında görünen 2.741 karakteri kodladığı çalışmasında, Amerikan popülasyonunda % 12 olan yaşlıların, televizyon dünyasında % 5 ile temsil edildiğini tespit etmiştir. Benzer şekilde Greenburg ve arkadaşları (1979), 1977-1979 yılları arasındaki televizyon popülasyonunda yer alan yaşlıların oranındaki artış azalışı incelemiş ve bu iki sene arasında % 4'ten % 2'ye düşüş olduğunu tespit etmiştir.

Yaşlıların ne oranda temsil edildiklerinin yanında, nasıl temsil edildiklerinin keşfi de önemlidir. Bu tür çalışmaların ilk örnekleri Bill Hallaren, Marilyn Peterson ve Herbert Northcott'a aittir. Araştırmacılar yapmış oldukları çalışmalarda yaşlıların dışsız, cinsel hayatları olmayan, şaşkın ve hayata tutunamayan bireyler olarak tasvir edildiğini, bu şekilde resmedilmedikleri zamanlardaysa görmezden gelindiklerini tespit etmiştir. Araştırmacılar ayrıca 1 olumlu ifadeye karşın 3 olumsuz ifade ile temsil edilen yaşlı kadın karakterlerin, erkeklere kıyasla neredeyse görünmez olduklarını bulgulamıştır (Gerbner, 1977-1979).

Görüldüğü üzere, yaşlıların sayısal olarak ne oranda temsil edildiklerinin yanında nasıl temsil edildiklerini araştıran çalışmalar mevcuttur, ancak Gerbner ve onun ekolünden gelen araştırmacıların gerçekleştirmiş oldukları çalışmalara gelene kadar, öncesinde yapılan hiçbir çalışma, televizyondan yansıyan yaşlılık imajlarının, izleyicilerin yaşlılık algısına katkısının olup olmadığını araştırmamıştır. Bu bağlamdaki ilk çalışmalar, Gerbner ve arkadaşları tarafından Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında yapılmıştır. 1969 ve 1978 yılları arasındaki, prime-time programlarını çözümlen projeye ekibi, 9.131 karakter içerisinde yer alan yaşlıların toplam sayı içerisindeki oranının % 3.7 olduğunu tespit etmiştir. Bu oran, Amerika'daki gerçek yaşlı popülasyonunun yarısından daha azdır. Araştırmacılar ayrıca, yaşlıların kurban olmaktan çok kurban ettiklerini, kurban olan kadınların ise erkeklerden fazla olduğunu bulgulamıştır. Diğer yaş gruplarına kıyasla daha mutsuz olan yaşlılar, aynı zamanda en başarısız ve en kötü

insanlardır. Yine belirtmekte fayda var ki yaşlı kadınlar, erkeklere kıyasla daha mutsuz ve başarısızdır. Yaşlı kadınlar ana karakter olmaktan ziyade yan karakter, erkekler ise tam tersi daha çok ana karakterler olarak resmedilmiştir, ayrıca her iki cinsiyet açısından da fiziksel ya da ruhsal olarak hasta olma ihtimali yaş ile birlikte artış göstermektedir.

Kişilik özellikleri ile genel etkisizliğin resmini çizen yaşlılık, televizyonda savaşılan ve korkulan bir olgu olarak işlenmektedir. Gençliği insanların en mutlu yılları olarak sunan televizyon, insanları yaşlılığa olumsuz yönde hazırlamaktadır. Yaşın, ırk ve cinsiyetle birlikte, karakterizasyondaki üç önemli boyuttan bir tanesi olduğunu bulgulayan Signorelli, 1969 ve 1972 yılları arasındaki prime-time içeriğini çözümlenmiştir. Araştırmacı ayrıca, ana karakterlerin sadece %5'inin yaşlılardan oluştuğunu, yaşlı erkeklerin genellikle "etkisiz", yaşlı kadınların ise "mağdur" olan taraf olduğunu tespit etmiştir.

Yine Signorelli (2004)'nin daha yakın zamanda yapmış olduğu, 1993-2002 seneleri arasını kapsayan 14 haftalık örneklemeden yola çıkarak vardığı sonuçlar, önceki sonuçların sağlaması niteliğindedir. Bu anlamda araştırmacı, Amerikan popülasyonunda % 12 olan yaşlıların, televizyon dünyasında % 3 ile temsil edildiğini bulgulamıştır. Bunun yanında yaşlı kadınlar yaşlı erkeklere göre daha az temsil edilmekte ve yaşlı erkeklere kıyasla çok daha hızlı yaşlanma sürecine girmektedir. Özetle, Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında yaşlılık üzerine gerçekleştirilen bu ve buna benzer çalışmalar, yaşlıların gençlere karşı anlayışsız, kurban etmekten çok kurban olan, gençlere kıyasla daha az iyi, daha az çekici, daha soğuk, geleneklere sıkı sıkıya bağlı olmalarından dolayı değişime kapalı ve geri kafalı insanlar olarak stereotipleştirildiklerini ortaya koymuştur. Tüm bu bulgular sonucu gerçekleştirilen yetiştirme çözümlerinin ortaya koymuş olduğu ortak sonuç ise televizyonu çok izleyen kişilerin yaşlıları "kaybolmakta olan bir ırk" olarak tanımlamış olmasıdır (Gerbner, vd., 1979; Gerbner, vd., 1981a; Signorelli: 1979). Kısacası, televizyonda yaşlı olmak, özellikle de kadınlar için kiskanılacak bir durum değildir.

Çok nadir de olsa, yaşlanmanın olumlu imajlarla sunulduğu çalışmalar da mevcuttur. Söz gelimi Vernon (1990) ve arkadaşları çözümledikleri 139 programdaki 2.211 karakter içerisinde yer alan yaşlıların olumlu stereotipleştirmelerinin, olumsuz olanlara göre daha fazla olduğunu bulgulamıştır.

Yaşlıların sunumuna dair Amerikan menşeli çalışmalar zamanla birçok ülke akademisinde kendisine yer bulmuştur. Amerika, televizyon içerikleri bağlamında dünyanın en güçlü program üreticisi ve medya ihracatçısı olduğundan, yaşlılık sorununa kültürlerarası bir bakışla yaklaşmak önemlidir. Söz gelimi Kessler (2004) ve arkadaşları Alman televizyonlarında yer alan 32 prime-time programında sadece 355 yaşlı karakter tespit

edebilmiştir. Araştırmacılar ayrıca, gerçek popülasyonla kıyaslandığında son derece yetersiz temsil edilen bu karakterlerin, geleneksel cinsiyet rolleriyle resmedildiklerini bulgulamıştır.

Yaşlı nüfus oranının yoğun ve yaşlılığın son derece saygın bir merteye olduğu uzak doğu ülkelerinde (Çin, Japonya, Kore) daha çok reklam odaklı yapılan araştırmalar, öncülleri olan çalışmalarla benzer sonuçlar vermiştir. Lee (2004) ve arkadaşları Japon ve Amerikan televizyonlarında yayınlanan reklamları çözümledikleri çalışmada, yaşlıların her iki ülke televizyonunda da gerçek nüfusa kıyasla çok az temsil edildiğini bulgulamıştır. Yaşlıların betimlenmesindeki eksik sunum ve stereotipleştirme problemleri, hem Japon hem de Amerikan televizyonlar için geçerlidir. Bununla birlikte araştırmacılar Japon televizyonlarındaki yaşlıların, Amerikan televizyonlarındakine kıyasla daha fazla ana karakter olarak resmedilmelerini ise toplumda gördükleri saygının işareti olarak yorumlamıştır.

Lien ve arkadaşları (2009), yapmış oldukları geniş çaplı araştırmada, Tayvan televizyonlarının prime-time kuşağında yayınlanan 109 programı içerik analizine tabi tutmuş ve 1.720 karakterin sadece % 5'ini yaşlıların oluşturduğunu bulgulamıştır. Genellikle umutsuz vakalar olarak resmedilen yaşlıların çok yaşlı olanları ise dramalarda genellikle ölümle ilişkilendirilmiştir. Prieler (2017) ve arkadaşları Hong Kong, Japonya ve Güney Kore'de yayınlanan 432 televizyon reklamını incelemiş ve bu ülkelerdeki yaşlıların, diğer yaş gruplarına göre en az temsil edilen grup olduklarını bulgulamıştır. Sonuç olarak, uzak doğu ülkelerinde yapılan çalışmalarda yaşlı karakterlerin diğer ülkelerdeki yaşlı karakterlere kıyasla daha fazla ana karakter olarak resmedilmeleri, onların toplumda gördükleri saygıya işaret etse de temsillerinin bu denli az olması kültür erozyonu ve Amerikanlaşma olarak yorumlanmıştır.

Yaşlıların resmedilişlerini inceleyen çalışmalar sadece içerik analizi ile sınırlı değildir. Harwood ve Giles (1992), 90'larda büyük bir popülerite yakalayan "Altın Kızlar" dizisinin 6 bölümünü söylem analizine tabi tutmuştur. 200'e yakın diyalogun % 90'ının mizah içerikli olduğunu tespit eden araştırmacılar, yaşlı karakterlerin olumlu stereotipleştirmelerinin, onların bağımlı pozisyonlarını pekiştirmeye hizmet ettiğini iddia etmiştir.

Dünyanın geri kalanıyla kıyaslandığında, yaşlıların medyadaki temsillerine dair yapılan çalışmaların Türkiye'de son derece yetersiz olduğu görülmektedir. Özkul ve Kalaycı (2015), "Türkiye'de Yaşlılık Çalışmaları" isimli araştırmada, 2000'li yılların başından itibaren, yaşlılık ve yaşlanma ile ilgili akademik çalışmaların hız kazandığını, ancak yapılan bu çalışmaların yetersiz olduğunu belirtmiştir. Bu yetersizliğin temel nedeni ise, çalışma konularının daha çok yaşlı sağlığı çerçevesinde ele alınmış olmasıdır. Sosyal bilimler açısından ise durum daha da vahimdir; nitekim sosyal bilimlere yönelik son on beş yılda üretilen 112 makalenin, her bir yıl

için ortalama 7-8 makaleye denk düşmesi, bu alandaki çalışmaların ne kadar yetersiz olduğunu gözler önüne sermektedir.

Çolakoğlu (2011), 1.022 reklamda yer alan 216 yaşlı karakteri çözümlediği “Reklamlarda Sosyal Temsil Alanı Olarak Yaşlı Kuşağın Sunumu” isimli doktora tez çalışmasında, fiziksel olarak imrenilmeyecek görünümde olan yaşlıların, mekan olarak evlerin içine hapsedildiklerini; aynı zamanda yaşlı erkeklerin yaşlı kadınlara kıyasla daha görünür olduklarını bulgulamıştır. Yaşlı kadın ve erkekler arasındaki hem görsel hem de yaşam kalitesine yönelik fark, yabancı ülkelerde yapılan çalışmalarla benzerlik göstermiştir. Yani yaşlı kadınlar çifte dozda ayrımcılığa maruz kalmıştır. Bunun yanında yaşlıların bilgili, merhametli, sevecen ve tecrübeli olarak resmedilmeleri, yaşlı karakterlerin olumlu stereotipleri olarak değerlendirilmiştir.

Kılınc ve Uztuğ (2016) “Televizyon Dizilerinde Yaşlılığın Temsili” isimli çalışmada, 29 dizide yer alan 99 yaşlı karakterin nasıl temsil edildiğini içerik çözümlemesi ile analiz etmiştir. Çıkan sonuçlar yaşlı karakterlerin hastalık, engellilik, depresyon, yalnızlık, huysuzluk ve hafıza kaybıyla ilişkilendirildiklerini ortaya koymuştur. Araştırmacılar ayrıca yaşlı erkeklerin yaşlı kadınlara kıyasla daha fazla görünür olduğunu da bulgulamıştır.

Son olarak Kuruoğlu ve Salman (2017) “Medyada Yaşlılık ve Türk Sinemasında Yaşlılık Temsili” isimli çalışmada, 1950’lerden günümüze, her on yıllık süreçte gösterime giren birer Türk sineması örneğinde yer alan yaşlıların sunumunu çözümlemiştir. Araştırmacılar, çoğu emekli olan bu karakterlerin toplum tarafından dışlanmamak adına kendi aralarında alt kültür oluşturan insanlar olarak resmedildiklerini bulgulamıştır. Genel olarak sağlık durumları kötü olan bu karakterlerin aileleri ile olan ilişkileri ise olumlu sayılabilecek özellikleri arasında yer almaktadır.

Nedeni ne olursa olsun, medyada yaşlılara karşı takınılan bu olumsuz tutumlar, bu yaş grubunu toplumsal ilişkiler içerisinde her açıdan olumsuz olarak etkilemektedir ve toplumda yaşayan yaşlı bireylerin davranışlarının ve yaşama yönelik düşüncelerinin şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu etki toplumdan medyaya doğru ilerlerken, aynı zamanda medyadan topluma yayılan döngüsel bir yapıya sahiptir. Kişilerin dünyayı ve toplumsal ilişkileri algulamalarında medya içeriklerinin etkili olup olmadığı günümüzde hala tartışılırken, çalışmanın son bölümünde, şiddetin, kişilik özelliklerinin, genel yaşam özelliklerinin ve yaş ayrımcılığının televizyon aracılığıyla yetiştirilip yetiştirilmediği keşfedilmeye çalışılacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ŞİDDET, GENEL YAŞAM, KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE YAŞ AYRIMCILIĞININ YETİŞTİRİLMESİ ARAŞTIRMASI

3.1. Yöntem

Kültürel Göstergeler Projesi birbiriyle organik olarak ilişkili üç ayaklı çözümler bütününden oluşmaktadır. Bunlardan Kurumsal Süreç Çözümlemesinde medyanın diğer kurumlarla olan ilişkisi, mesaj sistemlerinin nasıl düzenlendiği ve medyanın toplumdaki işlevleri araştırılır. Mesaj Sistem Çözümlemesinde, sembolik işleve sahip ve toplumsal sonuç yaratacak büyüklükteki mesaj sistemleri gözlemlenir. Bu gözlemler sonucu elde edilen veriler, araştırmanın son aşaması olan Yetiştirme Çözümlemesinde kullanılacak olan anket sorularına kaynaklık etmektedir. Bu anket soruları aynı zamanda, Yetiştirme Çözümlemelerinde kullanılacak hipotezlerdir. Projenin son aşaması olan Yetiştirme Çözümlemesinde medyada var olan “ortak” varsayım, imaj ve ilişkisellikler geniş ve heterojen topluluklara hangi kamu politikaları uygulamalarıyla neler eklemektedir sorusuna cevap aranmaktadır.

Araştırmanın ilk aşamasında öncelikle, prime-time olarak adlandırılan saat 20:00 ve 23:00 arasında yer alan televizyon dizilerinin oluşturduğu televizyon dünyası, kapsamlı bir analiz olan Mesaj Sistem Çözümlemesine tabi tutulmuştur. Araştırmanın ikinci aşaması olan Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi ise, sözü edilen prime-time dünyasının öncüllerinden hareketle hazırlanan anket soruların kullanıldığı saha araştırmasından elde edilen veriler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu çözümler sayesinde, televizyon izlemenin insanların dünyayı algılama şekillerine katkısının olup olmadığı ortaya konulabilmiştir.

Bununla birlikte kapsamını sadece televizyon dizilerinin oluşturduğu bu tez çalışmasının belli sınırlılıkları vardır. Öncelikle mevcut çalışmanın içerik çözümlemesi ve saha araştırması pozitivist gelenek içerisinde kalmaktadır, bu yüzden çalışmanın saha araştırmaları ve çözümlenmeleri, yalnızca sayısal ve ölçülebilir toplumsal bilgiyi ele almaktadır (Özer, 2003). Diğer yandan, Kültürel Göstergeler Projesi, yukarıda sözü edilen üç aşamadan oluşsa da projenin ilk aşaması olan Kurumsal Süreç Çözümlemesi, çalışmanın zaman ve maddi kısıtlılıkları nedeni ile yapılamamıştır. Bu bağlamda, televizyonun şiddet, genel yaşam, kişilik özellikleri ve yaşlılık ile ilgili kamu anlayışlarını şekillendirmedeki rolünü araştıran bu çalışma, Mesaj Sistem ve Yetiştirme Çözümlemelerinden oluşmaktadır. Bununla birlikte, Yetiştirme Çözümlemesi demografik tahmin ve değer sorularının yorumlanmasından ibarettir. Ancak toplumda gerçekleşen belirli olguların (şiddet olaylarının sayısı ve şehirlere göre dağılımı gibi)

tespitinin, yine zaman ve maddi kısıtlılıklardan dolayı mümkün olmaması nedeni ile bu araştırmanın yetiştirme soruları, değer soruları ile sınırlandırılmıştır.

Çalışmanın Varsayımları

Yetiştirme Çözümlemesi, uygulandığı ilk günden bu yana, televizyonu çok izleyen kişiler ile az izleyen kişilerin dünyayı algılayış biçimleri arasındaki farka odaklanmıştır. Buna göre mevcut çalışmanın genel varsayımı şu şekildedir: “Kurumsal süreçlerden geçerek belirlenen Türkiye televizyonlarındaki mesaj sistemlerinin izlenme süresi arttıkça, televizyon izleyicilerinin değer yargıları, televizyonun bütünsel bir ideolojik kültürel içeriği yönünde olacaktır”.

Genel varsayımın karşı varsayımı ise: “Kurumsal süreçlerden geçerek belirlenen Türkiye televizyonlarındaki mesaj sistemlerinin izlenme süresinin artması ile televizyon izleyicilerinin değer yargılarının, televizyonun kültürel içeriğine benzer şekilde oluşması arasında herhangi bir ilişki yoktur” şeklinde belirlemek mümkündür.

Bu genel varsayımdan hareketle, Kültürel Göstergeler Projesinin bileşenleri olan Mesaj Sistem ve Yetiştirme Çözümleneleri için ayrı ayrı varsayımlar geliştirilmiştir. Buna göre Mesaj Sistem Çözümlemesi için geliştirilen varsayım şu şekildedir: “Türkiye’de televizyon dizileri, televizyonun genel içeriğini yansıtacak ölçüde, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki televizyonların egemen içeriğini temsil eden şiddete, erkek egemenliğine, yaş ayrımcılığına ve azınlıkları ötekileştirici imgelere yoğun olarak yer vermektedir”.

Mesaj Sistem Çözümlemesinin karşı varsayımı ise: “Türkiye’de televizyon dizileri, televizyonun genel içeriğini yansıtacak ölçüde, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki televizyonların egemen içeriğini temsil eden şiddete, erkek egemenliğine, yaş ayrımcılığına ve azınlıkları ötekileştirici imgelere yoğun olarak yer vermemektedir” şeklindedir.

Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümleneleri için geliştirilen varsayım şu şekildedir: “Türkiye’deki televizyon dizilerinin günlük yaşamın önemli bir bölümünde insanlara yaşam, insan ilişkileri ve değer yargıları ile ilgili önemli mesajlar vermesinden dolayı, izleyicilerin televizyon izleme süreleri arttıkça, değer yargıları da televizyon içeriği paralelinde olacaktır”.

Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümleneleri için geliştirilen bu varsayımın karşı varsayımı ise: “Türkiye’deki televizyon dizileri, günlük yaşamın önemli bir bölümünde insanlara yaşam, insan ilişkileri ve değer yargıları ile ilgili önemli mesajlar verse de izleyicilerin televizyon izleme süreleri ile değer yargılarının televizyon içeriğine paralel olması arasında herhangi bir bağlantı bulunmamaktadır” şeklindedir.

Bu tez çalışması, her ne kadar genel bir Yetiştirme Çözümlemesi sunsa da yaşlıların televizyon dizilerindeki sunumuna ayrı bir önem vermektedir. Yukarıda da belirtildiği üzere, olumsuz stereotipleştirmeler ile resmedilen yaşlıların televizyondaki sunumu, bir yandan toplumda hâlihazırda var olan yaşçılığın etkilerini artırırken, diğer taraftan yaşlıların marjinalize edilmesine aracılık eder. Bu bağlamda yukarıda sözü edilen genel varsayımdan hareketle, Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesi için birer varsayım daha geliştirilmiştir. Buna göre Mesaj Sistem Çözümlemesi için geliştirilen varsayım: “Demografik gerçekler ile kıyaslandığında, televizyon dizilerinde yaşlı bireyler çok az temsil edilmelerinin yanında, yaşlı kadınlar bu konuda çifte dozda ayrımcılığa maruz kalmaktadır” şeklindedir.

Mesaj Sistem Çözümlemesi için geliştirilen bu varsayımın karşı varsayımı ise: “Demografik gerçekler ile kıyaslandığında, televizyon dizilerinde genelde yaşlı bireyler, özelde ise yaşlı kadınlar diğer yaş gruplarındaki bireylerin temsil edildiği oranda temsil edilmektedir” şeklinde belirtmek mümkündür.

Son olarak, yaşlı bireylerin televizyonda olumsuz stereotipleştirmeler ile sunumu, insanların yaşlı bireylere karşı olan algılarını olumsuz yönde etkileyebilir. Buna göre Yetiştirme Çözümlemesi için geliştirilen varsayım şu şekildedir: “Televizyonu çok izleyen kişiler az izleyenlere kıyasla daha fazla yaş ayrımcı dünya görüşüne sahiptir”. Yetiştirme Çözümlemesi için geliştirilen varsayımın karşı varsayımı ise: “Televizyon izleme oranı ile yaş ayrımcı dünya görüşüne sahip olma arasında herhangi bir ilişki bulunmamaktadır” şeklinde belirtilebilir.

Bununla birlikte genel varsayımdan hareketle Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme testleri için toplamda 160 hipotez geliştirilmiştir. Yetiştirme testleri için oluşturulan 32 anket sorusundan oluşan hipotezler, araştırmanın bütünselliği açısından ayrıca yine 32’şer adet olmak üzere cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş kontrol değişkenlerinin devreye sokulduğu Yaygın Görüş Haline Getirme testleri için geliştirilmiştir. Yetiştirme etkisini ortaya koymak amacıyla hazırlanan anket soruları, 404 katılımcıya Google üzerinden online olarak ulaştırılmış ve anket sonuçları SPSS istatistik programında test edilmiştir. Yukarıda belirtilen amaçla uyumlu olarak oluşturulan hipotezlere Ki-Kare testi uygulanmış ve çıkan sonuçlar her tablonun altında ayrı ayrı yorumlanmıştır. Bununla birlikte anlamlı sonuç vermeyen testler tablolaştırılmamış ve dolayısıyla yorumlanmamıştır.

3.2. Mesaj Sistem Çözümlemesi

Televizyonun toplumsal gerçeklik algısı üzerindeki etkisinin araştırılması, televizyon dünyasının sistematik bir çözümlemesi ile başlar. Mesaj Sistem Çözümlemesi, belirli "gerçeklerin" ve “toplumsal gerçekliğin” özelliklerinin televizyon dünyasında nasıl

sunulduğunu görmemize ve bu "gerçeklerin" Türkiye'deki nüfus sayıları gibi doğrudan ve bağımsız gözlemlerden elde edilen yönleriyle karşılaştırılmasına olanak sağlar. Araştırma, bireysel programları, ağları ya da yapımları yorumlamaktan ve sanatsal hak veya ürün satma kabiliyeti hakkında sonuçlar çıkartmaktan ziyade, dikkatini televizyonun genel içeriğine yöneltir. Bu tür çözümlenmelerden toplanan veriler, belirli bir bireyin belirli bir zamanda gördüklerini veya görebileceklerini yansıtmaz, aksine hangi toplulukların uzun süre boyunca hangi değer yargılarını özümstediklerini gösterir (Gerbner vd., 1977). Bu çözümlenmenin amacı, televizyon dünyasının ve onun ticari mesajlar dünyasının ilgili yönlerinin sistematik, birikimli ve nesnel gözlemlerini sağlamaktır.

Araştırmanın bu bölümü, Türkiye'deki 7 ulusal televizyon kanalında yayınlanan, 24 televizyon dizisinin detaylı içerik çözümlemesinden oluşmaktadır. Araştırmanın evrenini Türkiye'deki bütün ulusal kanallarda yer alan televizyon dizileri oluştururken, ücretli ve henüz çok yeni bir platform olmasından dolayı, internet televizyon dizileri bu evrenin dışında bırakılmıştır. Kontrol güçlükleri ve zaman kısıtlılığından dolayı, araştırmanın örneklemini RTÜK'ün 2018 verilerine göre, Türkiye'nin en çok izlenen 7 ulusal kanalı ve o kanallarda hafta içi ana haber bülteninden sonra yayına giren televizyon dizileri oluşturmaktadır. Bu anlamda dizilerin gösterildiği süre zarfında aralara giren reklamlar araştırmaya dâhil edilmemiştir; zira her saat başına 12 dakika reklam verilmesi politikası başlı başına bir araştırma konusu olacak kapsamda geniş bir çalışma alanıdır. Örneklem haftası olarak ise, izleyici sayısının mevsimsel geçişlere göre değişebileceği ve kanalların programlarını mevsimlere göre yoğunlaştırabileceği (sadece yarışma programı gibi) göz önünde bulundurularak, televizyon dizilerinin yeni sezonlarına başladıkları ve bu dizilerin izleyici sayısının en fazla olduğu kış sezonu seçilmiştir.

3.2.1. Veri Toplama Süreci

Bu çalışma kapsamında 7 ulusal kanalda, hafta içi 29 Ekim 2018 ve 2 Kasım 2018 tarihleri arasında yayınlanan televizyon dizileri kaydedilmiştir. Çözümlemesi yapılacak televizyon dizilerinin belirlenmesi aşamasında, Türkiye'de reytingi en yüksek olan televizyon kanalları kıstas olarak kabul edilmiştir. Televizyon İzleme Araştırmaları'nın Eylül ayı verilerine göre, prime-time'da en yüksek reyting alan kanalların sırası ile Atv, Star Tv, Fox Tv, Show Tv, Kanal D, Trt 1 ve Tv8 olduğu tespit edilmiştir. Bu 7 kanalda hafta içi her gün dizi olmadığı ve bazı kanalların bazı günlerinde film, yarışma ya da tartışma programları olduğu görülmüştür. Araştırmanın bütünselliğini bozmamak adına, sözü edilen program türleri araştırmaya dâhil edilmemiştir. Sonuç olarak örneklem haftası boyunca 24 televizyon dizisi kaydedilmiştir.

Çözümlemeye dâhil edilen bu 24 televizyon dizisi, “Bandicam” bilgisayar ekran kayıt programı ile 7 ayrı bilgisayara canlı olarak kaydedilmiştir. Televizyon yapıcılık stratejileri gereği her televizyon kanalının, dizilerin yeni bölümünü yayınlanmadan önce bir önceki bölümün özetini yayınlaması, bu çalışma açısından çözümlenmeye tabi tutulan içeriğin zenginleşmesini sağlamıştır. Televizyon içeriklerinde yer alan her görüntünün, izleyiciye olan etkisi göz önünde bulundurularak, dizilerin yeni bölümünden önce yayınlanan bir önceki bölüm özetleri de araştırmaya dâhil edilmiştir. Çalışmada incelenen diziler, televizyon içeriklerinin izleyiciler tarafından en çok izlendiği zaman dilimi olan prime-time aralığının bitiş saati 23:00 ile sınırlandırılmayarak, son sahnelerine kadar çözümlenmeye tabi tutulmuştur. Zira söz konusu diziler haftalık periyodlarla yayınladıkları için, dizi senaristleri bir sonraki haftanın konusu olabilecek önemli bir değişimi son sahneye saklayabilmektedir. İzleyicinin dizinin bir sonraki bölümünü merak etmesi amacıyla tasarlanan bu son sahneler, bilhassa karakterlerin tutarlı bir şekilde çözümlenmesinde oldukça önemlidir. Söz gelimi dizilerin başladığı andan itibaren, bir karakter için kodlanan “iyi” ya da “kötü” gibi kriterlerin, dizilerin son sahnelerinde yer değiştirmesi, çözümlenmeyi saat 23:00’den ziyade, dizi bitene dek yapmaya zorunlu kılmıştır.

Örnekleme yer alan ve sadece hafta içi yayınlanan diziler, birbirinden bağımsız 5 bölüme ayrılmış olan kayıt çizelgelerine kodlanmıştır. Bu bölümler sırası ile, bir bütün olarak programın içeriği, ana karakterler, yan karakterler, spesifik olarak yaşlı karakterler ve şiddet içeren eylemlerdir. Böylece prime-time televizyon dünyası demografisi, karakter profilleri, grup ilişkileri ve televizyon dünyasının eylem yapısı hakkında bilgi sağlayabildiğimiz ayrıntılı bir içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu şekilde yapılan bir kodlama bize bir yandan demografik gerçekler ile televizyon dünyasını kıyaslayabilme imkânı sunmuş, diğer yandan buradan elde edilen veriler Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemelerinde kullanılacak olan anket sorularına kaynaklık etmiştir. Mesaj Sistem Çözümlemesi sonucunda oluşturulan 32 anket sorusu, aynı şekilde Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri için hipotezlere dönüştürülmüştür.

3.2.2. Program Kodlama Çizelgesi

Mesaj Sistemi Çözümlemesi, belirli konulara odaklanan ve belirli karakter gruplarının oluşturduğu programların izole edilmesini kolaylaştırmak için tasarlanmıştır (Gerbner, Gross Morgan ve Signorelli, 1994:15). Çözümleme tablosu oluşturulduğu ilk günden bu yana, zaman içerisinde çeşitli değişikliklere uğramış ve bugünkü en kapsamlı halini almıştır. Bu çalışma kapsamında da çözümleme çizelgesinin 1994 senesindeki revize edilmiş son hali kullanılmıştır. Bu bağlamda çözümlenmeye tabi tutulan her program, format, ton, zaman, yer, tarih, hayatın

yönleri, sağlık, şiddet, silahlı kuvvetler ve cinsellik boyutları bakımından 10 ayrı başlık altında ayrıntılı olarak incelenmiştir.

3.2.3. Karakterlerin Belirlenmesi ve Karakter Kodlama Çizelgeleri

Mesaj Sistem Çözümlemesinin ikinci aşaması, prime-time ekran kuşağındaki popülasyonu oluşturan ana, yan ve yaşlı karakterlerin belirlenmesidir. Bunun için öncelikli olarak, karakterlerin her biri çocuk ve ergenler (0-18), genç yetişkinler (19-30), aile ve iş kariyerleri oturmuş yerleşik yetişkinler (31-59) ve yaşlılar (60+) olmak üzere dört yaş grubuna ayrılmıştır. Gruplandırılan her karakter daha sonra, Gerbner ve arkadaşlarının en son haliyle 1994 senesinde revize ettiği tanımlara sadık kalınarak ana ve yan karakter olarak belirlenmiştir. Buna göre hikâye açısından esas olan ve hikâye örgüsünden çıkarılması durumunda hikâyenin bütünsel özelliğini kaybedeceği başrolleri oynayan herkes “ana karakter” olarak, ana karakter dışında “konuşan” diğer tüm karakterler ise “yan karakter” olarak kodlanmıştır. Bu anlamda söz gelimi kargoyu teslim eden bir kargocu, müşterisinin yanından ayrılırken sadece “iyi günler” demiş olsa bile, bu kişi yan karakter olarak kodlanmıştır. Bu şekilde yapılan bir kodlama, televizyon dünyasını oluşturan popülasyonun genel bir haritasının çıkarılabilmesine yardımcı olmuştur.

Ana ve yan karakterleri tanımlayan veri tabanları demografik (cinsiyet, yaş, ırk, sosyo-ekonomik statü, meslek), betimleyici (karakter tipi, rol, başarı, mutluluk, şiddet ile olan ilişki), sağlık (fiziksel ya da zihinsel handikaplar), cinsiyet ve romantik ilişkiler (medeni durum, cinsel yönelim, aile ilişkileri) ve sadece ana karakter çözümlenmeleri için kullanılacak olan iki kutuplu kişilik özelliklerinden oluşan 5 tip öğeden oluşmaktadır.

Mevcut çalışmada karakterlerin yaş gruplarına göre ayrılmasından ziyade, yaşlı karakterlerin belirlenmesi çok daha karmaşık bir süreçtir, zira ilk bakışta karakterlerin yaşının tahmin edilmesinin imkânsız olması “yaşlı”nın kodlanmasında, kodlayıcının nesneliği sağlayabilmesi adına, içinde bulunduğu kültürle uyumlu olan belirli kriterler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Bu noktada, Kültürel Göstergeler Projesi ekibinin tanımına sadık kalınarak, yaşlı karakteri tanımlayan “toplumsal yaş” ve “kronolojik yaş” ayrımı yapılmıştır. Yani yaşlı karakterler, bir karakterin toplumsal yaşı ve kronolojik yaşı olmak üzere iki içerik öğesinden hareketle seçilmiştir. Bu durumda yaşam döngüsündeki aşamalar perspektifinden kategorize edilen toplumsal yaş (Signorelli, 2004: 286)’ı belirlerken, Birleşmiş Milletler’in 2017 tarihinde yayınlamış olduğu Ekonomik ve Sosyal İşler Bölümü Nüfus Dağılımı (U.N, 2017) raporunda yer alan ve Gerbner ve arkadaşlarının 1994 senesinde oluşturdukları yaş skalasıyla benzerlik gösteren skalaya sadık kalınmıştır. Böylelikle (60+) yaş grubu, yaşlı

karakter olarak belirlenmiştir. Arun (2018a)'un da belirttiği üzere, genel olarak Türkiye'de yaşlılık dönemini başlatmak için kullanılan yaş sınırı da 60 ya da 65'tir.

Daha öznel olan kronolojik yaşın tahmin edilmesi aşamasında ise, nesnelliği sağlayabilmek adına, fiziksel özellikler ve rol tanımlarına göre bazı kriterler belirlenmiştir. Buna göre: (a) dizinin senaryosu gereği, görünüşte üretkenlik ve enerji bakımından yaşamının en aktif yıllarını geride bırakmış; (b) diğer karakterler tarafından kendisine yaşlı muamelesi yapılmış; (c) kendisini yaşlı addeden (d) hikâye örgüsünde yaşına ilişkin doğrudan referans verilmiş; (e) yaşlılık döneminin hastalıkları olarak düşünülen hastalıklara sahip; (f) hem yukarıdaki özelliklerin bazılarını taşıyıp hem de anneanne, babaanne, nine ya da dede rolü oynamış; (g) fiziksel görünümüyle yaşı kolaylıkla tahmin edilebilen, yani yüzü belirgin olarak kırışmış ve sarkmış; bunun yanında saçları dökülmüş ya da tamamen beyazlamış, kamburlaşmış, yürüyüşte/solunumda zorluk çeken; (h) çocukları yetişkin, torunları ise genç yetişkin yaş grubunda olan karakterler, "yaşlı" olarak kodlanmıştır.

Yaşlı karakterler, örnekleme dâhil edilen dizilerin hiçbirinde ana karakter olarak resmedilmediği için, bütün yaşlı karakterler ilk önce yan karakterler için belirlenen veri tabanına kodlanmıştır. Her bir yaşlı karakter, daha sonra bu veri tabanına ek olarak sağlık durumu (fiziksel ve psikolojik), katıldığı aktiviteler (yürüyüş, dans, temizlik vb.) resmediliş ve gördüğü muameleler (yalnız, tuhaf, soytarıca vb.), aileyle olan karşılıklı ilişkisi (ailenin duygusal durumuna katkısı, boş zamana etkisi vb.) ve iki kutuplu kişilik özelliklerinden oluşan boyutlarıyla kodlanmıştır.

3.2.4. Kodlama Prosedürü

Kodlama sonuçlarının çözümlenmesinde, Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi (SPSS 25 version) bilgisayar yazılım programı kullanılmıştır. Bir bütün olarak programın içeriği, ana karakterler, yan karakterler, spesifik olarak yaşlı karakterler ve şiddet içeren eylemler, öncelikle 5 ayrı kayıt çizelgesine kodlayıcı tarafından manuel olarak A4 çıktılarına kodlanmıştır. Kodlanan bu veriler daha sonra, gerekli çözümlenmelerin bağımsız olarak yapılabilmesi için 5 ayrı SPSS veri tabanına kayıt edilmiştir.

3.3. Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi

Kültürel Göstergeler Projesinin son ayağını, Mesaj Sistem Çözümlemesinden elde edilen veriler ışığında hazırlanmış olan toplumsal gerçeklikle ilgili sorular ve bu sorulara verilen cevapların yorumlandığı Yetiştirme Çözümlemesi oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle Mesaj Sistem Çözümlemesi verilerinden hareketle anket soruları

hazırlanmıştır. Her sorunun, bir gerçek dünyayı yansıtan cevabı, bir de televizyon dünyasını yansıtan “televizyon cevabı” bulunmaktadır. Sorulara verilen cevaplar, televizyonu çok izleyen kişilerin, televizyon dünyasının imajlarını yansıtan cevaplar verme derecesini değerlendirmemizi sağlamaktadır. Bu bağlamda, televizyonun izleyicilerin gerçeklik kavramlaştırmalarına olan katkısını ölçebilmemize yardımcı olacak 4 ana bölümden oluşan 41 anket sorusu hazırlanmıştır. 24 sorudan oluşan 1. bölümün ilk 7 sorusu, Gerbner ve ekibinin, televizyon izleyicilerinin “Acımasız Dünya Sendromu”na kapılıp kapılmadıklarını test etmek için kullandığı şiddet ağırlıklı sorularından oluşmaktadır. 8 ve 24 arasında yer alan şiddet, kişilik özellikleri ve yaşamın yönlerine ilişkin diğer sorular ise, Mesaj Sistem Çözümlemesi verilerinin frekansları sonucu oluşturulmuştur. Anketin 2. bölümünde yer alan 25 ve 32 arasındaki sorular, izleyicilerin “yaşlılık” algılarını ölçmek için, yine Mesaj Sistem Çözümlemesi verilerinin frekansları sonucu hazırlanmıştır. Anketin 3. Bölümü, 33 ve 36 arasında yer alan klasik demografi sorularından oluşurken, 4. ve son bölümde yer alan televizyon izleme alışkanlıklarına ilişkin sorular, Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemelerine temel oluşturmuştur.

Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme testleri için toplamda 160 hipotez geliştirilmiştir. Yetiştirme testleri için oluşturulan 32 anket sorusundan oluşan hipotezler, araştırmanın bütünselliği açısından ayrıca yine 32’şer adet olmak üzere cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş kontrol değişkenlerinin devreye sokulduğu Yaygın Görüş Haline Getirme testleri için geliştirilmiştir. Yetiştirme etkisini ortaya koymak amacıyla hazırlanan anket sorularının sonuçları, SPSS istatistik programında Ki-Kare testi ile test edilmiş ve çıkan sonuçlar her tablonun altında ayrı ayrı yorumlanmıştır. Bununla birlikte anlamlı sonuç vermeyen testler tablolaştırılmamış ve dolayısıyla yorumlanmamıştır.

Saha araştırması için kolayda örneklem seçilmiştir ve mevcut çalışma “Google Anket” üzerinden 404 kişi ile online olarak gerçekleştirilmiştir. Hipotez araştırmalarıyla gayet uyumlu olan kolayda örneklem, tüm örneklem teknikleri arasındaki en ucuz ve en az zaman alıcı olanıdır (Malhotra, 2009: 345). Yetiştirme Çözümlemesi, doğası gereği Mesaj Sistem Çözümlemesinden elde edilen veriler ışığında hazırlanan anket sorularına, mümkün olan en kısa süre içerisinde geri dönüşün sağlanmasını talep ettiği için bu örneklem tekniğini kullanmak kaçınılmaz olmuştur. Bu anlamda anketin internet ortamında gerçekleştirilmesindeki temel kaygı, her ne kadar çalışmanın genelleycilik iddiası olmasa da, olabildiğince farklı sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik özellikteki bireye ulaşmaktır. Anket internet ortamında yayınlanmadan önce, Akdeniz Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’na sunulmuş ve anketin yayınlanması hususunda gerekli onay alınmıştır.

Daha sonra mevcut anketin internet linki, Facebook'ta bulunan "Yüksek Lisans ve Doktora Yardımlaşma Platformunda" yayınlanmıştır. İnternet ortamında yaşlı bireylere ulaşmanın diğer yaş gruplarına ulaşmaktan daha zor olacağı göz önünde bulundurularak, anket linki çevredeki tanıdık yaşlı bireylerle paylaşılmış ve kendilerinden de bu linki tanıdıkları başka yaşlı bireylere ulaştırmaları istenmiştir. Böylece, katılımcıların yaş grupları açısından homojen bir dağılım elde edilmiştir.

Anket çalışması internet ortamında yayınlanmadan önce, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 3. sınıf öğrencilerinden oluşan 40 kişilik bir grup ile pilot çalışma yapılmıştır. Öğrencilerden anket sorularını sırasına göre doldurmaları istenmiş, bu şekilde soruların televizyon odaklı olduğunu anlamalarının önüne geçilmiştir. Öğrencilerden, anketi doldururken anlamadıkları ya da tutarsız/karmaşık buldukları noktaları eleştiriler halinde anketin en arkasında yer alan boş sayfaya yazmaları istenmiştir. Bu şekilde, öğrencilerin de eleştirileri dikkate alınarak, söz konusu anket son halini almıştır. Sonuç olarak, demografi ve televizyon izleme alışkanlıkları soruları dışında kalan 32 anket sorusu, aşağıda yer alan Yetiştirme Çözümlemesi hipotezlerine dönüştürülmüştür.

3.3.1. Yetiştirme Çözümlemesi Hipotezleri

1- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

1- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

2- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde insanlara güvenilmez* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

2- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde insanlara güvenilmez* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

3- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

3- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

4- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

4- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

5- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

5- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

6- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

6- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

7- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

7- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

8- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

8- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

9- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

9- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

10- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

10- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

11- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

11- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

12- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

12- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

13- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde büyük şehirler tehlikeli olmuştur* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

13- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde büyük şehirler tehlikeli olmuştur* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

14- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yetişkin nüfusu artmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

14- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yetişkin nüfusu artmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

15- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zenginlerin sayısı artmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

15- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zenginlerin sayısı artmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

16- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *aile önemini hala korumaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

16- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *aile önemini hala korumaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

17- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

17- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

18- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *başarılı olmak için ciddi olmak gerekir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

18- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *başarılı olmak için ciddi olmak gerekir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

19- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *suç işleyen insanların oranı yükselmektedir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

19- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *suç işleyen insanların oranı yükselmektedir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

20- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşam şartları suç işlemeye yöneltmektedir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

20- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşam şartları suç işlemeye yöneltmektedir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

21- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *mutlu insanlar başarılı olmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

21- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *mutlu insanlar başarılı olmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

22- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *kahramanlar mutlu insanlardır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

22- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *kahramanlar mutlu insanlardır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

23- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *ciddi olmak, sempatik olmak için engel değildir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

23- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *ciddi olmak, sempatik olmak için engel değildir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

24- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *güçlü olmak için soğuk olmak gerekir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

24- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *güçlü olmak için soğuk olmak gerekir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

25- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

25- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

26- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zenginler daha uzun yaşamaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

26- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zenginler daha uzun yaşamaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

27- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *bir insanın yaşlı olması, kanunsuz işler yapmasına engel değildir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

27- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *bir insanın yaşlı olması, kanunsuz işler yapmasına engel değildir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

28- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *bir insanın yaşlı olması, mutlu olmasını sağlamaz* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

28- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *bir insanın yaşlı olması, mutlu olmasını sağlamaz* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

29- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlılar sert mizaçlıdır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

29- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlılar sert mizaçlıdır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

30- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zengin yaşlı olmak, romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

30- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zengin yaşlı olmak, romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

31- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlanma toplumsal ilişkilere engel değildir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

31- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlanma toplumsal ilişkilere engel değildir* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

32- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

32- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır* ifadesine katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

Yetiştirme kuramına başından beri getirilen eleştirilerin bertaraf edilmesi adına geliştirilen Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesinde, hem televizyon izlemenin hem de toplumsal gerçeklik algılarının bir dizi değişken ile ilişkili olduğu saptanmış (Hirsch, 1980, Hughes, 1980 akt. Shrum, 2007: 70) ve bazı kontrol değişkenleri devreye sokulmuştur. Bu çalışmada, yapılan önceki diğer çalışmalarda da en çok kullanılan demografik (cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş) kontrol değişkenleri devreye sokulmuştur. RTÜK, Aralık 2018 tarihinde yayınladığı “Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmaları” raporunda, kişilerin yaşlandıkça televizyon izleme oranlarının da arttığını, kadınların erkeklerden daha fazla televizyon izlediklerini ve kişilerin eğitim düzeylerinin arttıkça televizyon izleme oranlarının düştüğünü belirtmiştir. Ülkemizde televizyon izleme alışkanlıkları açısından sözü geçen ilk kurum olan RTÜK’ün, bu kontrol değişkenlerini temel alan değerlendirmelerinin, yukarıda sözü edilen çalışmalar ile benzerlik göstermesi nedeni ile sözü edilen kontrol değişkenleri ile Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, televizyonun farklı izleyici gruplarındaki yoğun izleyicilerin ait oldukları grupların özelliklerini nötralize ederek, onları homojen hale getirip getirmediğini ortaya koymak amacıyla, “cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş” değişkenleri devreye sokularak aşağıdaki Yaygın Görüş Haline Getirme hipotezleri geliştirilmiştir.

3.3.2. Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesi Hipotezleri

1- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

1- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

2- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde insanlara güvenilmez* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

2- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde insanlara güvenilmez* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

3- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yaralanmaya çalışır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

3- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yaralanmaya çalışır* ifadesine yaş, cinsiyet ve eğitim deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

4- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

4- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

5- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

5- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

6- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

6- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

7- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

7- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

8- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

8- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

9- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

9- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır* ifadesine yaş, cinsiyet ve eğitim deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

10- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

10- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

11- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

11- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

12- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

12- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

13- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde büyük şehirler tehlikeli olmuştur* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

13- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *günümüzde büyük şehirler tehlikeli olmuştur* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

14- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yetişkin nüfusu artmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

14- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yetişkin nüfusu artmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

15- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zenginlerin sayısı artmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

15- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zenginlerin sayısı artmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

16- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *aile önemini hala korumaktadır* ifadesine yaş, cinsiyet ve eğitim deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

16- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *aile önemini hala korumaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

17- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

17- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

18- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *başarılı olmak için ciddi olmak gerekir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

18- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *başarılı olmak için ciddi olmak gerekir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

19- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *suç işleyen insanların oranı yükselmektedir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

19- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *suç işleyen insanların oranı yükselmektedir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

20- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşam şartları suç işlemeye yöneltmektedir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

20- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşam şartları suç işlemeye yöneltmektedir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

21- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *mutlu insanlar başarılı olmaktadır* ifadesine yaş, cinsiyet ve eğitim deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

21- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *mutlu insanlar başarılı olmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

22- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *kahramanlar mutlu insanlardır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

22- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *kahramanlar mutlu insanlardır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

23- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *ciddi olmak, sempatik olmak için engel değildir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

23- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *ciddi olmak, sempatik olmak için engel değildir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

24- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *güçlü olmak için soğuk olmak gerekir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

24- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *güçlü olmak için soğuk olmak gerekir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

25- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

25- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

26- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zenginler daha uzun yaşamaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

26- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zenginler daha uzun yaşamaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

27- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *bir insanın yaşlı olması, kanunsuz işler yapmasına engel değildir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

27- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *bir insanın yaşlı olması, kanunsuz işler yapmasına engel değildir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

28- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *bir insanın yaşlı olması, mutlu olmasını sağlamaz* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

28- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *bir insanın yaşlı olması, mutlu olmasını sağlamaz* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

29- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlılar sert mizaçlıdır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

29- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlılar sert mizaçlıdır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

30- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zengin yaşlı olmak, romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

30- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *zengin yaşlı olmak, romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

31- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlanma toplumsal ilişkilere engel değildir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

31- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlanma toplumsal ilişkilere engel değildir* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

32- H0: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi yoktur.

32- H1: Televizyon izleme yoğunluk oranlarının, *yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır* ifadesine cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş deneyimi unsurları farkına göre katılıp katılmama açısından etkisi vardır.

SPSS'e aktarılan veriler ışığında önce Yetiştirme, daha sonra cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş değişkenlerinden oluşan Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlenmeleri gerçekleştirilmiştir. Çözümleme yapılırken bütünlüğü sağlayabilmek adına, ankette yer alan ilk 32 sorunun sunduğu "Tümüyle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Fikrim Yok, Katılıyorum, Tümüyle Katılıyorum" şıklarında yer alan "Tümüyle Katılmıyorum ve Katılmıyorum" seçenekleri "Katılmıyorum" olarak; "Tümüyle Katılıyorum" ve Katılıyorum" seçenekleri ise "Katılıyorum" olarak birleştirilmiştir. "Fikrim Yok" seçeneği ise herhangi bir sonuç vermeyeceğinden, çözümlenmeye

dâhil edilmemiştir. Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemelerinde, testlerin verdiği ilişkinin gücü konusunda r : 0.25 ve altı “zayıf”; r : 0.26-39 arası “orta derecede güçlü”; r : 0.40 ve üstü “güçlü” ilişki olarak tanımlanmıştır.

Bununla birlikte, “yetiştirme vardır” diyebilmemiz için, televizyonu çok izleyen ve az izleyen ayrımı yapılmıştır. İzleme süresi olarak 1 saate kadar “az izleyen”; 1 saat-3 saat arası ve yukarısı ise “çok izleyen” olarak belirlenmiştir. Günlük televizyon izleme oranlarının 2015 senesine kıyasla 5 saatten 3,5 saate düştüğü günümüzde, 3,5 saat doğrudan üst limit olacağı için, 1 saat ve fazlasının “çok izleyen” olarak belirlenmesi kaçınılmaz olmuştur.

Son olarak Yaygın Görüş Haline Getirme Testlerinin nasıl hesaplandığına dair bir açıklama getirmekte yarar vardır. Test uygulanmadan, öncelikle söz konusu testin hangi grup ya da gruplar açısından anlamlı olduğuna bakılır. Eğer test grup ya da gruplar açısından ($p < 0.05$) düzeyinde anlamlı sonuç veriyorsa, sayısal olarak ne düzeyde Yaygın Görüş Haline Getirme olduğunu söyleyebilmek için hesaplamaya geçilir. Eğer hiçbir grup açısından ($p < 0.05$) düzeyinde anlamlı sonuç elde edilmemişse, zaten hesaplama yapılmaz.

Hesaplamalar tabloların sol satırında bulunan televizyonu “çok” ve “az” izleme oranlarını gösteren yüzdeler ve sağ üst sütununda bulunan “katılıyorum” seçeneğindeki yüzdeler üzerinden gerçekleştirilir. Buna göre, söz gelimi cinsiyetler açısından gerçekleştirilen bir Yaygın Görüş Haline Getirme Testinde, öncelikle “katılıyorum” seçeneğini işaretleyen “kadın” ve “erkeklerden” televizyonu “çok” izleyenlerin yüzdesi toplanır, daha sonra yine “katılıyorum” seçeneğini işaretleyen “kadın” ve “erkeklerden” bu kez de “az” izleyenlerin yüzdesi toplanır. Televizyonu çok izleyenlerin yüzde toplamından, az izleyenlerin yüzde toplamı çıkartılır ve aradaki fark pozitif ise, “test (% X) oranında Yaygın Görüş Haline Getirme kanıtı sunmaktadır” şeklinde ifadeleştirilir.

3.4. Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları

Bu bölümde, 29 Ekim 2018 ve 2 Kasım 2018 tarihleri arasında Atv, Star, Fox, Show Tv, Kanal D, Trt 1 ve Tv 8 kanallarında yayınlanan ve prime-time zaman aralığını kapsayan 24 televizyon dizisinin içerik çözümlemesi verilerine yer verilmiştir. Bir bütün olarak “programın genel içeriği” ile başlayan çözümleme, “genel olarak karakterler”, “ana karakterler”, “yan karakterler”, “yaşlı karakterler” ve “şiddet hareketleri” çözümlemeleri ile sonuçlandırılmıştır.

3.4.1. Programların Genel İçeriği

29 Ekim 2018 ve 2 Kasım 2018 tarihleri arasında, 7 televizyon kanalında 24 televizyon dizisinin yayınlandığı, en fazla dizi yayınlayan kanalların ise 5'er televizyon dizisi ile Star Tv ve Atv olduğu görülmüştür. Bu kanalları 4 televizyon dizisi ile Kanal D, 3'er televizyon dizisi ile Trt 1 ve Fox Tv, 2'şer televizyon dizisi ile Show Tv ve Tv8 izlemiştir.

3.4.1.1. Programların Tonu

Bu 24 televizyon dizisinin 14'ü "oldukça ciddi" içeriğe sahiptir ve bu sayı toplam içerisinde % 58,3 ile en fazla içeriği oluşturmaktadır. Geri kalan 10 televizyon dizisinin 5'er tanesi "ne mizahi ne ciddi" ve "mizahi" tondadır ve toplam sayı içerisinde % 20,8'lik paya sahiptir. Tablonun bu şekilde oluşmasındaki ana faktör, Türkiye'deki televizyon izleyicisinin en fazla ilgi duyduğu konuların "aşk" ve "şiddet" olduğunu bilen televizyon yapımcılarının, içerikleri bu yönde oluşturmalarıdır. Dizilerin başka ülkelere ihraç edilmeleri durumunda, toplumsal gerçekliğe kolayca uyum sağlayabilen "aşk" ve "şiddetin" kültürel kodlara takılmama özelliği, bu temaları program yapımcılarının gözünde cazip hale getiren bir diğer faktördür. Askeri, tarih, aşk ve polisiye temalı dizilerin yoğunluğu ve hepsinin de ortak noktası olan şiddet unsurunun bu üç türde de sıkça kullanılması "oldukça ciddi" içerikli program tonunun yüksek çıkmasını kaçınılmaz kılmıştır.

3.4.1.2. Şehir

Teknolojik ve ekonomik gelişmeler sonucu yaşanan modernleşmenin bir ayağını da karmaşık ağlardan oluşan metropoller ve bu bölgelere yapılan göçün giderek yoğunlaşmasıyla artan kozmopolit şehirler oluşturmaktadır. Eisenstadt (2014: 13), yerleşim anlayışının değişmesi, şehirleşme, tarımsal nüfusun azalması, okuryazarlık, kişi başına düşen gelirin artması gibi modern toplumların sosyo-demografik özelliklerine değinerek, bu ortak özelliklerin toplumsal örgütlenmenin yapısına özgü olduğunu ifade eder. Türkiye'nin ekonomik örgütlenmesinin önemli bir kısmını oluşturan, bilhassa İstanbul gibi sanayi, kültür ve turizm şeklinde çok boyutlu etki alanlarından oluşan şehirler, televizyon programlarında da var olan ağırlığını sürdürmektedir.

Türkiye'de medya endüstrisi bağlamında söylenecek ilk sözlerden biri, endüstrinin geçmişten bugüne hep İstanbul merkezli olması, geleneksel üretimden modern üretime geçişte tüm değişimlerin İstanbul'dan başlaması, İstanbul dışındaki yapılanmaların ağırlıklı olarak yine İstanbul merkezli olması, bölgeler arası iş bölümünün de ağırlıklı İstanbul tarafından belirlenmesidir. Burada İstanbul, salt bir "mekân-bölge" olarak algılanmamalı, tüm yapı

üzerinde söz sahibi olan “sermayenin” sembolü olarak okunmalıdır (Sönmez, 2013: 15). Buna göre, çözümlemesi yapılan 24 dizinin 20’sinde senaryoların İstanbul’da geçtiği ve bu sayının genel toplam içerisinde % 83,3’lük çok büyük bir içeriği oluşturduğu görülmektedir. Sermayenin İstanbul’da yoğunlaşmasına ek olarak, hem oyuncu kadrolarında yer alan insanların İstanbul’da yaşaması, hem de 15 milyonluk nüfusu ile genel bir Türkiye fotoğrafı sunabilme potansiyeli ile kültürel çeşitliliği içinde barındıran kozmopolit yapısı, İstanbul’un şehir olarak bu kadar yoğun kullanılmasındaki temel faktörler olarak okunabilir. İstanbul dışında senaryoların geçtiği diğer şehirler 1’er kez olmak üzere İzmir, Adana, Trabzon ve Ürgüp’tür. Bu tabloda dikkat çeken en önemli nokta, senaryoların geçtiği şehirler arasında Doğu ve Güneydoğu’dan herhangi bir şehrin bulunmamasıdır.

3.4.1.3. Habitat

TÜİK’in 2018’de yayınladığı “nüfus ve demografi” dağılımında yer alan bilgilere göre, toplam nüfusun % 92,27’si il ve ilçelerde, geri kalan % 7,63’lük kesim ise köy ve kasabalarda yaşamaktadır. Bu noktada, dizilerde senaryoların geçtiği yerleşim yeri oranının TÜİK verileri ile paralellik gösterdiği söylenebilir. Dizilerdeki hikâyelerin tamamına yakınının İstanbul’da geçmesinden dolayı, yerleşim yeri olarak “şehrin” çok çıkması kaçınılmaz olmuştur. Nitekim 24 dizinin 21’inde, hikâyelerin şehirlerde geçtiği ve bu sayının genel toplam içerisindeki payının % 87,5 olduğu görülmüştür. Geriye kalan 3 yerleşim yerinden 2’sinin “kasaba” olduğu tespit edilmiştir; 1 yerleşim yeri ise “kodlanamamıştır”.

3.4.1.4. Tarih

Dizilerdeki hikâyelerin yaşandığı tarihler incelendiğinde, 24 dizinin 22’sinin “günümüzde” geçtiği görülmüştür ve bu sayının genel toplam içerisindeki payı % 91,7’dir. Geri kalan 2 dizinin 1 tanesinin 1900’ler öncesinde, diğerinin ise 1900-1939 tarihleri arasında yaşandığı bulgulanmıştır. Bahsi geçen her iki dizi de, TRT’de yayınlanan Osmanlı dönemi dizileridir. Bu iki dizinin toplam içerisindeki payı % 8,3’tür. Yine burada dikkat çeken nokta, hiçbir dizinin senaryo gereği “gelecekte” geçmiyor olmasıdır. İncelenen dizilerin çoğunun şimdiki zamanda geçiyor olması, izler kitlenin toplumsal durumu ile doğrudan bağlantılıdır. Söz konusu diziler, Türk toplumunun toplumsal yapısı ve tarihiyle uyumlu olan, bugünün ya da bilinen yakın geçmişin yansıması niteliğindedir. Başka bir deyişle, dizilerde kullanılan zamanın bugünün toplumunu ya da bilinen geçmişi yansıtıyor olması, televizyonculuk stratejisi olarak düşünülmelidir. Gerçekten de televizyon programcıları, izleyicilerin kendilerini dizilerdeki karakterler ile özdeşleştirmelerini hedefledikleri için, bilinmeyen zamanın

bilinmeyen karakterleri yerine içinde yaşanan, bilinen ve gözlemlenebilen zamanın karakterlerine yer vermişlerdir.

3.4.1.5. Temalar

Bu bölümde 24 televizyon dizisinin 20 farklı tema açısından değerlendirilmesine yer verilmiştir. İzlenen dizilerde belirli temalar, o dizinin ya “odak noktası”dır, ya da aynı tema dizide “gayet belirgin”dir. Bunun yanında aynı dizilerde bu temaların bazılarında ya “hiç önem verilmemiş”, ya da o temaya “tesadüfi olarak yer verilmiş”tir.

Buna göre, çözümlemesi yapılan 24 televizyon dizisinin “cinsiyetler arası ilişkiler, aşk”, “ev, aile, evlilik, aile içi sorunlar”, “ailenin önemi”, “suç”, “ölüm”, “polis, yargılama, mahkeme”, “fakirlik, zenginlik” temaları etrafında toplandığı görülmüştür. Bu temalar ya dizilerin odak noktasıdır, ya da aynı temalar gayet belirgin olarak işlenmiştir. Sözü edilen temaların birden fazlası tek bir dizinin odak noktası olabilirken, aynı şekilde birden fazla tema dizide gayet belirgin olarak işlenmiş ya da aynı dizide tesadüfi olarak yer almıştır.

“Doğa”, “mistisizm”, “bilim” ve “basın” temalarına hiçbir dizide önem verilmemiştir. “Din” temasına ise sadece 2 programda tesadüfi olarak yer verilmiştir. “Yabancı ülke ve insanlar” 2 dizinin odak noktasıyken, bu dizilerde gösterilen yabancı uyruklu kişiler, düşman askerleri olarak tasvir edilmiştir. Yine 4 programda gayet belirgin olarak tasvir edilen yabancı uyruklu insanlar ya olumsuz olarak, ya da yine düşman askeri olarak tasvir edilmiştir. 2 programda tesadüfi olarak yer alan yabancı uyruklu insanlar, geri kalan 16 dizinin hiç birinde gösterilmemiştir.

Sadece 1 dizinin odak noktası olan “siyaset” teması, 6 dizide gayet belirgindir, 17 dizide ise hiçbir önem görmemiştir. Hiçbir dizide odak noktası olmayan “eğitim, öğretmen ve öğrenci” teması 5 dizide gayet belirgin, 3 dizide tesadüfi olarak yer almıştır. Bu temaya geri kalan 16 dizinin hiçbirinde önem gösterilmemiştir. Benzer şekilde “iş dünyası” teması 4 dizide gayet belirgin, 6 dizide tesadüfi olarak yer almış, geri kalan 14 dizide ise hiçbir önem görmemiştir. “Anne ve babaya karşı suçlar” teması ise sadece 1 dizide gayet belirgindir ve diğer 23 dizinin hiç birinde gösterilmemiştir. Bu durumda televizyon dizilerinde, geleneksel Türk aile, örf ve geleneklerinin korunduğunu söylemek mümkündür.

3.4.1.6. Fiziki Handikap

Fiziki handikap, Gerbner ve arkadaşlarının 1994 senesinde tanımladıkları şekliyle, objektif olarak tespit edilebilen eksiklikleri kapsamaktadır. Birleşmiş Milletler’in 2017 senesinde yayınladığı “Engelli Kişilerin Haklarına İlişkin Sözleşme” metninin 65. maddesinde

yer alan “*Ulusal medya sıklıkla engellilik konusundaki farkındalığı ve bilinç düzeyini artırmayı hedefleyen çeşitli yayınlara yer verir*” ifadesine tezat oluşturur şekilde, incelenen 24 dizideki bütün karakterler içerisinde sadece 3 engelli karaktere yer verildiği görülmüştür. İki yürüme engelli bir tanesi ise cüce olan bu karakterlerin üçü de komik rollerde yer almıştır. Medyada engelli ayrımcılığının birebir yansıması olarak, geri kalan 21 dizinin hiçbirinde fiziksel handikaplı karakterlerin temsiline yer verilmemiştir.

3.4.1.7. Fiziki ve Zihinsel Hastalıklar

Sakatlanma, silahla yaralanma veya tıbbi müdahale gerektiren durumlar, fiziki hastalıklar kapsamında; ciddi duygu bozuklukları ve belirgin psikolojik bozukluklar ise zihinsel hastalıklar kapsamında değerlendirilmiştir. Çözümlemesi yapılan 24 dizinin melodram ve şiddet ağırlıklı olması nedeniyle, fiziki hastalıklar 7 programın odak noktasıdır ve geri kalan 17 programda gayet belirgin olarak işlenmiştir. Kalıcı hafıza kayıpları ve Alzheimer gibi zihinsel hastalıklar sadece 5 programda gayet belirgin olarak işlenmişken, 2 programda tesadüfî olarak yer almış, geri kalan 17 programın hiçbirinde gösterilmemiştir.

3.4.1.8. Uyuşturucu ve Alkol

Çözümlemesi yapılan 24 televizyon dizisinin sadece 6’sında uyuşturucu temasına değinilmiş, ancak bu temanın zararlı etkileri gösterilmemiştir. Geri kalan 18 dizinin hiçbirinde uyuşturucu temasına rastlanılmamıştır. Alkol temasına ise 13 dizide değinilmiştir; ancak bu temanın da zararlı etkileri gösterilmemiştir. Ayrıca geri kalan 11 dizinin hiçbirinde alkol temasına yer verilmemiştir.

3.4.1.9. Cinselliğin Tasviri

Çözümlemesi yapılan 24 dizide çıplaklığın az olması, sadece heteroseksüel kimliklerin yer alması ve sosyo-seksüel tabuların ağırlığını koruması gibi bulgular, söz konusu dizilerin Türkiye toplumunun cinsiyet kalıplarına ve ahlaki değerlerine uygun bir şekilde ele alındığını gösterir niteliktedir. Toplumsal normların altını çizen evlilik ve aile yaşamı temalarının yaygın olarak kullanılmasında olduğu gibi, dizilerde yer alan karakterlerin sosyo-seksüel kimliklerinin tasvirinde de bu tercihler görülmektedir. Dizilerde yer alan bu toplumsal cinsiyet kalıpları, gerçek yaşamda bu değerlerin ve kalıpların dışında duran bireyler için “ötekilik” riski taşıırken; televizyon bu ötekiliği her defasında yeniden üretmektedir. Kaldı ki kimlik kurgusu, toplumsal ve bireysel anlam dünyalarının inşasında belirleyici referanslardan biridir, çünkü kimlikler hem toplumsal hem de bireysel olarak inşa edilmektedir (Karakaş, 2013: 3). Bu anlamda

televizyon, gittikçe çeşitlenen içeriği ve tematik kanalların zenginliğine rağmen, toplumun “alışık” olduğu, “yabancı” olmayan değerlerin üretildiği bir araç olma özelliğini korumaktadır. Gürbilek (2001)’ in de ifade ettiği üzere, bilhassa 1980’lerden sonra cinsel kimliklerin ve mahremiyetin özgürce konuşulduğu; çıplaklığın ve kadınların daha serbest hareket alanı bulduğu dönemlerde dahi, toplumun kimliklere ayrılması ve toplumsal normların dışında duran bireylerin “patolojik” bir rahatsızlıkla adlandırılması el ele yürümüştür. Bu anlamda yapılan çözümler, televizyon içeriklerinin günümüzde hala toplumun uzlaştığı sosyo-seksüel değerlere sadık kaldığını ya da bu yönde bir toplumsal gerçeklik oluşturma eğiliminde olduğunu düşündürmektedir.

3.5. Prime-Time Dizilerinin Karakterleri

Çalışmanın bu bölümü, 29 Ekim 2018 ve 2 Kasım 2018 tarihleri arasında prime-time kuşağında yer alan ana, yan ve yaşlı karakterlerin çözümlemesinden oluşmaktadır. Sözü edilen karakterler, ayrı başlıklar altında çözümlenirken, televizyon dünyası ve gerçek dünya arasında demografik karşılaştırmalar yapabilmek adına TÜİK verilerine başvurulmuştur. Bu karşılaştırmalar sayesinde, televizyon dünyasında gücün hangi gruplar arasında paylaştırıldığı ve hangi stereotipleştirmelerin pekiştirildiği konularına ışık tutulabilmiştir. Bu amaç doğrultusunda cinsiyetler ve toplumsal yaş grupları karşılaştırma yapılacak değişkenler olarak belirlenmiştir.

Veriler demografik, betimleyici, sağlık, ev/aile ve iki kutuplu kişilik ölçeklerinden oluşan beş tür içerik üzerinden çözümlenmiştir. Demografik öğeler arasında cinsiyet, yaş, ırk, sosyo-ekonomik statü; betimleyici öğeler arasında karakterin rolü, tipi, başarı durumu, şiddet ile olan ilişkisi; sağlık öğeleri arasında fiziksel engel, fiziksel ve zihinsel handikap durumu; ev ve aile öğeleri arasında medeni ve romantik ilişki durumu, aile yaşamı önemi, çocuk sahipliği, akraba referansları; sadece ana ve yaşlı karakterler için kullanılan iki kutuplu kişilik ölçeklerinde ise çeşitli karakter özellikleri yer almaktadır. Karakterlerin çözümlemesinden önce, prime-time dünyasının demografik görünümünün genel bir değerlendirmesini yapmak, gücün hangi gruplar arasında paylaştırıldığını görebilmemiz açısından yararlı olacaktır.

Tablo 3.1 Dizilerde Karakterlerin Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Ana Karakter	47	5,03	5,03	5,03
Yan Karakter	841	90,04	90,04	95,07
Yaşlı Karakter	46	4,93	4,93	100,00
Toplam	934	100,00	100,00	

7 televizyon kanalının, hafta içi prime-time zaman aralığında yayınlanan ve 24 televizyon dizisinde yer alan karakterlerin gösterildiği Tablo 3.1’de görüleceği üzere, bu çalışma kapsamında 47’si ana, 841’i yan ve 46’sı yaşlı olmak üzere toplamda 934 karakter kodlanmıştır. Tabloda dikkat çeken en önemli detay ise, çözümlenen karakterler arasında yaşlı karakterlerin en küçük payı oluşturmasıdır.

Tablo 3.2 TÜİK 2018 Nüfus Verileri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	40.808.147	49,84	49,84	49,84
Erkek	41.059.075	50,16	50,16	100,00
Toplam	81.867.223	100,00	100,00	

TÜİK’in 2018’de yayınladığı cinsiyete göre nüfus dağılımı tablosu incelendiğinde, kadın ve erkek nüfusunun neredeyse birbirine eşit olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3 Dizilerde Cinsiyet Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	362	38,76	38,76	38,76
Erkek	572	61,24	61,24	100,00
Toplam	934	100,00	100,00	

Dizilerde yer alan karakterlerin cinsiyetlerini gösteren Tablo 3.3’ten de anlaşılacağı üzere, prime-time dünyasının erkek egemen yapıda olduğunu söylemek mümkündür. 362’si kadın 572’si erkek olan bu dünyada, kadınların oranı %38,33 erkeklerin oranı ise 61,67’dir. Bir diğer ifade ile gerçek nüfus verilerinde neredeyse eşit olan cinsiyetler, televizyon dünyasında neredeyse 1 kadına karşılık 2 erkek gelecek şekilde resmedilmiştir.

Tablo 3.4 Dizilerdeki Cinsiyet ve Toplumsal Yaş Dağılımı

	Delikanlılık Öncesi	Genç Yetişkin	Yetişkin	Yaşlı	Toplam
Kadın	39	107	200	16	362
% Cinsiyet	10,77	29,56	55,25	4,42	100
% Toplumsal Yaş	44,31	45,73	35,34	34,78	38,76
% Toplam	4,18	11,46	21,40	1,72	38,76
Erkek	49	127	366	30	572
% Cinsiyet	8,57	22,20	63,99	5,24	100
% Toplumsal Yaş	55,68	54,27	64,66	65,22	61,24
% Toplam	5,24	13,60	39,19	3,21	61,24
TOPLAM	88	234	566	46	934
% Cinsiyet	9,42	25,05	60,60	4,93	100
% Toplumsal Yaş	100	100	100	100	100
% Toplam	9,42	25,05	60,60	4,93	100

Tablo 3.5 TÜİK 2018 Cinsiyet ve Toplumsal Yaş Dağılımı

	Delikanlılık Öncesi	Genç Yetişkin	Yetişkin	Yaşlı	Toplam
Kadın	12.462.824	9.392.597	13.197.966	5.754.761	40.808.148
% Cinsiyet	30,54	23,01	32,34	14,11	100
% Toplumsal Yaş	48,67	49,18	49,70	54,28	49,84
% Toplam	15,22	11,47	16,12	7,03	49,84
Erkek	13.143.773	9.706.954	13.361.979	4.846.367	41.059.073
% Cinsiyet	32,01	23,64	32,54	11,81	100
% Toplumsal Yaş	51,33	50,82	50,30	45,72	50,16
% Toplam	16,05	11,86	16,32	5,93	50,16
TOPLAM	25.606.597	19.099.551	26.559.945	10.601.128	81.867.221
% Cinsiyet	31,27	23,33	32,44	12,96	100
% Toplumsal Yaş	100	100	100	100	100
% Toplam	31,27	23,33	32,44	12,96	100

Gerbner (1981a) ve arkadaşlarına göre televizyon dünyası, özellikle temel demografik profiller açısından, istikrarlı bir görüntü sunar. Bu noktada, Türkiye’deki televizyon dünyası ve gerçek hayattaki demografik göstergelerin karşılaştırması, Amerika ile benzerlik göstermektedir. Tablo 3.4 ve Tablo 3.5’te televizyon dünyasında ve gerçek dünyada yer alan karakterlerin cinsiyet ve toplumsal yaş dağılımları gösterilmektedir. Buna göre televizyon dünyasının en kalabalık toplumsal yaş grubunu % 60,60 ile “yetişkinler” oluştururken, bu yaş grubunu % 25,05 ile “genç yetişkinler”, % 9,42 ile de “delikanlılık öncesi” takip etmektedir. Televizyon dünyasındaki karakter popülasyonunda en az temsil edilen yaş grubu ise % 4,93 ile “yaşlılardır”. Ancak genç yetişkin nüfus dışındaki gerçek rakamlar, bunlardan oldukça farklıdır. Türkiye’nin yetişkin nüfus oranı, televizyon dünyasında yansıtılanın yaklaşık yarısı kadar, yani % 32,44’tür. Buna karşılık ülkemizin genç yetişkin nüfus oranı, neredeyse televizyon dünyasındaki ile aynıdır ve bu oran % 23,33’tür. Televizyon dünyası ve gerçek dünya arasındaki oransal farklılıkların en fazla olduğu yaş grubu delikanlılık öncesi dönemdir, zira gerçek dünyadaki % 31,27’lik oran, televizyon dünyasındaki oranın yaklaşık 3,5 katıdır. Yine oransal farklılıkların en yüksek olduğu bir diğer yaş grubu yaşlılardır ki gerçek dünyadaki yaşlı insan oranı, televizyon dünyasının 2,5 katından daha fazladır.

Özetleyecek olursak, televizyon dünyası gerçekliğin çarpıtılmış bir resmini sunmaktadır. Söz konusu, toplumsal yaşın televizyondaki temsili olunca oransal olarak genç yetişkinler neredeyse aynı, delikanlılık öncesi 3,5 kat, yaşlılar 2,5 kat daha az, yetişkinler ise 2 kat daha fazla temsil edilmektedir.

Tablo 3.6 Dizilerdeki Karakterlerin Etnik Kökenleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Türk	706	75,59	92,89	92,89
Kürt	5	0,54	0,66	93,55
Arap	5	0,54	0,66	94,21
Yabancı (İngiliz-Rus-İtalyan)	44	4,70	5,79	100
Toplam	760	81,37	100	
Kodlanamaz	174	18,63		
Genel Toplam	934	100		

Etnik kökenlerin belirlenmesinde, karakterlerin kullandıkları diller, şiveler ve kültürel göstergeler kriter olarak kabul edilmiştir. Buna göre televizyon dünyasındaki karakterlerin etnik kökenlerini gösteren Tablo 3.6’da görüleceği üzere Türkler % 92,89 ile temsil edilirken, % 7,11 oranındaki Kürtler, Araplar ve Yabancılar azınlık olarak resmedilmiştir. % 18,63 oranındaki karakter ise belirlenen kriterlere rağmen kodlanamamıştır. Genelde en dikkat çekici nokta ise, azınlık olarak gösterilen diğer ırkların bir yandan ötekileştirilirken, diğer yandan genellikle “problem kaynağı”, “düşman”, “bizden olmayan” olarak resmedilmiş olmalarıdır. Nitekim problem yaratan Suriyeliler Araplar olarak, PKK’lı teröristler Kürtler olarak, düşman askerleri İngilizler ve Ruslar olarak karakterize edilmiştir. Bunlar dışında kalan 1 İtalyan karakterin ise, bir başkasına âşık olan kadın karakteri baştan çıkarmaya çalışan platonik bir âşık olarak resmedilmesi, günümüzde büyük bir izleyici kitlesi bulunan televizyon içeriklerinde yer alan karakterlerin, gerçeği ne derece yansıttığı konusunda şüphelere yol açmaktadır. Bununla birlikte söz konusu ötekileştirmelerin, izleyicilerin temsil edilen gruba yönelik algısını etkileyebileceği düşünülmektedir.

Tablo 3.7 Dizilerdeki Karakterlerin Sosyo-Ekonomik Statüsü

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Üst Üst Sınıf	85	9,10	12,06	12,06
Üst Sınıf	241	25,80	34,18	46,24
Orta Sınıf	282	30,20	40,00	86,24
Alt Sınıf	89	9,53	12,62	98,86
Alt Alt Sınıf	8	0,86	1,14	100
Toplam	705	75,49	100	
Kodlanamaz	229	24,52		
Genel Toplam	934	100		

Kişilerin kolaylıkla tahmin edilebilen gelirleri, meslekleri, yaşam tarzları, dış görünüşleri, yaşam alanları ve toplumsal ilişkileri, çözümlemesi yapılan karakterlerin sosyo-ekonomik statüleri belirlenirken sadık kalınan kriterler olarak belirlenmiştir. Buna göre söz gelimi bir şirketin sahibi üst sınıf olarak kodlanırken, birden çok şirketi olan holding sahibi üst üst sınıf, o iş yerinde çalışan beyaz yakalı ise orta sınıf olarak kodlanmıştır. Benzer şekilde,

devlet dairesinde görevli olan bir savcı üst sınıf, aynı devlet dairesindeki polis memuru ise orta sınıf olarak kodlanmıştır. Fakirlik göstergelerinin boyutuna göre, söz gelimi işsizler alt sınıf olarak, sokakta yaşayanlar ise alt alt sınıf olarak kodlanmıştır. Herhangi bir mesleği olmayan anne/baba, öğrenci ya da ne iş yapıp yapmadığı tanımlanamayan bütün aile mensupları, aile reisinin mensubu olduğu sosyo-ekonomik sınıfa dâhil edilmiştir. Ana karakter dışında kalan her karakter yan karakter olarak kodlandığından, bu kişilerin de sosyo-ekonomik statüleri kodlanmıştır. Bu noktada söz gelimi ana karakterin adres sormak için durdurduğu yan karakterin statüsü o kişinin göstergelerinden (giyim vb.) tespit edilebiliyorsa, ait olduğu düşünülen sınıfa kodlanmış, herhangi bir ipucuna ulaşılamamışsa bu ve benzeri karakterler “kodlanamaz” olarak kayıt edilmiştir.

Buna göre, Tablo 3.7’de görüleceği üzere, üst sınıflarlar % 46,24 ile en fazla temsil edilen grup olurken, onları % 40 ile orta sınıflar takip etmiştir. En az temsil edilen grup ise % 13,76 ile alt sınıflar olmuştur. Çıkan sonuçlar TÜİK (2017)’in Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması sonuçlarıyla tezatlık göstermektedir. TÜİK’in verilerine göre, toplam nüfusun zaten sadece % 14’ü “sürekli yoksulluk” sınırı altında yaşamaktadır ve aynı nüfusun % 28,7’si “maddi yoksunluk” sınırı altında yaşayan insanların oranını oluşturmaktadır.

Amerikan televizyon yayın politikalarının uygulandığı Türkiye’de, prime-time zaman aralığında üst ve orta sınıfların oranının bu kadar yüksek çıkması şaşırtıcı olmamalıdır. Zira Bullock ve arkadaşları (2001)’nin de belirttiği gibi, alt sınıfların öğleden sonraları yayınlanan reality-showlarda görülmesi daha olasıdır. Ayrıca kendilerine çok az yayın süresi verilen bu programlarda sunulan portreler, bir yandan genellikle alt sınıf ve işçi sınıfını çarpıtılmış ve olumsuz bir biçimde resmederken, diğer yandan da toplumsal eşitsizliği meşrulaştırma çabası içerisindedir. Prime-time zaman aralığındaki televizyon dizilerinde ise çok daha az görünür olan alt sınıflar, çoğunlukla hikâyenin merkezinde değildir ve bu sınıfta yer alan karakterler üst sınıflara hizmet etmekten mutluluk duyar. Bu şekilde sınıf düşmanlıkları yok edilir ve güç farklılıkları en aza indirgenir. Bu anlamda söz konusu dizilerde, bir yandan mevcut toplumsal yapıda herhangi bir eşitsizliğin yaşanmadığı fikri işlenirken, diğer yandan böyle bir eşitsizlik yaşansa da bu durumun bireysel bir “çabasızlığın” nedeni olabileceği fikri sıklıkla izleyiciye sunulmaktadır. Geleneksel aile yaşamının ve muhafazakâr değerlerin korunmasına aracılık etmesinin yanında, Türk televizyon dizilerindeki üst sınıf imajlarının yaygınlığı ve sınıf farklılıklarının en aza indirgenmesi, mevcut statükonun korunmak istenmesi olarak okunabilir.

3.6. Dizilerdeki Ana Karakterler

Televizyon dünyasının genel demografik özellikleri verildikten sonra bu bölümde, çözümlemesi yapılan 24 televizyon dizisinde yer alan 47 ana karakter sırasıyla demografik, betimleyici, sağlık, ev/aile yaşamı ve iki kutuplu kişilik ölçeklerinden oluşan beş tür içerik üzerinden çözümlenecektir.

Tablo 3.8 Ana Karakterlerin Cinsiyeti

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	22	46,80	46,80	46,80
Erkek	25	53,20	53,20	100,00
Toplam	47	100,00	100,00	

Çözümlemesi yapılan 24 televizyon dizisindeki ana karakterlerin cinsiyet dağılımını gösteren Tablo 3.8’de görüleceği üzere 47 karakterin 25’i erkek 22’si kadındır. Dizi konularının melodram türüne kıyasla polisiye, tarihi, askeri, suç ve savaş ağırlıklı olması, erkek karakterlerin kadın karakterlerden fazla olmasına neden olmuştur. Bununla birlikte, türü melodram olan her hikâye bir kadın ve erkek etrafında örüldüğünden bu formattaki her dizi için, biri kadın biri erkek olmak üzere en az iki ana karakter belirlenmiştir. Ancak yukarıda sözü edilen diğer formatlarda erkekler sürekli bir egemenlik mücadelesi içinde oldukları için, aşk teması zaman zaman ikinci planda kalmış ve hikâye örgüsü iki erkeğin etrafında kurulmuştur. Böylelikle erkek karakter sayısı kadın karakter sayısından fazla çıkmıştır.

Tablo 3.9 Ana Karakterlerin Toplumsal Yaşları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Delikanlılık Öncesi	1	2,10	2,10	2,10
Genç Yetişkin	12	25,50	25,50	27,60
Yetişkin	34	72,40	72,40	100,00
Toplam	47	100	100	

Ana karakterlerin toplumsal yaş dağılımını gösteren Tablo 3.9’da görüleceği üzere, 47 ana karakterin 34’ünü aile ve iş kariyeri oturmuş “yetişkinler” oluşturmaktadır ve bu sayının toplam içerisindeki payı % 72,40’tır. Onları % 25,50 ile “genç yetişkinler” takip ederken, “delikanlılık öncesi” sadece 1 ana karakter tespit edilebilmiştir. Tabloda dikkat çeken en önemli detay ise, bu 47 karakter içerisinde hiçbir “yaşlı” karakterin yer almamış olmasıdır. Ana karakterin tanımında yer alan “hikâye örgüsünden çıkarılmaları durumunda hikâyenin bütünsel özelliğini kaybedeceği...” vurgusu hiç bir yaşlı karakter için uygun görülmemiş ve böylelikle bütün yaşlı karakter, yan karakter konumuna düşmüştür.

Tablo 3.10 Ana Karakterlerin Bölgeleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Batılı	34	72,34	82,93	82,93
Laz	3	6,38	7,32	90,25
Doğulu	1	2,13	2,44	92,69
İç Anadolu'lu	2	4,36	4,87	97,56
Yabancı	1	2,13	2,44	100
Toplam	41	87,34	100	
Kodlanamaz	6	12,66		
Genel Toplam	47	100		

Ana karakterlerin bölgelerini gösteren Tablo 3.10'da görüleceği üzere, 47 ana karakterin 34'ünü, Türkiye'nin Batı bölgesini temsil eden ve düzgün Türkçe konuşan Türk karakterler oluşturmaktadır ve bu grubun toplam içerisindeki payı % 82,93'tür. Geri kalan 3 karakter Laz, 1 karakter Doğulu, 2 karakter İç Anadolu ve 1 karakter yabancıdır, 6 karakter ise kodlanamamıştır.

Tablo 3.11 Ana Karakterlerin Sosyo-Ekonomik Statüleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Üst Üst Sınıf	13	27,70	32,50	32,50
Üst Sınıf	16	34,00	40,00	72,50
Orta Sınıf	7	14,90	17,50	90,00
Alt Sınıf	3	6,40	7,50	97,50
Alt Alt Sınıf	1	2,10	2,50	100
Toplam	40	85,10	100	
Kodlanamaz	7	14,90		
Genel Toplam	47	100		

Ana karakterlerin sosyo-ekonomik statülerini gösteren Tablo 3.11'de görüleceği üzere, 47 ana karakterin 29'u üst sınıftır ve bu sayının toplam içindeki payı % 72,50'dir. Ana karakterlerin çoğunluğunun iş yeri sahibi, üst düzey kurum yöneticisi ve yasa dışı işlerle uğraşan insanlar olması, oranın bu kadar yüksek çıkmasındaki ana etkidir. 7 karakter orta sınıftır ve toplam içerisinde % 17,50'lik bir paya sahiptir. En az paya sahip olan ana karakterler ise alt sınıf üyeleridir. Bu 4 karakterin toplam içerisindeki payı ise % 10'dur. Zaten genel toplam içerisinde payı en az olan alt sınıflar, söz konusu ana karakter olmak olunca, kaçınılmaz olarak daha az temsil edilmiştir. Kodlanamayan 7 karakterin toplam içerisindeki payı ise % 14,90'dır.

3.6.1. Ana Karakterlerin Betimleyici Özellikleri

Çalışmanın bu bölümünde, karakterlerin betimleyici özellikleri arasında yer alan rolleri, tipi, başarı durumları ve şiddet ile olan ilişkileri cinsiyetler arası karşılaştırmalar ile özetlenmeye çalışılmıştır. Buna göre, çözümlemesi yapılan 47 ana karakterin 38'i ciddi rollerde

yer almıştır ve bu sayının toplam içerisindeki oranı % 80,90'dır. Oranın bu kadar yüksek çıkmasındaki temel etken ise dizilerin % 60'ına yakınının "ciddi" formatta olmasıdır. Geri kalan 5 karakter "komik", 4 karakter ise "ne komik ne ciddi"dir.

Karakterlerin 40'ı "iyi, kahraman" tipindedir ve bu sayının toplam içerisindeki payı % 85,10'dur. Kahraman tipindeki ana karakter oranının bu kadar yüksek çıkması, zaten beklenen bir durumdur; çünkü televizyon izleyicisinin kendisiyle özdeşlik kurmak isteyeceği kişinin kahraman karakterde olması kaçınılmazdır. Geri kalan 7 kişiden 4'ü "ne iyi ne kötü; 3'ü ise "kötü" karakterlidir. Kötü olmak söz konusu olduğunda, kadınların kötü olması erkeklere kıyasla daha muhtemeldir. Çözümlemesi yapılan 1 kötü erkek karaktere karşılık 2 kötü kadın karakter kodlanmıştır.

Mutluluk konusunda hiçbir karakterin doğrudan "mutlu" olarak kodlanmadığı tespit edilmiştir. Bunun ana nedeni hiçbir karakterin aşk, iş ve aile hayatlarının hepsinin birden aynı anda yolunda gitmeyişidir. Gerçek hayatla kıyaslandığında doğruluk payı olabilecek bu durumun mağdur olan tarafı ise yine kadınlardır, yani kadınlar erkeklerden daha mutsuz olarak resmedilmiştir.

Karakterlerin 26'sı başarılıdır ve bu sayının toplam içerisindeki payı % 55,30'dur. Karakterlerin tamamına yakınının, kahraman olarak kodlanması, doğal olarak başarı konusunda da aynı oranda bir beklentiye yol açabilir. Ancak 13 karakterin başarılı ya da başarısız olduğu kanısına tek bir dizi bölümüyle karar verilemediğinden % 27,70'lik hatırı sayılır bir oran başarılı diliminden sıyrılmıştır. Başarısız karakterlerin sayısı ise 8'dir ve toplam içerisinde % 17'lik paya sahiptir. Söz konusu başarı ve başarısızlık olduğunda, kadınlar erkeklere kıyasla daha başarısız resmedilmiştir. 47 karakter arasında başarısız olarak resmedilen 8 ana karakterin 5'i kadın 3'ü erkektir.

Televizyon dünyasının kahraman tipindeki erkek ana karakterini "kahraman" yapan yegâne unsur şiddettir. Zaten erkek egemen olan televizyon dünyasında, uygulanan ve maruz kalınan şiddet hareketlerinde erkeklerin oranının kadınlara göre çok fazla olması beklenen bir durumdur. Bundaki temel faktör, erkekler dünyasındaki hesaplaşmaların mafya, askeri, savaş ve polisiye ağırlıklı dizilerin yoğunluğunda can bulmasıdır. Yani erkek ana karakterler şiddet uygulama ya da şiddete maruz kalma konusunda bir şekilde taraf olmuştur. Çözümlemesi yapılan 25 erkek karakterin 5'i ölümcül olmayan şiddet uygulamış, 9'u öldürme eyleminde bulunmuş, 11'i ise herhangi bir şiddet olayına katılmamıştır; ancak bu 11 karakter şiddetin diğer yönüyle karşılaşmış olabilir. Bununla birlikte, senaryoların sürdürülebilmesi açısından, ana karakterin ölmekten ziyade öldürmesi beklenen bir durumdur. 7 karakter ölümcül olmayan şiddete maruz kalmış, 5 karakter ise ölümcül olan şiddete maruz kalmış ancak ölmemiştir.

Kadın ana karakterler açısından şiddet söz konusu olduğunda, 3 karakter ölümcül olmayan şiddet uygulamış ve 2 karakter öldürme eyleminde bulunmuştur. Yine 3 karakter ölümcül olmayan şiddete maruz kalmış ve 6 karakter ölümcül olan şiddete maruz kalmış ancak ölmemiştir. Özetleyecek olursak kadınlar şiddet uygulamaktan çok şiddete maruz kalan taraf konumundadır.

3.6.2. Ana Karakterlerin Sağlık Durumları

Ana karakter olmanın en önemli kriterlerinden bir diğeri ise ciddi, başarılı, kahraman ve şiddetle bir şekilde ilişkili olmanın yanında sağlıklı olmaktır. Söz konusu, ana karakterlerin sağlık durumları olunca, kadın ya da erkek hiçbir karakterin fiziksel ve zihinsel handikabı bulunmamaktadır. Ancak 2'si kadın 2'si erkek olmak üzere, 4 ana karakterin fiziksel hastalığı vardır. Erkeklerin her ikisi de gördükleri şiddetten dolayı ciddi olmayan geçici fiziksel hastalıklardan mustaripken, kadınlar daha uzun tedavi süreci isteyen, çok daha ciddi hastalıklarla mücadele etmek zorunda bırakılmıştır. Kadın ve erkek hiçbir karakterin sigara ve uyuşturucu kullandığına dair referans yoktur, bunun yanında 3 kadın ve 7 erkek karakterin alkol kullandığı tespit edilmiştir.

3.6.3. Ana Karakterlerin Medeni/ Ev/Aile/Duygusal Durumları

Türk televizyon dizilerinde geleneksel Türk örf, adet ve değer yargılarının yansıtıldığı kolaylıkla söylenebilir. Çözümlemesi yapılan 47 karakterin tamamı heteroseksüel birey olarak resmedilmiş, farklı cinsel yönelimlere yer verilmemiştir. Şiddetçi, ciddi, kahraman ve başarılı karakterin kusursuzluğunu tamamlayan en önemli unsur aile yaşantısıdır. 31 karakterin ailesi ile olumlu ilişkileri vardır ve yine 2 karakterin ailesi görünmese de ailesiyle olumlu ilişkilerinin olduğuna dair referanslar vardır. Bunun yanında sadece 1 karakterin ailesinin olmadığına dair spesifik bilgi varken 2 karakterin aileleri ile olan olumsuz ilişkileri tespit edilmiştir. 11 karakterin ise aileye sahip olup olmadığına dair spesifik bilgi yoktur. Bunun nedeni, çözümleme haftasında aile temasının arka planda kalmış olması olabilir. Bu durumla bağlantılı olarak 10 karakterin kiminle birlikte yaşadığı tespit edilememiştir. Geri kalan 37 karakter ise ya anne/babası ile ya eşiyile, ya çocuklarıyla ya da geniş aile üyeleri ile yaşamaktadır. Burada en dikkat çeken nokta ise yalnız yaşayan 3 karakterin de erkek olmasıdır. Bir başka ifadeyle, kadınların tamamı yukarıda sözü edilen herhangi bir aile üyesi ile birlikte yaşamaktadır.

47 karakterden 26'sı çocuk sahibidir ve bu 26 karakterin 21'ini yetişkin yaş grubundaki insanlar oluşturmaktadır. Genç yetişkin yaş grubundaki 12 karakterin ise sadece 5 tanesi çocuk

sahibidir. Verilerin bu şekilde çıkmasındaki temel etken, karakterlerin çok genç olmasıdır. 12 karakterin ise çocuk sahibi olup olmadığına dair spesifik bilgi bulunmamaktadır.

Karakterlerin medeni durumlarını tanımlayan evli, dul/boşanmış ve bekâr olmak son derece homojen bir biçimde dağılmış olsa da bir şekilde evli karakter sayısı diğerlerine oranla daha fazla çıkmıştır. 18 karakter evlidir ve bu sayının toplam içerisindeki payı % 38,30'dur. 16 bekâr karakterin ise toplam içindeki payı % 34'tür. Son olarak % 23,40 oranındaki 11 karakter boşanmış/duldur. Bekâr karakterlerin bu kadar fazla çıkmasının temel iki nedeni, bu karakterlerden erkek olanların kimisinin asker olması, kadınların ise genç yetişkin yaş kategorisinde yer almalarıdır. Dul/boşanmış ve bekâr karakterlerin sayısı fazla olsa da bu karakterlerin tamamına yakınının romantik bir ilişkisi vardır. Dikkat çeken en önemli detay ise, medeni durumu kodlanamayan 2 karakterin de erkek olmasıdır; yani kadın karakterlerin hepsi bir şekilde medeni durum sınıflandırmasına tabi tutulmuştur.

3.6.4. Ana Karakterlerin Diğer Özellikleri

Bu bölümde, ana karakterlerin diğer kişilik özellikleri betimlenmeye çalışılacaktır. İkili zıtlıklar arasında 5'li likert ölçeklerde değerlendirilen her bir özellik hakkında, eğer fikir sahibi olunamamışsa, "ayrımına varılamıyor" anlamına gelen 3 şikkı işaretlenmiştir. Bunun yanında söz gelimi tüm soğuk karakterlerin oranını tek bir çatıda birleştirip bütünlüğü sağlayabilmek adına "çok soğuk" ve "soğuk" oranı toplanarak, genel bir "soğuk"luk yargısına varılmıştır. Bu şekilde yapılan bir çözümleme sayesinde, popüler kültürün her alanda insanlara dayattığı makbul beden ve kişilik algılarının, hangi cinsiyetler ile özdeşleştirilip yeniden üretildiği sonucuna varılabilecektir.

Tablo 3.12 Ana Karakterlerin Diğer Özellikleri

Kişisel Özellik	Kadın	Erkek
Antipatik	% 27,27	% 12,00
Sempatik	% 50,00	% 72,00
Soğuk	% 31,81	% 32,00
Sıcak	% 59,10	% 60,00
Agresif	% 36,36	% 68,00
Sakin	% 63,64	% 24,00
Adaletsiz	% 9,01	% 16,00
Adil	% 63,63	% 56,00
Güçlü Karakter	% 86,36	% 88,00
Zekâ	% 81,82	% 80,00
Beceri	% 68,18	% 80,00
Rasyonalite	% 81,82	% 56,00
Kuvvet	% 45,45	% 88,00
Uzunluk	% 81,81	% 100,00
Fitlik	% 90,90	% 80,00
Temizlik	% 90,91	% 96,00
Seksepalite	% 100	% 100,00
Özgüven	% 81,82	% 96,00

Dizilerde yer alan karakterlere atfedilen sıfatların ve fiziksel özelliklerin gösterildiği tablo 3.12’den de anlaşılacağı üzere, toplumsal gerçekliğin bir parçası olan cinsiyet rolleri televizyon dizileri aracılığıyla yeniden üretilmektedir. Tablo incelendiğinde kadınların erkeklerden daha az sempatik ve daha fazla soğuk oldukları görülmektedir. Oranların beklenenin aksine bu şekilde sonuç vermesi, iktidarını şiddet ile sağlayan erkeğin aksine, kadınların “makbul” kadın olabilmek adına bu şekilde bir karakter sergileyerek toplumda kabul görmeye çalışması olarak okunabilir. Bu savımızı destekler nitelikte erkeklerden daha “adil” olan kadınlar; en az erkekler kadar “güçlü karakterli” olarak resmedilmiştir.

Kadınların erkeklerden üstün oldukları diğer sıfatlar, sakinlik ve rasyonalitedir. Mafya, askeri, savaş ve polisiye ağırlıklı dizilerin yoğunluğundan dolayı, erkekler kadınlara kıyasla çok daha agresif, şiddet eğilimli ve bu iki sıfattan dolayı daha az rasyonel düşünebilen insanlar olarak resmedilmiştir. Kadınlar, adı geçen program türlerinde rol alsalar bile, tıpkı toplumdaki rollerinde beklenildiği gibi narin, sakin, barışçıl ve rasyonel olarak resmedilmiştir.

Erkekler kadınlara kıyasla daha üst düzey mesleklerde iş yeri sahibi ya da yönetici konumunda resmedildiklerinden, kadınlardan daha zengindir. Zekâ söz konusu olunca kadınlar ve erkekler neredeyse eşittir. Ancak burada dikkat çeken nokta, hiçbir kadının 5’li likert ölçekte doğrudan “zeki” olarak kodlanmamış olmasıdır. Yani 22 kadın karakterin 18’i “kısmen zeki” dir. Son tahlilde bu şekilde resmedilen kadın karakterlerin ayrıntılı incelemesinde, onların sorun çözmekten çok sorun yaratan, cevaplayan değil soru soran ve son kararı erkeğe bırakan taraf oldukları tespit edilmiştir. Erkeklerin ise 14’ü “kısmen zeki”, 6’sı doğrudan “zeki” olarak kodlanmıştır.

Beceri konusunda da erkekler ile kadınlar arasındaki fark dikkat çekicidir. Tıpkı zekâ konusunda olduğu gibi, kadınların bu konuda da doğrudan “becerikli” olarak kodlanmadıkları görülmüştür. Kadınların sadece 3’ü doğrudan becerikliyken, bu sayı erkeklerde 8’dir. “Kısmen becerikli” olan kadın karakterler bile “kısmen becerikli” olan erkeklerin yardımına muhtaç olarak resmedilmiştir.

Kadın ve erkek karakterlerin, fiziksel olarak günümüz tüketim toplumunda dayatılan idealize edilmiş bedenlere uygun olarak resmedildikleri görülmüştür. Her şeyden önce kadın ve erkek bütün karakterler temiz ve tertipli olarak resmedilmişlerdir ve bu durumun karakterlerin sosyo-ekonomik statüleri ile doğrudan ilişkisi vardır. 22 kadın karakterin 21’i, toplum tarafından kadınların olması gerektiğine inandırıldığı ideal kilodadır. Yetişkinlikten yaşlılığa geçiş döneminde olan 1 kadın karakter ise ana karakterler arasındaki tek “kilolu” karakterdir. Bir başka ifade ile ideal olmayan bedene sahip kadınlara televizyonda yer yoktur. Aynı durum, erkekler açısından da geçerlidir. 25 erkek karakterin 20’si ideal kilodadır, 4 karakter ise kısmen

kiloludur. Burada dikkat çeken nokta ise, bu 4 karakterin de yetişkinlikten yaşlılığa geçiş döneminde olan karakterler olmasıdır. Kısaca yaşlandıkça “ideal” olmayan bedenler, televizyon dünyasında ya görünmez, ya da çok nadiren görünse bile yaşlılıkla ilişkilendirilir.

Ana karakterler fit ve enerjik olmalarının yanında aynı zamanda uzun boyludur. Erkek karakterlerin 3’ü orta, 17’si uzun ve 5’i çok uzun boyludur, bununla birlikte kısa boylu erkek ana karakter yoktur. Kadınlarda da benzer bir durum söz konusudur. Karakterlerin 14’ü orta, 4’ü uzun ve 4’ü kısmen kısa boyludur. Kısaca uzun boylu olmak bir değerdir ve kilolularda olduğu gibi kısa boylulara da televizyonda yer yoktur. Kadınlar son derece “kadınsı”, erkeklerde son derece “erkeksi”dir. Sonuçta tüm bu fiziksel özelliklerin psikolojik getirisi olarak kadınların tamamına yakını, erkeklerin ise tamamı “özgüven” sahibidir.

3.7. Dizilerdeki Yan Karakterler

Bu bölümde, 24 televizyon dizisinde çözümlenmesi yapılan 887 yan karakter sırasıyla demografik, betimleyici, sağlık ve ev/aile/özel hayatları açısından 4 tür içerik üzerinden çözümlenmiştir. Çözümlenmesi yapılan karakterlerden, yaşlıların tamamı yan karakter olduğu için, yaşlı karakter sayısı yan karakter sayısına eklenmiştir. Böylece ana karakter dışında kalan bütün karakterler yan karakter olarak kodlanmıştır.

Tablo 3.13 Yan Karakterlerin Cinsiyetleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	340	38,33	38,33	38,33
Erkek	547	61,67	61,67	100,00
Toplam	887	100,00	100,00	

Çözümlenmesi yapılan 24 televizyon dizisindeki yan karakterlerin cinsiyet dağılımını veren Tablo 3.13’te görüleceği üzere, erkeklerin sayısı kadınların sayısından 1,5 kattan daha fazladır. Erkekler, toplam sayının % 61,67’sini oluştururken, kadınların payı % 38,33’de kalmıştır. Önemsiz roller olarak adlandırabileceğimiz yan karakterlerin sayısında bile, erkeklerin kadınlara göre bariz şekilde üstün olması, televizyon dünyasının erkek egemen bir yapıda olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Tablo 3.14 Yan Karakterlerin Toplumsal Yaşları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Delikanlılık Öncesi	87	9,81	9,81	9,81
Genç Yetişkin	222	25,03	25,03	34,84
Yetişkin	532	59,98	59,98	94,82
Yaşlı	46	5,18	5,18	
Toplam	887	100	100	

Tablo 3.14'ten de anlaşılacağı üzere, yan karakterlerin toplumsal yaş dağılımı, ana karakterlerin toplumsal yaş dağılımı ile benzerlik göstermektedir. Popülasyondaki en kalabalık grubu % 59,98 ile “yetişkinler” oluştururken, bu yaş grubundaki erkekler kadınların neredeyse 2 katıdır. Yetişkinleri % 25, 03 ile “genç yetişkinler” takip etmektedir ve bu yaş grubunda da erkekler oransal olarak kadınlardan daha fazladır. “Delikanlılık öncesi” % 9,81 ile en az temsil edilen ikinci yaş gurubunu oluştururken, % 5,81 ile en az temsil edilen yaş grubu “yaşlılar” olmuştur.

Tablo 3.15 Yan Karakterlerin Etnik Kökenleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Türk	666	75,08	92,62	92,62
Arap	5	0,56	0,70	93,32
Kürt	5	0,56	0,70	94,02
Yabancı	43	4,85	5,98	100
Toplam	719	81,05	100	
Kodlanamaz	168	18,95		
Genel Toplam	887	100		

Tıpkı ana karakterlerde olduğu gibi, yan karakterlerin de tamamına yakını % 92,62 ile Türkler oluşturmaktadır. Rol aldıkları sahnelerin kısa olmasından dolayı % 18,95 oranındaki karakterin milliyeti ise kodlanamamıştır. Türkler haricindeki % 7,38 oranındaki Araplar, Kürtler ve Yabancılar (İngiliz-Rus-İtalyan) bir yandan ötekileştirilirken, diğer yandan olumsuz stereotipleştirmeler ile resmedilmiştir; zira adı geçen bu milliyetlerin tüm mensupları karakter tipi olarak “kötü, hain” olarak kodlanmıştır.

Tablo 3.16 Yan Karakterlerin Sosyo-Ekonomik Statüleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Üst Üst Sınıf	72	8,12	10,83	10,83
Üst Sınıf	225	25,37	33,83	44,66
Orta Sınıf	275	31,00	41,36	86,02
Alt Sınıf	86	9,70	12,93	98,95
Alt Alt Sınıf	7	0,79	1,05	100
Toplam	665	74,98	100	
Kodlanamaz	222	25,02		
Genel Toplam	887	100		

Yan karakterlerin sosyo-ekonomik statülerini gösteren Tablo 3.16'dan da anlaşılacağı üzere, dağılımının ana karakterlerin statü dağılımları ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. Ana karakterlerde olduğu gibi yan karakterlerde de yoğunluk “üst sınıfta” toplanmıştır. 877 yan karakter içerisindeki 297 “üst sınıf” karakter, % 33,49'a denk düşen oran ile en çok temsil edilen sosyo-ekonomik sınıf olmuştur. Ana karakterlerin çoğunluğunun, üst ve orta sınıf mensupları ile etkileşim halinde olması, oranlardaki bu benzerliğin ana nedenidir. 275 karakter orta sınıftır ve toplam içerisinde % 31'lik bir paya sahiptir. Tıpkı ana karakterlerde olduğu gibi,

en az temsil edilen grup yine alt sınıf üyeleridir. 93 karakterin toplam içerisindeki payı 10,49'dur. 222 karakterin kodlanamaz çıkmış olmasındaki en temel etken ise, karakterlerin rol sürelerinin çok kısa olması ve karakterlerin rollerindeki muğlaklıktır.

3.7.1. Yan Karakterlerin Betimleyici Özellikleri

Çözümlemesi yapılan 887 yan karakterin rolleri incelendiğinde, onların da ana karakterlerde olduğu gibi ağırlıklı olarak “ciddi” olarak resmedildikleri görülmüştür. % 67,98 gibi bu kadar yüksek bir oranın çıkmasındaki temel etken, “ciddi” formatındaki dizilerin fazlalığıdır. Dikkat çeken bir diğer önemli nokta ise kadınların erkeklere göre daha fazla “komik” rollerde yer almalarıdır. Komik kadın oranı % 9,79 iken komik erkek oranı % 8,90'dır.

Ana karakterlerde olduğu gibi, yan karakterlerin de çoğunluğu “iyi, kahraman” tipindeyken, toplam içerisindeki payları % 38,21'dir. Kötü karakterlerin oranı % 20,63'tür ve erkekler kadınlara kıyasla daha “kötü” olarak resmedilmiştir. Erkeklerin % 23,72'si kötüyken, kadınlarda bu oran % 16,30'dur. Oranların bu şekilde çıkmasındaki temel etken mafya, askeri, savaş ve polisiye ağırlıklı dizilerde yer alan figüran erkek sayısındaki fazlalıktır. Kodlanamayan 324 karakterin ise toplam içerisindeki oranı % 36,52'dir. Figüran sayısındaki fazlalık, oranın yüksek çıkmasındaki temel etkidir.

Yan karakterlerin mutluluk durumlarında dikkat çeken ilk nokta televizyon dünyasındaki mutsuz insanların mutlu insanlardan daha fazla olmasıdır. 275 mutsuz karakterin toplam içerisindeki oranı % 31'dir. Buna karşılık 190'da kalan mutlu insan sayısının toplam içerisindeki oranı ise % 21,42'dir. Mutsuz bir toplum portresi sunan bu veriler daha ayrıntılı olarak incelendiğinde, tıpkı ana karakterlerde olduğu gibi yan karakterlerde de kadınların erkeklere kıyasla daha mutsuz oldukları görülmektedir. Mutsuz kadınların oranı % 34,12'yken, bu oran erkeklerde % 29,10'da kalmıştır.

Toplumsal yaş gruplarına göre yapılan daha ayrıntılı incelemelerde ortaya çıkan en önemli sonuç ise neredeyse yarısı mutsuz olarak resmedilen yaşlıların, diğer yaş gruplarına göre en mutsuz yaş grubunu oluşturmasıdır. Popülasyonda yaşlılardan sonra en az temsil edilen delikanlılık öncesi yaş grubu ise en mutsuz ikinci yaş grubudur. En mutlu yaş grubu ise genç yetişkinlerdir. Yine belirtmekte fayda var ki, bu yaş grubunun da en mutlu olan tarafı, % 20 mutlu kadına karşılık % 26,20 ile erkeklerdir.

Başarı konusunda cinsiyetlerin kıyaslanması karmaşık sonuçlar vermiştir. Başarılı erkek oranının başarılı kadın oranından fazla olması nedeniyle, başarısız kadın oranının başarılı erkek oranından fazla olmasını beklemek normaldir. Ancak kadınlarda “kodlanamaz” oranının erkeklere kıyasla daha fazla çıkması, kadınlardaki başarısızlık oranının erkeklerdeki

başarısızlık oranından az çıkmasına neden olmuştur. Kısaca hem başarılı hem de başarısız erkek oranı kadınlardan daha fazladır. Başarı unsurunda “kodlanamayan” kadınların oransal olarak erkeklerden fazla olması, erkeklerin hikâyenin gidişatına yön veren ana cinsiyet olduğunun ve kadınların ikici planda kaldığının açık bir göstergesidir.

Toplumsal yaş kategorilerine göre, en başarılı yaş grubu % 37,40 ile “genç yetişkinlerdir” ve onları % 33,10 ile “yetişkinler” takip etmektedir. En az başarılı yaş gurubu ise % 14,90 ile “delikanlılık öncesidir”. Sonucun bu şekilde çıkması şaşırtıcı değildir. Bu görüntüdeki en temel faktör, henüz ergenlik çağında olan bireylerin başarılı sayılabilecek kriterlerinin, hikâyenin gidişatını etkileyen karakter önemiyle paralel olarak, net bir şekilde ortaya konulmamış olmasıdır. En az başarılı ikinci yaş grubu ise % 26,10'luk oranı ile yaşlılardır. Bu durumla bağlantılı olarak başarısızlık oranlarına bakıldığında, % 23,90 ile yaşlıların en başarısız yaş gurubu olduğu görülmektedir.

Yan karakterlerin şiddet ile olan ilişkileri incelendiğinde, ana karakterlerinkiyle benzer sonuçlar verdiği görülmektedir. Tıpkı ana karakterlerde olduğu gibi, erkek yan karakterler de bir şekilde şiddetin tarafı olmuştur. Ölümcül olmayan şiddet uygulayan kadın ve erkeklerin oranı neredeyse birbirine eşittir; ancak öldürücü şiddet uygulayan kadın hiç yokken, aynı tür şiddet uygulayan erkek oranı % 10'dur. Son olarak öldürme eyleminde bulunan erkeklerin oranı kadınların oranından 22 kat daha fazladır.

3.7.2. Yan Karakterlerin Sağlık Durumları

Yan karakterlerin sağlık durumlarının, ana karakterlerin sağlık durumlarıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir. 887 karakterin sadece 12'sinde fiziksel handikap vardır ve bu sayının toplam içindeki payı % 1,35'tir. Toplumsal yaş gruplarına göre fiziksel handikabı en yüksek olan grup % 8,70 ile yaşlılardır. Tıpkı fiziksel handikapta olduğu gibi fiziksel ve zihinsel hastalık konusunda da yaşlılar mağdur olan taraftır. Diğer yaş gruplarında % 1'leri geçmeyen bu oranlar, her iki problem konusunda da yaşlılarda % 4,35'tir.

3.7.3. Yan Karakterlerin Medeni Durumları

Çözümlemesi yapılan 887 karakterin medeni durumlarına bakıldığında, % 69,22 oranındaki karakterin “kodlanamaz” çıktığı ve bu durumun heterojen bir dağılıma neden olduğu görülmektedir. Tamamına yakını “yetişkin” ve “yaşlı” karakterlerin oluşturduğu % 11,50 oranında evli karaktere karşılık, % 13,98 oranındaki karakterin bekâr olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında dul/boşanmış karakter oranı % 3,27'dir ve bu oranın tamamına yakını yaşlılar oluşturmaktadır.

Verilerdeki en dikkat çekici unsur ise sadece 6 yetişkin karakterin birlikte yaşıyor olmasıdır. Bu anlamda bir kez daha, televizyon içeriğinin Türk örf, adet ve değer yargılarını yansıttığı kolaylıkla söylenebilir. Cinsiyetler arası evlilik oranlarına bakıldığında ise kadınların erkeklere kıyasla daha fazla evli olarak resmedildikleri görülmektedir. Evli erkek oranı % 9,10'ken, bu oran kadınlarda % 15,43'tür, bir başka deyişle kadınların rolleri evlilik kurumunda daha belirgin olarak öne çıkmaktadır. Medeni durum açısından cinsiyetler arasındaki "kodlanamaz" oranı da aslında bize bir şeyler söylemektedir. Nitekim % 62,01 oranındaki kodlanamayan kadına karşılık, % 73,64 oranındaki erkek, kadınların hikâyelerde medeni durum açısından daha çok sınıflandırmalara dâhil edildiğini söylemektedir. Bir diğer ifadeyle, kadınların hikâyelerde var olmalarına aracılık eden en temel olgu onların medeni durumlarıdır.

Toplumsal yaş kategorileri açısından dikkat çeken nokta ise "dul/boşanmış" oranındaki dağılımdır. Diğer tüm yaş gruplarındaki dul/boşanmış karakter sayısı toplamda 17'dir ve bu sayının 12'sini yaşlılar oluşturmaktadır. % 26,10'a denk düşen bu oran bize, yaşlanmaya romantik olarak yalnız kalmanın da eşlik ettiğini söylemektedir.

Karakterlerin çocuk sahibi olup olmaları açısından yapılan bir çözümleme, toplumdaki hangi grupların, onlara uygun görülen hangi rollerle stereotipleştirildiklerini görmemiz açısından önemli veriler sağlayabilir. Buna göre % 11,64 oranında erkek, baba olarak resmedilmişken, % 16,61 oranında kadın anne olarak resmedilmiştir. "Kodlanamaz" oranının kadınlarda düşük olması tıpkı medeni durumda olduğu gibi, kadınların erkeklere göre daha fazla sınıflandırmaya tabi tutulduğunu ve hikâyeye dâhil edilmede kadınların ebeveynliklerinin bir araç olduğunu gösterir niteliktedir. En fazla çocuk sahibi olan yaş grubu ise yaşlılardır ve bu yaş grubunun sahip oldukları çocuklar, onların hikâyelerde yer almalarına aracılık etmektedir. Bir diğer ifadeyle yaşlıların ebeveyn rolleri, onların hikâyelere dâhil edilmesindeki en temel etkidir.

3.8. Dizilerdeki Yaşlı Karakterler

Bu bölümde, 24 televizyon dizisinde çözümlemesi yapılan 46 yaşlı karakter sırasıyla demografik, betimleyici, sağlık ve ev/aile/özel hayatları açısından 4 tür içerik üzerinden çözümlenecektir.

3.8.1. Yaşlı Karakterlerin Demografik Özellikleri

934 karakter arasında yaşlı olarak kodlanan 46 karakterin toplam içerisindeki oranı % 4,93'tür ve bu oran gerçek rakamları yansıtmaktan çok uzaktır. Toplumda % 12,96'lık bir paya sahip olan yaşlıların, televizyon dünyasında yaklaşık 3 katı kadar daha az temsil edilmesi,

onların 60 yaşından sonra sembolik olarak yok edilişlerinin açık bir göstergesi olarak okunabilir (bkz. Tablo 3).

Genelde medyada, özelde ise televizyonda zaten yeterince temsil edilmeyen kadınlar, yaşlılık söz konusu olunca, daha önceki yapılan çalışmalarla tutarlı olacak şekilde, “çifte dozda ayrımcılığa” maruz kalmaktadır. Başka bir ifadeyle, yukarıda sözü edilen yok edilişten payına en çok düşen kesim yaşlı kadınlardır. Nitekim 30 erkek karakterin toplam içerisindeki oranı % 65,22 iken, bu oran 16 kadında % 34,78’de kalmıştır. Yani televizyon dünyasında 1 yaşlı kadın karakterin olduğu yerde 2 yaşlı erkek karakter vardır (bkz. Tablo 3).

Bununla birlikte değinilmesi gereken en önemli noktalardan bir diğeri ise, öyle ya da böyle diğer tüm yaş gruplarında bir ana karakter olmasına karşın, “yaşlı” karakterlerin tamamının “yan karakter” olarak resmedilmiş olmasıdır. Yani Gerbner’in ana karakterin tanımını yaparken belirttiği gibi, bahsi geçen bu yaşlı karakterlerden herhangi birinin hikâye örgüsünden çıkarılması, hikâyenin bütünsel özelliğini bozmayacaktır. Bu karakterizasyon, onların gerçek hayatta ikinci plana atılmışlıklarının açık bir göstergesi olarak okunabilir. Bu ikinci plana atılmış konumlarına da sadece hikâye örgüsü içerisinde aile ilişkilerinde oynadıkları rollerle kavuşabilmişlerdir.

Tıpkı ana ve yan karakterlerde olduğu gibi, sözü edilen 46 yaşlı karakterin uyruklarına bakıldığında, tamamına yakınının Türk olduğu görülmektedir. Sadece 2 karakter yabancı uyrukludur ve 11 karakterin uyruğu kodlanamamıştır. Yaşlıların temsili üzerine yapılan ilk dönem çalışmaları akla getirir şekilde, kodlanamaz oranının bu kadar yüksek çıkmasının ana nedeni, zaten oransal olarak çok az gösterilen yaşlı karakterlerin, hikâyeler içerisinde uyruklarının ayırımına varılabilecek kadar uzun süre rol almamış olmalarıdır.

Tablo 3.17 Yaşlı Karakterlerin Meslekleri

	Kodlanamaz	Yasa Dışı	Esnaf	Şirket Sahibi	İmam	Devlet	Toplam
Kadın	15	0	0	1	0	0	16
% Cinsiyet	93,75	0	0	6,25	0	0	100
% Toplumsal Yaş	46,87	0	0	33,33	0	0	34,78
% Toplam	32,60	0	0	2,18	0	0	34,78
Erkek	17	7	2	2	1	1	30
% Cinsiyet	56,67	23,33	6,67	6,67	3,33	3,33	100
% Toplumsal Yaş	53,13	100	100	66,67	100	100	65,22
% Toplam	36,96	15,22	4,35	4,35	2,17	2,17	65,22
TOPLAM	32	7	2	3	1	1	46
% Cinsiyet	69,56	15,22	4,35	6,52	2,17	2,17	100
% Toplumsal Yaş	100	100	100	100	100	100	100
% Toplam	69,56	15,22	4,35	6,52	2,17	2,17	100

Yaşlı karakterlerin mesleklerini gösteren Tablo 3.17’den de anlaşılacağı üzere, karakterlerin 32’si yani % 70 gibi yüksek bir bölümü mesleklerini icra ederken

gösterilmedikleri, ya da çalıştıklarına dair spesifik referanslar bulunmadığı için kodlanamamıştır. % 15,22 oranındaki yasadışı işler ile uğraşan 7 karakter, çalışanlar kategorisindeki en kalabalık grubu oluşturmuştur. Geriye kalan 7 karakterin 2'si esnaf, 3'ü şirket sahibi 1'i imam 1'i ise orduda komutan olarak resmedilmiştir. Gerçek hayatta çalışma hayatından soyutlanan yaşlılar, televizyon dünyasında, özellikle de kadınlar bağlamında tamamen görmezden gelinmiştir. Tabloda dikkat çekmesi gereken en önemli noktalardan bir diğeri ise, 16 yaşlı kadın karakterin sadece 1 tanesinin çalışıyor olarak gösterilmiş olmasıdır. Gerçek dünyanın çalışma hayatındaki yaş ayrımcılığının can bulmuş hali olan bu veriler, kadınlar üzerinde yine çifte dozda ayrımcılığa yol açmaktadır. Başka bir ifadeyle, köşelerine çekilmiş, bir iş yapmayan kişiler olarak resmedilen yaşlı kadınlar, mekânsal olarak çoğunlukla ev ve kapalı ortamlara hapsedilmiştir. Böylece, yaşlı kadınların erkek akranlarına kıyasla çalışma hayatından pasifize edilmelerine neden olan ve görünmez bariyer anlamına gelen cam tavanı (glassceiling) (Singh, 2007) aşmalarına izin verilmemiş, ekonomik güç erkekler arasında pay edilmiştir.

Tablo 3.18 Yaşlı Karakterlerin Sosyo-Ekonomik Statüleri

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Üst Üst Sınıf	16	34,78	41,02	41,02
Üst Sınıf	7	15,22	17,94	58,96
Orta Sınıf	11	23,91	28,21	87,17
Alt Sınıf	4	8,70	10,26	97,43
Alt Alt Sınıf	1	2,17	2,57	100
Toplam	39	84,78	100	
Kodlanamaz	7	15,22		
Genel Toplam	46	100		

Yaşlı karakterlerin sosyo-ekonomik statülerini gösteren Tablo 3.18'den de anlaşılacağı üzere, karakterlerin yarısı üst sınıf mensubudur. Oranın bu şekilde çıkmasındaki ana neden, bu karakterlerin mafya konulu ve ihtişamlı yaşamların ön plana çıktığı dizilerde, aile büyüğü olarak karakterize edilmiş olmasıdır. Üst sınıf olarak kodlanan kadın ve erkeklerin oranları birbirine nerdeyse eşitken, alt sınıf olarak resmedilen kadınların oranı (% 15,38), erkeklerden (% 9,10) daha fazladır. 7 karakterin sosyo-ekonomik statüsü ise kodlanamamıştır.

3.8.2. Yaşlı Karakterlerin Medeni Durumları

Karakterlerin medeni durumları incelendiğinde, bu karakterlerin % 45,70'inin kodlanamadığı; kodlanamayan karakterler arasında da kadınların oranının (% 25) erkeklerin oranından (% 56,70) fazla olduğu görülmüştür. Tıpkı yukarıda, yan karakterler bölümünde belirtildiği gibi, kadın yaşlı karakterler medeni durum konusunda daha fazla sınıflandırmaya tabi tutulmuş ve karakterizasyonları medeni durumları üzerinden oluşturulmuştur.

Kodlanabilen medeni durumlar arasında ise “dul/boşanmış” oranının % 26,10 ile en yüksek olduğu ve bu grup içinde kadınların erkeklerden yaklaşık 3 kat daha fazla oldukları tespit edilmiştir. % 19,60 olan “evli” karakterlerden kadın ve erkeklerin oranı neredeyse birbirine eşittir. Evli olmayan ancak karşılıklı bir ilişki yaşayan 3 karakterin sosyo-ekonomik statüsü ise üst sınıftır.

Yaşlı karakterlerin karakterizasyonlarının, onların medeni durumları üzerinden yapılmasının bir diğer uzantısı ise bu karakterlerin çocuk sahibi olup olmama durumudur. Buna göre çözümlenmesi yapılan karakterlerin 26’sı çocuk sahibidir ve bu sayının toplam içerisindeki payı % 56,52’dir. Geri kalan 21 karakterin medeni durumu ise, çocuk sahibi olup olmadıklarına dair referans bulunamadığı ve bu karakterlerin rolleri hikâyelerde çok kısa tutulduğu için kodlanamamıştır. Kodlanabilen karakterlerin tamamının çocuk sahibi olması ise yaşlı karakterlerin ortak noktasıdır. Yaşlı karakterlerin hikâyelerde yer alabilmelerine aracılık eden ana etkenler, onların çocuklarıyla olan ilişkileri ve aile içerisinde oynadıkları merkezi roldür. Bir başka ifadeyle, yaşlı karakterler hikâyedeki varlıklarına sadece aile içerisinde oynadıkları roller ile kavuşabilmişlerdir. Yani aile içerikli dizilerin varlığı yaşlıların televizyon dizilerinde görünür olmalarının ön koşuludur. Nitekim karakterlerin yaşadıkları mekânlara göz atıldığında, kodlanabilen bu karakterlerin tamamına yakınının, Türk aile örf ve geleneklerini yeniden üretir biçimde, çocuklarının yanında ya da geniş aile üyeleri ile yaşadıkları görülmüştür. 2’si kadın 2’si erkek karakter ise yalnız yaşadığı tespit edilmiştir.

3.8.3. Yaşlı Karakterlerin Aileleri ile Olan İlişkileri

Yaşlı karakterlerin aileleri ile olan ilişkileri ise şu şekilde özetlenebilir. Karakterlerin yarısından fazlası aileleri ile etkileşim halindedir. Karşılıklı etkileşimin parasal boyutunda, bariz bir oranda yaşlı karakterlerin ailelerine, ailelerinin kendilerine olduğundan daha çok katkıda buldukları görülmüştür. Hem ailelerin karakterlere, hem de karakterlerin ailelerine karşı olan tutumlarında, her iki tarafın da birbirlerini destekleyici tavırda oldukları görülmektedir. Her ne kadar yaşlı karakterler aileleri ile yaşasalar da bu, onların yalnız olmadıkları anlamına gelmemelidir; nitekim söz konusu tarafların birbirlerinin duygusal durumlarına etkisi olunca, her iki taraf da birbirlerini “olumsuz” olarak etkilemektedir.

3.8.4. Yaşlı Karakterlerin Sağlık Durumları

Genel olarak söylersek yaşlı karakterler sağlıklı olma eğilimindedir. Sadece 1’i kadın, 2’si erkek olmak üzere 3 karakterin fiziksel olarak yürümekte zorluk çektiği tespit edilmiştir. Diğer karakterlerin hiç birinde herhangi bir handikap saptanmamıştır. 4 erkek karakterden

2'sinin solunum yolu hastalığı, 2 karakterin ise kalp hastalığı vardır; görsel hastalığa sahip tek karakter ise yüzünde vitiligosu olan bir kadın karakterdir. Zihinsel hastalığa sahip sadece 2 karakter vardır; her ikisi de kadın olan bu karakterlerin hastalıkları, günümüzde yaşlılıkla ilişkilendirilen ve hikâyedeki karakterler açısından uygunsuz konuşmalara ve gerçeklikle temas kaybına neden olan Alzheimer'dır.

Yaşlı karakterler içerisinde sadece 1 kişi ileri yaşından dolayı acı çekmeden, aile üyesi olmayan insanların yanında ölmüştür. Her ne kadar 24 dizi içerisinde tek bir yaşlı karakterin ölmüş olması önemsiz gibi gözükse de, burada esas önemli olan karakterin ölüm sahnesinin güldürü unsuru olarak kullanılması ve karakterin ölümüne diğer yaş gruplarındaki karakterlerin yapmış oldukları yorumlardır. Yaş ayrımcılığının açık göstergesi olan bu diyaloglara, karakterlerin yaş ayrımcılığına doğrudan maruz kaldıkları sahnelerin yorumlanmasında yer verilecektir.

3.8.5. Yaşlı Karakterlerin Betimleyici Özellikleri

Dizilerin Türk aile, örf ve geleneklerini yansıtmamasından dolayı, yaşlı karakterlerin yarısından fazlası “iyi” olarak kodlanmıştır. “Kötü” olarak kodlanan 9 karakterden 7'sinin üst sınıf mensubu olması ise dikkat çekicidir. Genel olarak “ciddi” rollerde yer alan yaşlılardan “komik” olan taraf ise erkeklere (% 3,30) karşı kadınlardır (% 31,30). Yaşlı karakterlerin yaklaşık yarısı mutsuz olarak resmedilse de, cinsiyetler arası belirgin bir farklılık görülmemiştir.

Yan karakterlerin betimsel özellikleri bölümünden de hatırlanacağı üzere, başarısızlık konusunda en başarısız yaş grubu yaşlılar; yaşlılar içerisinde de en başarısız olanlar kadınlardır. Başarılı erkek oranının (% 30), kadınlardan (% 18,80) fazla olmasının yanında; kodlanamaz olan kadınların oranı (% 50) erkeklerden (% 40) fazladır. Resmin bu şekilde çıkmasındaki ana etken, hikâyelerin gidişatı açısından pasifize edilen bu karakterlerin rollerinin ve amaçlarının açık bir şekilde belirtilmemiş olmasıdır.

Karakterlerin cinsel tasviri incelendiğinde, bu karakterlerin bir şekilde cinsiyetsizleştirildikleri kolaylıkla söylenebilir. Çözümlemesi yapılan 46 karakterin sadece 3'ü çekici olarak resmedilmiştir; erkek olan bu 3 karakterin ortak noktası ise hepsinin üst sınıf üyesi olmasıdır.

Yaşlıların şiddet ile olan ilişkilerine bakıldığında ise, bu yaş grubunun şiddete maruz kalan taraf olmaktan ziyade, şiddet uygulayan taraf olduğu görülmüştür. Yani ölümcül olmayan şiddete maruz kalan 2 erkek yaşlı karaktere karşılık, ölümcül olmayan şiddet uygulayan 4 yaşlı karakter bulunmaktadır.

3.8.6. Yaşlı Karakterlerin Katıldıkları Aktiviteler

Yaşlı karakterlerin televizyon dizilerinde pasifize edilmişliklerinin en önemli göstergelerinden bir diğeri ise onların katıl(ma)dıkları aktivitelerden anlaşılabilir. Kodlama çizelgesinde, Gerbner ve arkadaşlarının yaşlıları hayatta tutan aktiviteler olarak tanımladıkları televizyon izlemek, bağ/bahçe işiyle uğraşmak, yazı yazmak, okumak, araç kullanmak, dans etmek, müzik dinlemek, müzik aleti kullanmak, şarkı söylemek, sinema ve operaya gitmek, spor yapmak, temizlik yapmak, kart oyunu oynamak, ibadethaneye gitmek gibi aktivitelerin hiç birinde aktif bir yaşlı görülmediği için, adı geçen aktivitelerin tamamı kodlanamaz olarak işaretlenmiştir. Sadece 1 üst sınıf mensubu yaşlı karakter restorana gitmiş, sadece 2 karakter (anne-baba) çocuklarının hayatına müdahale etmek amacıyla şehir dışına çıkmış, sadece 3 erkek karakter yalnız başlarına yürüyüş yapmış ve 3'ü kadın 4 karakter alışveriş yapmıştır. Yaşlıların bu şekildeki resmedilişleri onların pasifize edilmişliklerini, yalnızlıklarını ve cinsiyet rollerini yeniden üretmiştir.

3.8.7. Yaşlı Karakterlerin Kişilik Özellikleri

Bu bölümde yaşlı karakterlerin değişik kişilik özellikleri betimlenmeye çalışılmıştır. Her kişilik özelliği, örnek olarak “kibirli-mütevazı” arasında gidip gelen 5’li skalalarda değerlendirilmiş, kişilik özelliğinden emin olunamayan karakterler kodlanamaz anlamına gelen “ayrımına varılamıyor” şikkına işaretlenmiştir. Bu durumda % 50’si kodlanamaz olarak sonuç vermiş karakter özellikleri, değerlendirmeye alınmamıştır. Bu şekilde yapılan bir çözümleme sayesinde, aynı zamanda cinsiyetler arası stereotipleştirmeler de keşfedilebilmiştir. Çıkan sonuçlar olumlu stereotipleştirmelerin erkek karakterlerde, olumsuz stereotipleştirmelerin ise kadın karakterlerde yoğunlaştığını göstermiştir.

Tablo 3.19 Yaşlı Karakterlerin Kişilik Özellikleri

Kişisel Özellik	Kadın	Erkek
İnatçılık	% 68,80	% 50,00
İtaatkârlık	% 37,60	% 10,00
Katılık	% 56,30	% 66,30
Demodelik	% 50,00	% 26,70
Kötümserlik	% 56,30	% 33,30
Kibir	% 50,00	% 40,00
Problem Yaratma	% 50,00	% 26,70
Özgürlük	% 50,00	% 66,70
Bilgelik	% 43,80	% 46,60
Ciddiye Alınma	% 12,50	% 43,30
Güçlü Karakter	% 25,00	% 43,30
Dış Görünüş	% 87,60	% 70,00

3.8.8. Yaşlı Karakterlerin Olumlu Özellikleri

Yaşlı karakterlerin, Türk gelenek ve ahlak yapısına uygun bir şekilde resmedildikleri olumlu özelliklerine göz atılacak olursa, karakterlerin tamamına yakının kötü muamele görmedikleri ve iyi bir hayat sürdükleri için acınası resmedilmedikleri görülmüştür. Ancak yine de “acınası” resmedilen kadın karakterlerin oranı erkeklerden daha fazladır. Acınası olarak değerlendirilen karakterlerin, bu şekilde değerlendirilmesine neden olan faktörler ise “yaşlıların doğrudan maruz kaldıkları yaş ayrımcılıkları” bölümünde değerlendirilecektir.

“Özgürlük” yaşlı karakterlerin öne çıkan olumlu özelliklerinin başında gelmektedir; çok azı bağımlı olan bu karakterlerden, erkeklerin daha özgür olarak resmedilmesi, onların liderlik vasıflarının ön plana çıkartılmasının doğal sonucudur. Genellikle lider olarak resmedilen yaşlı karakterlerin çok azı itaatkârdır ve bu konuda kadınların oranı erkeklerden fazladır. Karakterlere liderliklerini kazandıran yegâne özellik ise “bilgeliktir”. Kodlanabilen karakterlerin 3’ü dışında kalan bütün karakterler “bilge” olarak resmedilmiştir ve bu konuda cinsiyetler arasında bariz bir farklılık görülememiştir. Liderliklerinin doğal sonucu olarak, bu yaşlı karakterlerin tamamına yakını “ciddiye alınmaktadır”.

Her yaş grubunda olduğu gibi zaman zaman saygısızlıkla karşılaşsalar da, saygı gören yaşlıların sayısı yine de daha fazladır. Çözümlemesi yapılan karakterlerin üst sınıf ağırlıklı çıkmasının da etkisiyle, tamamına yakını temiz ve tertipli olarak resmedilen bu karakterlerin hiç biri kilolu olarak tasvir edilmemiştir.

3.8.9. Yaşlı Karakterlerin Olumsuz Özellikleri

Yaşlı karakterlerin en belirgin olumsuz özelliklerinden ikisi “inatçı” ve “sert mizaçlı” olmalarıdır. Kodlanamayan karakter dışında kalan karakterlerin yarısından fazlası inatçı olarak resmedilmiştir ve inatçı olan kadınların oranı erkeklerin oranından daha fazladır. Yaşlı karakterlerin öne çıkan bir diğer olumsuz özelliği ise onların sert mizaçlı olmasıdır ve sert mizaçlı erkek oranı, sert mizaçlı kadın oranından daha fazladır.

“Kibirli” olmaları, yaşlıların bir diğer olumsuz özelliğidir. Kibirli ve “mütevazi” skalası arasında yapılan kodlamalardan hiç birinde, bir karakter doğrudan mütevazi olarak kodlanmamıştır ve “kısmen mütevazi” sayılabilecek karakterlerin oranı “kibirli” karakterlerin oranından çok daha fazladır. Cinsiyetler arasında ise kadınların nispeten daha kibirli oldukları görülmüştür. Dizilerde yaşlılara yöneltilen eleştirilerin başında demodelik gelmektedir. Özellikle teknoloji alanında yoğunlaşan bu eleştirilerden payına en çok düşen kesim ise yine kadınlardır. Nitekim bu durum kendisini “beceri” konusunda da göstermiştir; yani erkekler kadınlardan daha becerikli resmedilmiştir.

Karakterlerin büyük çoğunluğunun “problem yaratan” olarak kodlanması onların bilgelikleriyle tezatlık oluşturmamalıdır. Hikâyelerde yaşlı karakterlerin kuşak farklılıklarından dolayı yakın çevresiyle düşünsel anlamda çatışmalar yaşamaları ve yakın çevrelerinin bu durumdan rahatsız olması, kaçınılmaz olarak bu karakterlerin problem yaratan olarak kodlanmasına neden olmuştur.

3.8.10. Yaşlı Karakterlerin Doğrudan Maruz Kaldıkları Yaş Ayrımcılıkları

Yaşlı karakterler, televizyon dizilerinde her ne kadar saygı görseler de 10 karakter doğrudan yaş ayrımcılığına maruz kalmıştır. Kimi karakterlerin kendileri, evlilikleri, teknolojiye adaptasyonları ve yaşadıkları uzun hayat ciddiye alınmamış, kimi karakterlere çocuk muamelesi yapılmış, kimi karakterler ise eski kafalı ve toplumda birey olarak önem arz etmeyen insanlar olarak yaftalanmıştır. Ayrıca yaşlıların maruz kaldıkları bu muamelelerin tamamının güldürü sahnesi olduğu görülmüştür. Bu sayede yaş ayrımcılığı yumuşatılarak görünmez kılınmaya çalışılmıştır.

Dikkat çeken bir diğer nokta ise yaş ayrımcılığını yapan yaş gruplarındaki çeşitliliktir. İlk başta sadece genç ve yetişkinlerden beklenebilecek bu ayrımcılığı yaşlı insanların da yapması, akıllara yaş ayrımcılığının kanıksatılarak normalleştirilmeye çalışıldığını getirmektedir.

Çözümlemesi yapılan sahnelerde tespit edilebilen yaşlı karakter sayısının kısıtlı olmasının yanında, “çok yaşlı” karakter neredeyse hiç yoktur. Tespit edilebilen sadece iki (80+) karakter ise doğrudan yaşları üzerinden nefret söylemine maruz kalmıştır. Çözümlemesi yapılan diziler boyunca ölen tek yaşlı karakter için yapılan şu yorumdan da anlaşılacağı üzere, insanların belirli bir yaşa kadar yaşaması beklenmektedir: *“107 yaşında adam gitti! Gerçi iyi yaşadı, bunun akranları bunun yarı yaşında öldü, bu akranlarına tur bindirdi”*.

Yine benzer şekilde, başka bir dizideki yaşlı karakterin, 86 yaşında olduğunu öğrendiği bir diğer yaşlı karakter için yaptığı yorum şu şekildedir: *86 mı? Bu neyin hırsı? Arsızlık ama bu ha! Vadesi gelen kazık çakmasın gençlere de yer açmak lazım. E daha ne! 86 gayet iyi bir skor, illa rekora mı koşacaksın!*

Yukarıdaki diyalogda yaş ayrımcılığına uğrayan karakterin durumuna üzülen bir kişinin, kendisine *“sizi iyi doktorlara teslim etmek lazım”* dedikten sonra, aynı yaş ayrımcılığını yapan kişi *“Bazı şeyleri de kadere bırakmak lazım”* diyerek bu kişinin ölmesini temenni etmiştir.

Yine aynı yaşlı karakter tedavi olup sağlığına kavuşunca, yaş ayrımcılığını yapan aynı kişi bu kez de: *“Belli ki biri sana boşuna yaşama sevinci veriyor, duygularınla oynuyor, ne*

biçim hareketler bunlar! Biraz yaşının adamı ol! diyerek ondan, yaşlı bireylerden beklenen kalıplaşmış hareketleri sergilemesini istemiştir.

Aynı yaşlı karaktere ayrıca “çocuk” ve “saf” muamelesi de yapılmıştır. Sözü edilen karakterin bir evi vardır ve bu evi satmayı planlamaktadır. Yaş ayrımcılığında bulunan kişinin, yaşlı karakterin yanına gelip *“dikkat et de evini elinden almasınlar”* demesi üzerine, yaşlı karakter *“yaşlıların almasından iyidir”* şeklinde karşılık vermiş, bu şekilde kendisi de kendi yaş grubuna yönelik bir nefret söyleminde bulunmuştur.

Bir başka dizide, Alzheimer hastası yaşlı bir kadın karakterin, aile içerisinde yapmış olduğu yorumlardan hoşnut olmayan yetişkin bir karakter, o yaşlı karakterden *“bunak”* olarak bahsetmiştir. Yine bir başka dizide, yaşlı bir karakter oğlu ile tartışırken *“nedir benim senden çektiğim, ulan üç arkadaşım vardı hepsi Alzheimer oldu oooh kafalar rahat!”* şeklinde sitem etmiştir.

Bir sahnede, yaşlı annesinden para almak için kurnazlık yapan geç bir karakter, parayı aldıktan sonra vicdanıyla yüzleşmiş ve kendi kendine *“Allah'ım sen beni affet!”* demiştir. Yine bir başka sahnede, kavga eden iki genci ayırmaya çalışan yaşlı karakteri, kavga eden gençlerden biri alaycı bir şekilde *“sen işine bak amca!”* diyerek susturmuştur.

Karakterlerin yaş ayrımcılığına uğradıkları bir diğer konu ise, yaşadıkları romantik ilişkileridir. Söz gelimi, bir sahnede kendisinden yaşça çok küçük bir kadınla ilişki yaşayan yaşlı karakterin kızı, babasına *“kızın yaşında bir insanla beraber olmaktan utanmıyor musun!”* diyerek tepki göstermiştir. Yine farklı bir dizide, evlilik hazırlığında olan yaşlı kadın karakterin çocukları *“bu yaşta evlenmek de neyin nesi, kız istemek mi olurmuş bu yaştan sonra”* diyerek tepki göstermiştir. Böylece her iki sahnede de evlilik ve romantik ilişki yaşamak belirli yaş kalıplarının tahakkümü altına alınmış, Türk aile örf ve adetlerinin düşünce yapısı diziler üzerinden yeniden üretilmiş, buna uymayan kişiler ise nefret söylemleri ile ötekileştirilmiştir.

Kadın yaşlı karakterler özellikle teknolojiye adaptasyon açısından alay konusu olmuş ve demode olarak yaftalanmıştır. Söz gelimi, sosyal medyayı akıllı telefon ile kullanan yaşlı bir karaktere, kızının verdiği tepki *“Ooo Anne! Tıklanma falan sen hangi ara öğrendin bunları?”* şeklindedir. Yine başka bir sahnede, bir gelin kaynanasının akıllı telefon ile kamera çekimi yapmasına alaycı yüz ifadeleri ile tepki vermiştir.

Sonradan zengin olan yaşlı bir karaktere “beyefendi” diye hitap edilmesi üzerine, bir diğer yaşlı karakter *“bu adama beyefendi demek neyin yalakalığı acaba! Daha düne kadar pantolonunu paçasına sokan adamdı”* diyerek, kendi yaşıtını hem eski kafalılıkla yaftalamış, hem de bu kişinin saygıyı hak etmediğini vurgulamıştır.

İki genç karakterin evlenmesi için aracı olmaya çalışan ve görüntü olarak da çok yaşlı olduğu düşünülmeyen bir karakter için, genç karakterlerden biri *“ölümü bekler gibi kusuruna bakma, yaşlandıkça böyle oldu”* demiştir. Bu şekilde, yaşlanmanın yaklaşan ölümün habercisi olduğu ima edilmiş, ne konuştuğunu bilmeyen bu insanların! hoş görülmesi gerektiği vurgulanmıştır. Benzer şekilde bir başka dizide eşi ve annesi tartışan bir karakter eşine *“anam yaşıldır üstüne gitme, hoş gör onu”* demiştir.

Son olarak parkta tek başına oturan yaşlı bir karakterin yanına giden genç bir karakter *“Amca! Boğ, öldür beni, çünkü seni bu yaştan sonra hapis yatırmazlar, bir sevap işle be!”* şeklinde alay ederek, bu yaşlı insanın hukuk önünde birey olarak bile yer alamayacağını ima etmiştir.

Sözü edilen sahnelerin tamamına yakınının ortak noktası ise bu söylemlerin ve yaşlıların güldürü unsuru haline getirilmesidir. Bu şekilde yumuşatılarak sunulan nefret söylemlerine karşı, izleyicinin tepki vermesinin önüne geçilmeye çalışıldığını söylemek mümkündür. Özetleyecek olursak prime-time televizyon dünyası, insanların yaşlılığa bakışını olumlu yönde etkileyemez, çünkü zaten televizyonda yaşlı olarak sunulan çok az sayıda karakter vardır ve televizyonda görüldükleri zamanlarda izleyiciye verdikleri mesajlar, yaşlılığın kabul edilebilir bir şey olmadığı ve yaşlı olmanın çok tehdit edici olduğu fikrini destekleyebilir. Yani, televizyon söz konusu olduğunda, yaşlı olmak demek etkisiz, önemsiz ve yararsız olmak; güç ve statü sahibi olmamak demektir.

3.9. Televizyon Dünyasında Şiddet

Teması ister melodram, ister sitcom, isterse de aksiyon olsun; televizyon dizilerinin ortak noktası, hikâyelerinin iyiler ve kötüler etrafında örülmüş olmasıdır. Bu iki tarafın sorunlarını çözmek için başvurduğu öncelikli araç ise şiddettir. Taraflar ne zaman karşı karşıya gelseler, sorunlarını şiddetle çözdükleri için, bir süre sonra televizyon izleyicisi herhangi bir sorunun yaşandığı sahnede, tarafların şiddete başvurulmalarını bekler. Bu çözüm yöntemini kanıksayan televizyon izleyicisi, sorunların çözümünde diğer alternatifleri aklına bile getirmez. Böylece televizyondaki şiddet, içeriğin doğal bir parçası haline gelir.

Gerbner (1992: 8)'in de belirttiği gibi, televizyonda şiddetin yaygınlaşmasının açıklaması, izleyicinin onu çekici bulması ile ya da televizyon yayıncısının aç gözlülüğü ile açıklanamaz; zira hiç şiddet içermeyen, reytingi çok yüksek olan programlar da mevcuttur. Bu durumda mantıklı tek bir açıklama olabilir: Şiddet gücün sergilenmesidir, şiddet görüntüleri ise tüketici tercihini ya da ticari kaygıları değil, iktidarın kültive ettiği cinsiyetçi, ırksal, sınıfsal ve ulusal katmanlardan oluşan güç hiyerarşilerini yansıtır.

Çözümlemesi yapılan 24 televizyon dizisinde sunulan şiddetin değerlendirildiği bu bölümde, şiddetin televizyon kanallarına göre dağılımı, kanallara göre şiddet süreleri, şiddet olaylarının geçtiği şehirler, olay saatleri, şiddetin tonu, şiddetin sonucu ve şiddete karışanların sınıfı değerlendirilecektir. Şiddet hareketinin tanımlanmasında ise Gerbner ve Gross (1976)'un yapmış oldukları fiziksel şiddet tanımına sadık kalınmıştır. Böylece sözlü ve psikolojik şiddet çözümlene dışı bırakılmıştır. Buna göre bir eylemin “şiddet” hareketi olarak değerlendirilebilmesi için, bir kişinin kendisini ya da iradesi dışında bir başkasını, açık bir fiziksel güç kullanarak incitmesi ya da öldürmesi gerekmektedir.

Çözümlemeler sonucunda silahlı ya da silahsız kavga, silahlı çatışma, patlama, terör eylemi, doğal afet, her türlü kaza ve yangından oluşan 183 şiddet sahnesi tespit edilmiş ve ayrı bir SPSS veri tabanına girişi yapılmıştır. Buradan elde edilen veriler ise Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemelerinde kullanılacak olan şiddet sorularına dönüştürülmüştür.

Tablo 3.20 Televizyon Kanallarında Şiddete Ayrılan Sahneler ve Süreler

Kanal	Sahne	Süre/Sn
FoxTv	5	70
Tv 8	2	99
Kanal D	22	594
Star Tv	34	650
Show Tv	34	1.036
Atv	53	1.855
Trt 1	33	2.149
Toplam	183	6.453

Şiddet, Türk televizyon programcılığının en temel hammaddelerinden bir tanesidir; nitekim çözümlenmesi yapılan 24 televizyon dizisinin sadece 4'ünde şiddet hareketine rastlanılmamış, geri kalan 20 dizide ise şiddetin yoğun olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. 7 ulusal kanalda yayınlanan televizyon dizileri içerisinde, 183 şiddet sahnesi kodlanmıştır ve bu şiddet sahnelerinin toplam süresi 6.453 saniye, yani 1 saat 47 dakikadır. Ortalama 2 saat süren Türk televizyon dizileri için hiç de azımsanmayacak olan bu süre ilk bakışta az gibi gözükse de bu durum, aslında her dizinin ortalama 5 dakika 35 saniyesinin sadece fiziksel şiddet sahnesiyle dolu olması anlamına gelmektedir.

Şiddet sahnelerine en az Tv 8, en çok Atv yer vermiştir. Bu sahnelerin Tv 8'de bu kadar az, Atv'de ise bu kadar çok çıkmasındaki ana etken, çözümlenmesi yapılan 5 gün içerisinde Tv 8'de sadece 2 dizi yayınlanmasına karşın Atv'de 5 dizinin yayınlanmış olmasıdır. Bu istatistikten de anlaşılacağı üzere şiddet televizyon programcılığının vazgeçilmez bir unsurudur ve kanalların yayınladığı dizi sayısı arttıkça, şiddet sahne ve süreleri de artmaktadır.

O hafta 3 dizi yayınlamasına rağmen, Fox Tv'nin şiddete en az süre ayıran kanal olarak öne çıkması, Gerbner'in yukarıda sözü edilen savını destekler niteliktedir; nitekim şiddet sahnesi olmayan 2 dizinin de o haftanın en yüksek reytinglerine sahip diziler olduğu görülmüştür.

Tabloda dikkat çeken bir diğer nokta ise devletin resmi kanalı olan Trt 1'in şiddet sürelerine en fazla yer veren kanal olmasıdır. Örneklem haftası içinde 3 dizi yayınlayan Trt 1'in dizi başına düşen 11 dakika 10 saniyelik süresini bu kadar yüksek yapan ana etken ise, bu kanalın o hafta yayınlanan dizilerinin ikisinin de Türk tarihini konu alan savaş sahneleri ile dolu askeri yapımlar olmasıdır.

Şiddete Trt 1'den sonra en fazla süre ayıran kanal ise Atv'dir. Sürenin bu kadar uzun olmasındaki ana etken ise çözümlemesi yapılan o haftanın mafya ve polisiye dizileri ile dolu olmasıdır. Şiddete en fazla zaman ayıran üçüncü kanal ise, o hafta sadece 2 dizi yayınlamasına rağmen, Show Tv olmuştur. Bu kanaldaki sürenin de bu kadar uzun olmasındaki ana etken, o hafta yayınlamış olduğu iki dizinin de mafya ve suç dizisi olmasıdır.

Tablo 3.21 Olayın Gerçekleştiği Şehir

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
İstanbul	131	71,60	79,40	79,40
Adana	22	12,00	13,33	92,73
İzmir	3	1,60	1,82	94,55
Trabzon	2	1,10	1,21	95,76
Nevşehir	7	3,80	4,24	100
Toplam	165	90,10	100	
Kodlanamaz	18	9,80		
Genel Toplam	183	100		

Şiddet olaylarının yaşandığı şehirlere göz atıldığında, % 71,60'a denk düşen 131 olayın İstanbul'da gerçekleşmiş olması şaşırtıcı değildir. Her şehirden ve sınıftan insanı bünyesinde barındıran ve Türkiye'nin en kalabalık şehri olan İstanbul'un 24 dizi içerisinde 20 diziye konu olması, resmin bu şekilde belirmesine neden olmuştur. Geri kalan 34 olay ise büyük şehirler olan Adana, İzmir, Trabzon ve il olan Nevşehir'de gerçekleşmiştir. Başka bir ifade ile gerçekleşen olayların ortak noktası, bu olayların biri dışında tamamının büyük şehirlerde yaşanmış olmasıdır. Böyle bir sunumun, izleyicilerin zihinlerinde büyük şehirlerin tehlikeli olduğu algısı yaratması ise kaçınılmazdır.

Tablo 3.22 Olay Mahalli ve Saati

	Ev	Sokak	Kapalı Alan	Okul	Hastane	Toplam
Gündüz	17	78	37	2	1	135
% Olay Saati	12,60	57,78	27,41	1,48	0,73	100
% Olay Yeri	56,70	79,60	72,55	100	50	73,80
% Toplam	9,31	42,62	20,22	1,10	0,55	73,80
Akşam	13	20	14	0	1	48
% Olay Saati	27,10	41,66	29,14	0	2,10	100
% Olay Yeri	43,30	20,41	27,46	0	50	26,20
% Toplam	7,10	10,89	7,66	0	0,55	26,20
TOPLAM	30	98	51	2	2	183
% Olay Saati	16,40	53,53	27,87	1,10	1,10	100
% Olay Yeri	100	100	100	100	100	100
% Toplam	16,40	53,53	27,87	1,10	1,10	100

Tablo 3.22’de görüleceği üzere, çözümlemesi yapılan 183 şiddet sahnesinin 135’i “gündüz” saatlerinde gerçekleşmiştir ve bu sayının toplam içerisindeki payı % 73,80’dir; % 26,20’lik orana sahip 48 olay ise “akşam” saatlerinde gerçekleşmiştir. Tarihi savaş dizilerindeki savaşların, gündüz savaşları olması ve askeri/polisiye çatışmaların da daha çok gündüz saatlerinde gerçekleşmesi, gündüz saatlerinin bu kadar çok çıkmasındaki ana etkindir. Olay saatleri ve olay yerlerinin ilişkisi incelendiğinde ise günün her iki yarısı için de “sokakların” daha tehlikeli olduğu tespit edilmiştir; nitekim akşam saatlerinde gerçekleşen şiddet olaylarının yarısına yakını (% 41,67) ve gündüz saatlerinde gerçekleşen olayların yarısından fazlası (% 57,78) sokaklarda meydana gelmiştir.

Yine aynı tabloda görüleceği üzere, akşamları sokakta gerçekleşen 1 olaya karşılık, gündüzleri yaklaşık 4 olay gerçekleşmiştir. Bu veriden hareketle kolaylıkla söylenebilir ki, Gerbner ve arkadaşlarının ilk dönem çalışmaları sonucunda oluşturdukları “akşamları tek başına sokakta gezmekten korkarım” yargısı, günümüzde yerini “sokaklar gündüz saatlerinde de akşamları kadar tehlikelidir” yargısına bırakmış gibi gözükmektedir.

Ayrıca evde gerçekleşen şiddet olaylarının daha çok akşam saatlerinde yoğunlaştığını söylemek mümkündür; nitekim evde gündüzleri gerçekleşen olayların oranı % 12,60 iken akşamları evde gerçekleşen olayların oranı % 27,10’da kalmıştır. Bu da gündüzleri evde gerçekleşen 1 şiddet olayına karşılık, akşamları 2 şiddet olayının gerçekleştiği anlamına gelmektedir.

Tablo 3.23 Şiddetin Tonu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Mizahi	14	7,70	7,70	7,70
Ciddi	167	91,26	91,26	98,96
Karışık	2	1,04	1,04	100
Toplam	183	100	100	

Şiddet olaylarının tonunu gösteren Tablo 3.23'ten anlaşılacağı üzere, gerçekleşen 183 şiddet hareketinin 167'si ciddi tondadır ve bu sayının toplam içerisindeki payı % 91,26'dır. Geri kalan 16 şiddet hareketinin 14'ü "mizahi", 2'si ise "karışık" tondadır. Burada dikkat çeken husus ise mizahi şiddet uygulayanların cinsiyet dağılımı ve uygulanan şiddet hareketinin suç teşkil edip etmediğidir. Buna göre uygulanan 14 mizahi şiddet hareketinin 7'sini tek bir erkek karakter, sonucu suç unsuru teşkil edecek şekilde gerçekleştirmiştir. Geri kalan 7 şiddet hareketini ise 7 farklı kadın karakter, şiddet hareketinin sonucu suç teşkil etmeyecek şekilde gerçekleştirmiştir. Diğer bir ifadeyle mizahi şiddet, çoğunlukla kadınların erkeklere uyguladığı bir şiddet türüdür.

Tablo 3.24 Şiddet Sonucu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Bir Şey Olmadı	84	45,90	45,90	45,90
Yaralandı	61	33,30	33,30	79,20
Öldü	38	20,80	20,80	100
Toplam	183	100	100	

Şiddet olaylarının 1/4'ünde tabanca kullanılırken, tabancadan sonra en çok kullanılan suç aletleri bıçak ve sopa olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaşanan şiddet olayları sonucunda, şiddete uğrayan tarafın akıbetini gösteren Tablo 3.24'ten de anlaşılacağı üzere, şiddet hareketine karışan 84 kişiye herhangi bir şey olmamıştır. Buna karşın 38 kişi ölmüştür ve 61 kişi yaralanmıştır. Kabaca söyleyecek olursak şiddete uğrayan her 10 kişiden 5'ine herhangi bir şey olmamakta, geriye kalan 5 kişinin 3'ü yaralanmakta, 2'si ise ölmektedir ki bu da bize televizyon dünyasındaki şiddetin tonunun ne kadar ciddi olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.25 Şiddet Uygulayanın Cinsiyeti

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	33	18,03	19,08	19,08
Erkek	140	76,50	80,92	100,00
Toplam	173	94,53	100,00	
Kodlanamaz	10	5,47		
Genel Toplam	183	100,00		

Tablo 3.26 Şiddete Uğrayanın Cinsiyeti

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	26	14,21	15,20	15,20
Erkek	145	79,23	84,80	100
Toplam	171	93,44	100,00	
Kodlanamaz	12	6,56		
Genel Toplam	183	100		

Tablo 3.25 ve Tablo 3.26'dan anlaşılacağı üzere, televizyon dünyasındaki erkek egemenliği, kendisini şiddet uygulayan ve şiddete uğrayan cinsiyetler bağlamında da pekiştirmektedir. Şiddet uygulayanların % 76,50'si erkek iken, şiddete maruz kalanların % 79,23'ü de yine erkeklerdir. Bu da bize göstermektedir ki, eril yapı üzerine kurulu televizyon dünyasındaki egemenlik mücadelesi, yine erkeğin kendi cinsiyetine karşıdır. Bununla birlikte şiddet uygulayan kadınların oranı, şiddete maruz kalan kadınların oranından daha fazladır. Bir başka ifadeyle, kadınlar şiddete maruz kalmaktan ziyade şiddet uygulayan taraftır.

Tablo 3.27 Şiddetin Tarafları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erkek-Erkek	120	71,86	71,86	71,86
Erkek-Kadın	16	9,58	9,58	81,44
Kadın-Erkek	23	13,77	13,77	95,21
Kadın-Kadın	8	4,79	4,79	100
Toplam	167	100	100	

Şiddet olayına karışan cinsiyetlerin dağılımı incelendiğinde, yukarıda sözü edilen egemenlik mücadelesinin erkekler arasında yaşandığı bulgusunun doğrulandığı görülmektedir; nitekim kodlanabilen 167 şiddet olayının 120'si yani % 71,86'sı erkekler arasında yaşanmıştır. Kadının erkeğe uyguladığı şiddet sayısı ve oranı erkeğin kadına uyguladığı şiddetten fazla olsa da kadınların uyguladığı şiddetin 1/5'ini mizahi şiddet oluşturmaktadır. Erkeklerin kadınlara uyguladıkları şiddetin ise hepsi ciddi tondadır. Ayrıntılı olarak yapılan incelemelerde, erkeklerin kadınlara uyguladıkları şiddetin amacının, eril tahakkümü yeniden inşa etmek olduğu bulgulanmıştır. Sonuç olarak, kadınlar bu şiddetler karşısında pasifize edilmiş olarak resmedilmiştir. Kadınların kadınlara uyguladıkları şiddet ise toplam içerisindeki en küçük payı oluşturmaktadır.

Tablo 3.28 Şiddete Karışanların Birbirlerini Tanıma Durumları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Sadece Bir Kişi	1	0,50	0,59	0,59
Tanıyorlar	99	54,10	58,24	58,83
Tanımayanlar	70	38,30	41,17	100,00
Toplam	170	92,90	100,00	
Kodlanamaz	13	7,10		
Genel Toplam	183	100,00		

Şiddet olayına katılan kişilerin birbirlerini tanıma durumlarını gösteren Tablo 3.28'den anlaşılacağı üzere, 183 olayın 99'unda taraflar birbirlerini tanımaktadır ve bu sayının toplam içerisindeki payı % 54,10'dur. Birbirlerini tanımayan 70 kişinin oranı ise % 38,30'dur. Buradaki dikkat çeken en önemli detay, birbirlerini tanımayan insanların oranının en az

tanyanlar kadar yüksek olmasıdır. Bu ayrıntı televizyon izleyicisinin zihninde, yabancılara karşı temkinli olunması gerektiği imajı çizebileceği gibi, aynı zamanda onlar üzerinde her an yabancı biri tarafından saldırıya uğrayabilecekleri korkusu da uyandırabilir. Kodlanamaz olarak işaretlenen 13 olay ise çeşitli bombalama eylemleri, tabancayla ateş edilmesi ve yangın gibi olaylardan oluşmaktadır ve bu sayının toplam içerisindeki payı % 7,10'dur.

Tablo 3.29 Şiddete Karışanların Sosyo-Ekonomik Statüleri

Şiddetçinin Sınıfı	Mağdurun Sınıfı				
	Alt Sınıf	Orta Sınıf	Üst Sınıf	Kodlanamaz	Toplam
Alt Sınıf	11	5	3	2	21
% Şiddetçinin Sınıfı	52,40	23,80	14,30	9,50	100,00
% Mağdurun Sınıfı	27,50	21,70	5,80	2,90	11,50
% Toplam	6,00	2,70	1,60	1,10	11,50
Orta Sınıf	4	3	6	16	29
% Şiddetçinin Sınıfı	13,80	10,30	20,70	55,20	100,00
% Mağdurun Sınıfı	10,00	13,00	11,50	23,50	15,80
% Toplam	2,20	1,60	3,30	8,70	15,80
Üst Sınıf	13	2	34	15	64
% Şiddetçinin Sınıfı	20,30	31,80	53,10	23,40	100,00
% Mağdurun Sınıfı	32,50	8,70	65,40	22,10	35,00
% Toplam	7,10	1,10	18,60	8,20	35,00
Kodlanamaz	12	13	8	35	69
% Şiddetçinin Sınıfı	17,40	18,80	13,00	50,70	100,00
% Mağdurun Sınıfı	30,00	56,50	17,30	51,50	37,70
% Toplam	6,60	7,10	4,90	19,10	37,70
Toplam	40	23	52	68	183
% Şiddetçinin Sınıfı	21,90	12,60	28,40	37,20	100,00
% Mağdurun Sınıfı	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
% Toplam	21,90	12,60	28,40	37,20	100,00

Şiddet uygulayan ve şiddete maruz kalanların birbirleriyle olan ilişkisini gösteren Tablo 3.29'dan anlaşılacağı üzere, şiddet bütün sınıflar arasında yaşanmaktadır. Kodlanabilen sınıflar arasında en fazla şiddet uygulayan grup % 35 ile üst sınıflar olurken, şiddete en fazla maruz kalan grup da yine % 28,40 ile üst sınıflar olmuştur. Durum böyle olunca birbiriyle en fazla savaşım halinde olan gruplar da yine % 53,10 ile üst sınıflar olarak karşımıza çıkmıştır. Tablonun bu şekilde oluşmasındaki en önemli etken ise televizyon dünyası popülasyonunu oluşturan grupların üst sınıf ağırlıklı olmasıdır. Üst sınıflar, şiddeti kendi gruplarından sonra en fazla, % 32,50'ye denk düşen oran ile alt sınıflara uygulamıştır. Alt sınıfların en fazla şiddet uyguladığı grup % 52,40 ile alt sınıflar, en az şiddet uyguladığı grup ise % 14,30 ile üst sınıflar olmuştur.

Özetleyecek olursak, her sınıf bir güç mücadele içerisinde ve bu mücadeleyi, daha çok kendi sınıfları ile etkileşim halinde bulduklarından, kendi sınıf mensuplarına karşı vermektedir. Şiddet unsurunun yaygın olarak kullanıldığı Türkiye'deki televizyon dizilerinde sokaklar, İstanbul özelinde bütün büyükşehirler ve gündüz saatleri en az akşam saatleri kadar

tehlikeli hale gelmiştir. Ciddi şiddet hareketlerinin yoğun olarak kullanıldığı bu dünyada, daha çok üst sınıf mensubu erkeklerin hâkimiyet mücadelesi hüküm sürmektedir ve bu hâkimiyet mücadelesi ortamında birbirini tanıyan insanlar olduğu kadar, birbirini tanımayan insanların sayısı da çok fazladır. Son derece güvensiz bir dünya görüntüsü sunan televizyon dünyası, bu görüntüler aracılığıyla izleyicilerine hâkimiyet ve gücün kimde olduğunu her fırsatta hatırlatmaktadır. Sonuç olarak, bu görüntülere çok fazla maruz kalan izleyicilerin, Gerbner'in ifadesiyle, genel bir paranoya halinde "acımasız dünya sendromuna" tutulmaları kaçınılmaz gibi gözükmektedir.

3.10. Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri

Bu bölümde Mesaj Sistem Çözümlemesinden elde edilen verilerden hareketle hazırlanan anket sorularının, Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümleme sonuçlarına yer verilmiştir. Ancak bunun öncesinde Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümleme sonuçları açısından anlamlı olabilecek bazı frekans dağılımlarına göz atmakta fayda vardır.

3.10.1. Frekans Bilgileri

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmada yer alan 404 katılımcı demografik özellikleri ve televizyon izleme alışkanlıkları açısından değerlendirilecektir.

Tablo 3.30 Katılımcıların Demografik Özellikleri

Yaş	Cinsiyet		
	Kadın	Erkek	Toplam
Genç Yetişkin	66	58	124
Yetişkin	80	81	161
Yaşlı	61	58	119
Toplam	207	197	404

Araştırmada yer alan 404 katılımcının cinsiyet ve yaş dağılımı gösteren Tablo 3.30'dan anlaşılacağı üzere, kadın ve erkeklerin sayıları neredeyse birbirlerine eşittir. Genç yetişkin, yetişkin ve yaşlı katılımcıların oluşturduğu çalışma grubu her ne kadar ağırlıklı olarak yetişkinlerden oluşsa da hem diğer yaş gruplarının hem de bu gruplarda yer alan cinsiyetlerin homojen olarak dağıldığı görülmektedir. Tablonun bu şekilde bir görüntü sergilemesi, bütün yaş gruplarındaki izleyicilerin televizyon izleme alışkanlıklarını göstermesi bakımından mevcut çalışmanın temsil gücünü artırmaktadır.

Sözü edilen katılımcıların sosyo-ekonomik statülerinin de nispeten homojen olarak dağıldığı söylenebilir. En fazla katılımcıyı % 43 ile orta sınıf oluştururken, onları % 35 ile üst sınıf ve % 22 ile alt sınıf takip etmektedir.

Katılımcıların eğitim sevipleri incelendiğinde ise % 31 ile lise mezunlarının ağırlıkta olduğu görülmektedir. Onları % 27 ile üniversite, % 15 ile yüksekokul mezunları takip etmektedir. En az katılımcıyı % 1 ile İlkokul terkler oluşturmaktadır ve onları % 3 ile doktora ve % 6,4 ile yüksek lisans mezunları takip etmektedir.

Tablo 3.31 Katılımcıların Televizyon İzleme Alışkanlıkları

Televizyon İzleme Alışkanlıkları	Yaş	Cinsiyet		
		Kadın	Erkek	Toplam
Az	Genç Yetişkin	14	16	30
	Yetişkin	26	15	41
	Yaşlı	14	12	26
	Toplam	54	43	97
Çok	Genç Yetişkin	30	22	52
	Yetişkin	46	54	100
	Yaşlı	36	42	78
	Toplam	112	118	230
Toplam	Genç Yetişkin	44	38	82
	Yetişkin	72	69	141
	Yaşlı	50	54	104
	Toplam	166	161	327

Araştırmada yer alan 404 katılımcı, televizyon izleme oranları açısından az ve çok izleyenler olarak 2 gruba ayrılmıştır. Buna göre katılımcıların 97’si televizyonu “az”, 230’u “çok” izlemektedir; geri kalan 77 katılımcı ise televizyonu “hiç” izlemediklerini belirtmişlerdir. Çözümlemelere, televizyonu hiç izlemeyen katılımcılar dâhil edilmediği için, Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlenmeleri, geri kalan 327 katılımcı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Demografi ve televizyon izleme alışkanlıkları arasındaki ilişkiye ait veriler Gerbner ve arkadaşlarının daha önce yapmış oldukları çalışmalar ile benzerlik göstermektedir. Televizyonu en fazla “hiç izlemeyen” yaş grubu % 34 ile genç yetişkinlerken; en fazla televizyon izleyen yaş grubunu % 75 ile “yaşlılar” oluşturmaktadır. Bir başka deyişle, televizyon izleme oranı yaş ile birlikte artış göstermektedir. Televizyonu hiç izlemeyen katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında ise benzer şekilde eğitim düzeyindeki artışla birlikte televizyon izleme oranının azaldığı görülmektedir. Her ne kadar en az “hiç izlemeyen” eğitim düzeyi “yüksekokul“ olsa da onu ilkökul, ortaokul ve lise takip etmektedir. Televizyonu en fazla “hiç izlemeyen” eğitim düzeyleri ise “doktora” ve “yüksek lisans”tır.

Gelir düzeyi ve televizyon izleme oranları arasındaki ilişki ise karmaşık sonuçlar vermiştir. En fazla “hiç izlemeyen” sosyo-ekonomik sınıfın “üst sınıf” olması beklenirken, %27 ile “alt sınıfın” en fazla hiç izlemeyen sosyo-ekonomik sınıf olduğu görülmüştür. Bunun yanında az ya da çok, bir şekilde en fazla televizyon izleyen grubun ise % 84 ile “orta sınıf” olduğu tespit edilmiştir. Çok televizyon izleyen alt ve üst sınıfların oranı ise neredeyse aynı iken, orta sınıf en az televizyon izleyen sosyo-ekonomik sınıfı oluşturmaktadır.

Özetleyecek olursak, katılımcıların demografik özellikleri ve televizyon izleme alışkanlıkları arasındaki ilişkiler, sosyo-ekonomik durum dışında, RTÜK’ün Aralık 2018 tarihinde yayınladığı “Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırmaları” raporu ile benzerlik göstermektedir. Bir başka deyişle, RTÜK’ün araştırmasını doğrular vaziyette, mevcut çalışmaya dâhil olan katılımcılar açısından yaş ile televizyon izleme oranı doğru, eğitim ile ters orantılıdır.

Televizyonu az ya da çok izleyen, ya da hiç izlemeyen katılımcılarının en çok kararsız kaldıkları yargılar sırasıyla: yaşam şartları suç işlemeye yöneltmektedir (% 23), ciddi olmak sempatik olmak için engel değildir (% 23), yetişkin nüfusu artmaktadır (% 22), kahramanlar mutlu insanlardır (% 21), mutlu insanlar başarılı olmaktadır (% 20) şeklindedir. Yine aynı katılımcıların üzerinde mutabık olarak “katılıyorum” dedikleri yargılar ise sırasıyla: şiddet her sınıftan insan arasında yaşanmaktadır (% 69), bir insanın yaşlı olması, kanunsuz işler yapmasına engel değildir (% 67), günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir (% 66), günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız (% 64), günümüzde büyük şehirler tehlikelidir (% 64), suç işleyen insanların oranı yükselmektedir (% 64), günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir (% 63), insanlar kendilerini güvende hissetmez (% 62), yaşlı olmak toplumsal ilişkilere engel değildir (% 62), günümüzde artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır (% 62), günümüzde insanlara güvenilmez (% 61) şeklindedir. Dikkat edilecek olursa araştırmada yer alan katılımcıların üzerinde mutabık oldukları ortak tema “şiddettir”. Ancak insanların bu şiddet dolu tehlikeli dünya algılarına, televizyonun etkisinin olup olmadığı sorusu Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemelerinde cevabını bulacaktır.

3.10.2. Yetiştirme Çözümlenmeleri

Çalışmanın bu bölümünde, televizyonun yetiştirme rolünü ortaya koymak amacıyla hazırlanan 32 anket sorusunun, yetiştirme çözümlenmelerinin sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.32 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	48	6	43	97
		Yüzde	49,5%	6,2%	44,3%	100,0%
	Çok	Adet	34	13	183	230
		Yüzde	14,8%	5,7%	79,6%	100,0%
Toplam		Adet	82	19	226	327
		Yüzde	25,1%	5,8%	69,1%	100,0%

X^2 : 45.053 sd: 2 p: 0.001 r: 0.65

“Genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız” ifadesinin yetiştirme testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç vermiştir. Buna göre Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. İlişkinin gücünün ise kuvvetli olduğu görülmüştür. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçenekleri arasındaki yüzde farkı çok izleyenler lehine olmak üzere % 35.3 çıkmıştır, bu oran konu edilen testle ilgili elde edilen yetiştirme delilidir.

Tablo 3.33 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	45	11	41	97
		Yüzde	46,4%	11,3%	42,3%	100,0%
	Çok	Adet	27	26	177	230
		Yüzde	11,7%	11,3%	77,0%	100,0%
Toplam		Adet	72	37	218	327
		Yüzde	22,0%	11,3%	66,7%	100,0%

X^2 : 49.523 sd: 2 p: 0.001 r: 0.64

“Genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilmez” ifadesinin yetiştirme testi de (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır ve (r: 0.64) oranı, ilişkinin gücünün kuvvetli olduğunu göstermektedir. Buna göre Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 34.7’lik fark ise mevcut analiz adına yetiştirme delili sunmaktadır.

Tablo 3.34 Birçok İnsan Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	50	12	35	97
		Yüzde	51,5%	12,4%	36,1%	100,0%
	Çok	Adet	34	28	168	230
		Yüzde	14,8%	12,2%	73,0%	100,0%
Toplam		Adet	84	40	203	327
		Yüzde	25,7%	12,2%	62,1%	100,0%

X^2 : 50.913 sd: 2 p: 0.001 r: 0.64

“Genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır” ifadesinin testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır. İlişkinin gücüne bakıldığında ise (r: 0.64) oranında kuvvetli olduğu görülmektedir. Buna göre Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok izleyenler ile az izleyenler arasındaki yüzde farkı ise çok izleyenler lehine olmak üzere 36.9 çıkmıştır. Bir başka deyişle test % 36,9 düzeyinde yetiştirme delili sunmuştur.

Tablo 3.35 İnsanlar Çoğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine, Kendilerini Düşünürler

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	47	13	37	97
		Yüzde	48,5%	13,4%	38,1%	100,0%
	Çok	Adet	33	27	170	230
		Yüzde	14,3%	11,7%	73,9%	100,0%
Toplam		Adet	80	40	207	327
		Yüzde	24,5%	12,2%	63,3%	100,0%

X^2 : 46.382 sd: 2 p: 0.001 r: 0.63

“Genel olarak söylersek, insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler” ifadesine ilişkin test, (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç vermiştir. Aynı testte ilişkinin gücü ise (r: 0.63) oranında kuvvetli olarak belirlemiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçenekleri arasındaki % 35.8’lik fark, mevcut test adına yetiştirme delili ortaya koymaktadır. Dolayısıyla Yokluk Hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.36 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	45	15	37	97
		Yüzde	46,4%	15,5%	38,1%	100,0%
	Çok	Adet	33	29	168	230
		Yüzde	14,3%	12,6%	73,0%	100,0%
Toplam		Adet	78	44	205	327
		Yüzde	23,9%	13,5%	62,7%	100,0%

X^2 : 43,038 sd: 2 p: 0.001 r: 0.61

“Genel olarak söylersek, toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekir” ifadesinin yetiştirme testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır. İlişkinin gücü ise (r: 0.61) oranında kuvvetlidir. Çıkan sonuca göre Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçenekleri arasındaki % 34.9’luk fark ise mevcut test açısından yetiştirme delili sunmaktadır.

Tablo 3.37 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordur

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	39	19	39	97
		Yüzde	40,2%	19,6%	40,2%	100,0%
	Çok	Adet	24	25	181	230
		Yüzde	10,4%	10,9%	78,7%	100,0%
Toplam		Adet	63	44	220	327
		Yüzde	19,3%	13,5%	67,3%	100,0%

X^2 : 50,264 sd: 2 p: 0.001 r: 0.66

“Genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur” ifadesinin yetiştirme testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı, ilişkinin gücü de (r: 0.66) oranında kuvvetli sonuç vermiştir. Böylelikle Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçenekleri arasındaki % 38.5’lik fark, televizyonu çok izleyenler lehine olduğundan, aradaki bu fark mevcut test açısından yetiştirme delili sunmaktadır.

Tablo 3.38 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	47	15	35	97
		Yüzde	48,5%	15,5%	36,1%	100,0%
	Çok	Adet	32	25	173	230
		Yüzde	13,9%	10,9%	75,2%	100,0%
Toplam		Adet	79	40	208	327
		Yüzde	24,2%	12,2%	63,6%	100,0%

X^2 : 51,297 sd: 2 p: 0.001 r: 0.66

“Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesinin test sonucu da önceki 6 testte olduğu gibi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Bu testin ilişki gücü ise (r: 0.66)’dır, yani kuvvetlidir. Bu durumda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok izleyenlerin oranı 75.2 az izleyenlerin oranı ise 36.1’dir. Buna göre aradaki % 39.1’lik fark bize televizyonun yetiştirme delilini sunmaktadır.

Tablo 3.39 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	35	10	52	97
		Yüzde	36,1%	10,3%	53,6%	100,0%
	Çok	Adet	25	16	189	230
		Yüzde	10,9%	7,0%	82,2%	100,0%
Toplam	Adet	60	26	241	327	
	Yüzde	18,3%	8,0%	73,7%	100,0%	

X^2 : 32.156 sd: 2 p: 0.001 r: 0.58

“Genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır” ifadesinin test sonucu da (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır ve ilişkinin gücü de (r: 0.58)’dir, yani kuvvetlidir. Buna göre Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok izleyenlerin oranı 82.2 az izleyenlerin oranı ise 53.6 olarak belirmiştir. Bu durumda aradaki % 28.6’lık fark, bu soruyla ilişkili olarak televizyonun yetiştirme rolünü ortaya koymaktadır.

Tablo 3.40 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	50	15	32	97
		Yüzde	51,5%	15,5%	33,0%	100,0%
	Çok	Adet	79	20	131	230
		Yüzde	34,3%	8,7%	57,0%	100,0%
Toplam	Adet	129	35	163	327	
	Yüzde	39,4%	10,7%	49,8%	100,0%	

X^2 : 15.898 sd: 2 p: 0.001 r: 0.37

“Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır” ifadesinin yetiştirme testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlıyken, ilişkinin gücü (r: 0.37) oranında orta şiddette kuvvetli sonuç vermiştir. Çözümleme sonucunda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Bu soruya katılıyorum cevabı veren televizyonu çok izleyen katılımcıların yüzdesi 57 az izleyenlerin yüzdesi ise 33’tür. Buna göre aradaki % 16’lık fark, bize yetiştirme delili sunmaktadır.

Tablo 3.41 Artık Gündüzleri de Tehlikeli Olmaya Başlamıştır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	40	16	41	97
		Yüzde	41,2%	16,5%	42,3%	100,0%
	Çok	Adet	30	21	179	230
		Yüzde	13,0%	9,1%	77,8%	100,0%
Toplam		Adet	70	37	220	327
		Yüzde	21,4%	11,3%	67,3%	100,0%

X^2 : 41.426 sd: 2 p: 0.001 r: 62

“Genel olarak söylersek, artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır” ifadesi de (p: 0.001) oranında anlamlı, ilişkinin gücü de (r: 0.62) oranında kuvvetli sonuç vermiştir; dolayısıyla bu test için hazırlanan Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Bu ifadeye cevap veren katılımcılardan, televizyonu çok izleyenlerin oranı yüzde 77.8 az izleyenlerin oranı ise 42.3’tür. Aradaki % 35.5’lik fark, televizyonun yetiştirme delilidir. Bu durumda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir.

Tablo 3.42 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	38	18	41	97
		Yüzde	39,2%	18,6%	42,3%	100,0%
	Çok	Adet	23	21	186	230
		Yüzde	10,0%	9,1%	80,9%	100,0%
Toplam		Adet	61	39	227	327
		Yüzde	18,7%	11,9%	69,4%	100,0%

X^2 : 50.859 sd: 2 p: 0.001 r: 0.67

“Genel olarak söylersek, günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir” ifadesinin (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç verdiği, ilişkinin gücünün de (r: 0.67) oranında kuvvetli olduğu görülmüştür. Bu durumda televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçenekleri arasındaki % 38.9’luk fark televizyonun yetiştirme delilini sunmaktadır. Sonuç olarak Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir.

Tablo 3.43 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	39	17	41	97
		Yüzde	40,2%	17,5%	42,3%	100,0%
	Çok	Adet	30	26	174	230
		Yüzde	13,0%	11,3%	75,7%	100,0%
Toplam		Adet	69	43	215	327
		Yüzde	21,1%	13,1%	65,7%	100,0%

X^2 : 37.429 sd: 2 p: 0.001 r: 0.59

“Genel olarak söylersek, günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir” ifadesinin testi de önceki testlerde olduğu gibi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır. İlişkinin gücü ise (r: 0.59) oranında kuvvetlidir. Böylece Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçenekleri arasındaki % 33.4'lük fark, yetiştirme delilini ortaya koymaktadır.

Tablo 3.44 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	39	13	45	97
		Yüzde	40,2%	13,4%	46,4%	100,0%
	Çok	Adet	22	30	178	230
		Yüzde	9,6%	13,0%	77,4%	100,0%
Toplam		Adet	61	43	223	327
		Yüzde	18,7%	13,1%	68,2%	100,0%

X^2 : 43.959 sd: 2 p: 0.001 r: 0.60

“Genel olarak söylersek, günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur” ifadesinin test sonucu da bir önceki test sonucu ile benzerlik göstermiştir. Test (p: 0.001) düzeyinde anlamlı, (r: 0.60) oranında kuvvetli derecede ilişkili sonuç vermiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçenekleri arasındaki % 31'lik fark bu test açısından yetiştirme delili sunmaktadır. Dolayısıyla Yokluk Hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3.45 Yetişkin Nüfusu Artmaktadır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	42	23	32	97
		Yüzde	43,3%	23,7%	33,0%	100,0%
	Çok	Adet	113	46	71	230
		Yüzde	49,1%	20,0%	30,9%	100,0%
Toplam		Adet	155	69	103	327
		Yüzde	47,4%	21,1%	31,5%	100,0%

X^2 : 1.032 sd: 2 p: 0.60 r: -080

“Genel olarak söylersek, yetişkin nüfusu artmaktadır” ifadesinin yetiştirme testi anlamsız çıkmıştır ayrıca ilişkinin gücü de zayıf ve ters yönlü gözükmemektedir. Bu durumda Yokluk Hipotezi kabul edilmiştir. Katılımcılar yetişkin nüfusunun arttığını düşünmemektedirler. Bunda Türkiye’de genç nüfusunun belli bir orana sahip olması etkili olabilir ya da katılımcılar kendi yakın çevrelerinin gerçekliğini içselleştirmiş olabilirler.

Tablo 3.46 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	47	21	29	97
		Yüzde	48,5%	21,6%	29,9%	100,0%
	Çok	Adet	66	36	128	230
		Yüzde	28,7%	15,7%	55,7%	100,0%
Toplam	Adet	113	57	157	327	
	Yüzde	34,6%	17,4%	48,0%	100,0%	

X^2 : 18.541 sd: 2 p: 0.001 r: 0.41

“Genel olarak söylersek, zenginlerin sayısı artmaktadır” ifadesinin testi de (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç vermiştir; (r: 0.41) oranı ise ilişki gücünün kuvvetli olduğunu söylemektedir. Çözümleme sonucunda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen, televizyonu çok ve az izleyen katılımcılar arasındaki % 25.8’lik fark ise televizyonun yetiştirme delilini ortaya koymaktadır.

Tablo 3.47 Aile Önemini Hala Korumaktadır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	36	25	36	97
		Yüzde	37,1%	25,8%	37,1%	100,0%
	Çok	Adet	55	26	149	230
		Yüzde	23,9%	11,3%	64,8%	100,0%
Toplam	Adet	91	51	185	327	
	Yüzde	27,8%	15,6%	56,6%	100,0%	

X^2 : 22.662 sd: 2 p: 0.001 r: 0.40

“Genel olarak söylersek, aile önemini hala korumaktadır” ifadesinin testi de televizyonun yetiştirme rolünün ortaya koymaktadır. Buna göre test (p: 0.01) düzeyinde anlamlı çıkmıştır ve ilişkinin gücü (r: 0.40) oranında kuvvetlidir. Böylelikle Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçeneğini işaretleyen kişiler arasındaki % 27.7’lik fark bize yetiştirme delili sunmaktadır.

Tablo 3.48 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	37	16	44	97
		Yüzde	38,1%	16,5%	45,4%	100,0%
	Çok	Adet	46	23	161	230
		Yüzde	20,0%	10,0%	70,0%	100,0%
Toplam		Adet	83	39	205	327
		Yüzde	25,4%	11,9%	62,7%	100,0%

X^2 : 17.869 sd: 2 p: 0.001 r: 0.43

“Genel olarak söylersek, karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir” ifadesinin testi de (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır ve ilişkinin gücü (r: 0.43) oranında kuvvetli sonuç vermiştir. Bu durumda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçenekleri arasındaki % 24.6’lık fark ise, bu test açısından televizyonun yetiştirme delilini sunmaktadır.

Tablo 3.49 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	49	20	28	97
		Yüzde	50,5%	20,6%	28,9%	100,0%
	Çok	Adet	73	24	133	230
		Yüzde	31,7%	10,4%	57,8%	100,0%
Toplam		Adet	122	44	161	327
		Yüzde	37,3%	13,5%	49,2%	100,0%

X^2 : 23.327 sd: 2 p: 0.001 r: 0.43

“Genel olarak söylersek, başarılı olmak için ciddi olmak gerekir” ifadesinin testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç vermiştir ve ilişkinin gücü (r: 43) oranında kuvvetli olarak belirmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki yüzdelik fark 28.9’dur ve bu oran televizyonu az izleyenlere kıyasla çok izleyenler lehine 2 kattır. Yetiştirme delilini sunan bu fark sonucunda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir.

Tablo 3.50 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	31	24	42	97
		Yüzde	32,0%	24,7%	43,3%	100,0%
	Çok	Adet	27	26	177	230
		Yüzde	11,7%	11,3%	77,0%	100,0%
Toplam		Adet	58	50	219	327
		Yüzde	17,7%	15,3%	67,0%	100,0%

X^2 : 35.324 sd: 2 p: 0.001 r: 0.57

“Genel olarak söylersek, suç işleyen insanların oranı yükselmektedir” ifadesinin testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç vermiş ve ilişkinin gücü de (r: 57) oranında kuvvetli olarak belirmiştir. Bu durumda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 33.7’lik fark, televizyonun yetiştirme rolünü ortaya koymaktadır.

Tablo 3.51 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yönelmektedir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	37	27	33	97
		Yüzde	38,1%	27,8%	34,0%	100,0%
	Çok	Adet	29	45	156	230
		Yüzde	12,6%	19,6%	67,8%	100,0%
Toplam		Adet	66	72	189	327
		Yüzde	20,2%	22,0%	57,8%	100,0%

X^2 : 37.651 sd: 2 p: 0.001 r: 0.57

“Genel olarak söylersek, yaşam şartları suç işlemeye yönelmektedir” ifadesi de (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç vermiştir ve ilişkinin gücü (r: 57) gibi kuvvetli bir oranda belirmiştir. Buna göre Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 33.8 gibi yüksek oran yetiştirme delili sunarken, televizyonu çok izleyen kişilerin insanların suça iten unsurun yaşam şartları olması konusundaki algısı, televizyonun tehlikeli sonuçlarına işaret etmektedir. Kaldı ki Türk televizyon dizilerinin mafya, cinayet, kadına şiddet yüklü suç temalarıyla dolu olması ve akabinde televizyonu çok izleyen kişilerin, bu keyfi şiddet hareketlerinin sebebini yaşam şartlarına bağlaması, televizyonun zararlı etkileri olarak okunabilir.

Tablo 3.52 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	40	22	35	97
		Yüzde	41,2%	22,7%	36,1%	100,0%
	Çok	Adet	54	36	140	230
		Yüzde	23,5%	15,7%	60,9%	100,0%
Toplam		Adet	94	58	175	327
		Yüzde	28,7%	17,7%	53,5%	100,0%

X^2 : 17.218 sd: 2 p: 0.001 r: 0.40

“Genel olarak söylersek, mutlu insanlar başarılı olmaktadır” ifadesinin test sonucu (p: 0.001) düzeyinde anlamlıdır ve ilişkinin gücü (r: 40) oranında kuvvetlidir. Katılıyorum

seçeneğini işaretleyen televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 24.8'lik fark ise televizyonun yetiştirme rolünü ortaya koymaktadır. Böylece Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir.

Tablo 3.53 Kahramanlar Mutlu İnsanlardır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	55	15	27	97
		Yüzde	56,7%	15,5%	27,8%	100,0%
	Çok	Adet	107	48	75	230
		Yüzde	46,5%	20,9%	32,6%	100,0%
Toplam		Adet	162	63	102	327
		Yüzde	49,5%	19,3%	31,2%	100,0%

X^2 : 2.960 sd: 2 p: 0.228 r: 0.15

“Genel olarak söylersek, kahramanlar mutlu insanlardır” ifadesinin yetiştirme testi anlamsız sonuç vermiştir. Böylece Yokluk Hipotezi reddedilmemiştir. Sonuç olarak katılımcılar kahramanların mutlu insanlar olduğunu düşünmemiştir.

Tablo 3.54 Ciddi Olmak Sempatik Olmak İçin Engel Değildir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	20	21	56	97
		Yüzde	20,6%	21,6%	57,7%	100,0%
	Çok	Adet	20	55	155	230
		Yüzde	8,7%	23,9%	67,4%	100,0%
Toplam		Adet	40	76	211	327
		Yüzde	12,2%	23,2%	64,5%	100,0%

X^2 : 9.066 sd: 2 p: 0.011 r: 0.24

“Genel olarak söylersek, ciddi olmak sempatik olmak için engel değildir” ifadesinin yetiştirme testi (p: 0.011) düzeyinde anlamlı, (r: 0.24) oranında düşük kuvvette ilişkili sonuç vermiştir. Böylece Yokluk Hipotezi reddedilmemiştir. Televizyonu çok izleyenler ile az izleyenler arasındaki yüzde farkı ise çok izleyenler lehine olmak üzere % 9.7 çıkmıştır. Bir başka deyişle test yüzde 9.7 düzeyinde yetiştirme delili sunmuştur.

Tablo 3.55 Güçlü Olmak İçin Soğuk Olmak Gerekir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	63	15	19	97
		Yüzde	64,9%	15,5%	19,6%	100,0%
	Çok	Adet	129	28	73	230
		Yüzde	56,1%	12,2%	31,7%	100,0%
Toplam		Adet	192	43	92	327
		Yüzde	58,7%	13,1%	28,1%	100,0%

X^2 : 5.055 sd: 2 p: 0.080 r: 0.21

“Genel olarak söylersek, güçlü olmak için soğuk olmak gerekir” sorusunun yetiştirme testi (p: 0.080) düzeyinde anlamsız çıkmıştır. Böylece Yokluk Hipotezi reddedilmemiştir. Bir başka ifade ile televizyonu az ya da çok izlemenin güçlü olmak için soğuk olunması gerektiği konusunda herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Yani katılımcılar soğuk karakterde olmanın, güçlü olmanın ön koşulu olduğunu düşünmemektedirler.

Tablo 3.56 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	65	15	17	97
		Yüzde	67,0%	15,5%	17,5%	100,0%
	Çok	Adet	54	16	160	230
		Yüzde	23,5%	7,0%	69,6%	100,0%
Toplam		Adet	119	31	177	327
		Yüzde	36,4%	9,5%	54,1%	100,0%

X^2 : 74.871 sd: 2 p: 0.001 r: 0.75

“Genel olarak söylersek, yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır” ifadesinin testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır ve ilişkinin gücü (r: 75) oranında oldukça kuvvetlidir. Bu durumda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 52.1’lik fark televizyonun yetiştirme rolünü ortaya koymaktadır.

Tablo 3.57 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	50	17	30	97
		Yüzde	51,5%	17,5%	30,9%	100,0%
	Çok	Adet	37	31	162	230
		Yüzde	16,1%	13,5%	70,4%	100,0%
Toplam		Adet	87	48	192	327
		Yüzde	26,6%	14,7%	58,7%	100,0%

X^2 : 51.141 sd: 2 p: 0.001 r: 0.65

“Genel olarak söylersek, zenginler daha uzun yaşamaktadır” ifadesinin yetiştirme testi de (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır ve ilişkinin gücü (r: 0.65) oranında oldukça kuvvetli belirmiştir. Bu durumda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Bu ifadeye katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 39.5’lik fark ise televizyonun yetiştirme delilini sunmaktadır.

Tablo 3.58 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	44	11	42	97
		Yüzde	45,4%	11,3%	43,3%	100,0%
	Çok	Adet	25	16	189	230
		Yüzde	10,9%	7,0%	82,2%	100,0%
Toplam		Adet	69	27	231	327
		Yüzde	21,1%	8,3%	70,6%	100,0%

X^2 : 54.649 sd: 2 p: 0.001 r: 0.70

“Genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması, kanunsuz işler yapmasına engel değildir” ifadesinin yetiştirme testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı, (r: 0.70) oranında oldukça kuvvetli ilişkili sonuç vermiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçenekleri arasındaki yüzde farkı, çok izleyenler lehine olmak üzere % 38.9 çıkmıştır ve bu oran bize konu edilen testle ilgili elde edilen televizyonun yetiştirme delilini sunmaktadır. Böylelikle Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir.

Tablo 3.59 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	47	9	41	97
		Yüzde	48,5%	9,3%	42,3%	100,0%
	Çok	Adet	38	22	170	230
		Yüzde	16,5%	9,6%	73,9%	100,0%
Toplam		Adet	85	31	211	327
		Yüzde	26,0%	9,5%	64,5%	100,0%

X^2 : 37.357 sd: 2 p: 0.001 r: 0.58

“Genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması mutlu olmasını sağlamaz” ifadesinin yetiştirme testi (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç vermiş ve bu testteki ilişkinin gücü (r: 0.58) oranında kuvvetli olarak belirmiştir. Böylece Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 31.6’lık fark ise bize televizyonun yaşlıların mutlu olup olmadıkları konusundaki algıları yönlendirmedeki yetiştirme delilini sunmaktadır.

Tablo 3.60 Yaşlılar Sert Mizaçlıdır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	60	15	22	97
		Yüzde	61,9%	15,5%	22,7%	100,0%
	Çok	Adet	47	19	164	230
		Yüzde	20,4%	8,3%	71,3%	100,0%
Toplam	Adet	107	34	186	327	
	Yüzde	32,7%	10,4%	56,9%	100,0%	

X^2 : 67.536 sd: 2 p: 0.001 r: 0.72

“Genel olarak söylersek, yaşlılar sert mizaçlıdır” ifadesinin test sonucu da (p: 0.001) düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Testin ilişki gücü ise (r: 0.72) oranında kuvvetlidir. Dolayısıyla Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 48.6’lık fark televizyonun yetiştirme delilini sunarken; bu delil bize televizyonu çok izleyen kişilerin yaşlıları ön yargılı bir biçimde sert mizaçlı olarak algıladıklarını söylemektedir.

Tablo 3.61 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	35	17	45	97
		Yüzde	36,1%	17,5%	46,4%	100,0%
	Çok	Adet	26	26	178	230
		Yüzde	11,3%	11,3%	77,4%	100,0%
Toplam	Adet	61	43	223	327	
	Yüzde	18,7%	13,1%	68,2%	100,0%	

X^2 : 34.077 sd: 2 p: 0.001 r: 0.57

“Genel olarak söylersek, zengin yaşlı olmak romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir” ifadesinin testi, (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç vermiştir. İlişkinin gücünün ise (r: 0.57) oranında kuvvetli olduğu görülmüştür. Böylece Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Bununla birlikte katılıyorum şikkını işaretleyen televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 31’lik fark, televizyonun yetiştirme delilini sunmaktadır.

Tablo 3.62 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	47	9	41	97
		Yüzde	48,5%	9,3%	42,3%	100,0%
	Çok	Adet	36	18	176	230
		Yüzde	15,7%	7,8%	76,5%	100,0%
Toplam		Adet	83	27	217	327
		Yüzde	25,4%	8,3%	66,4%	100,0%

X^2 : 41.158 sd: 2 p: 0.001 r: 0.62

“Genel olarak söylersek, yaşlanma toplumsal ilişkilere engel değildir” ifadesinin çözümlenmesi de (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç verirken, ilişkinin gücü (r: 0.62) oranında güçlü olarak belirmiştir. Böylelikle Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Televizyonu farklı düzeylerde izleyen kişilerin arasındaki % 34.2’lik fark ise televizyonun yetiştirme delilini sunmaktadır. Yani televizyonu az izleyenler için yaşlı olmak toplumsal ilişki kurmanın önünde bir engel iken, aynı durum televizyonu çok izleyenler için geçerli değildir. Bir önceki yetiştirme testi sonucunda olduğu gibi, bu durum da televizyonun yaşlılık özelinde izleyiciler üzerindeki olumlu katkısı olarak okunabilir.

Tablo 3.63 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Tv İzleme	Az	Adet	43	16	38	97
		Yüzde	44,3%	16,5%	39,2%	100,0%
	Çok	Adet	52	22	156	230
		Yüzde	22,6%	9,6%	67,8%	100,0%
Toplam		Adet	95	38	194	327
		Yüzde	29,1%	11,6%	59,3%	100,0%

X^2 : 23.339 sd: 2 p: 0.001 r: 0.47

“Genel olarak söylersek, yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır” ifadesine ilişkin test (p: 0.001) düzeyinde anlamlı sonuç vermiştir ve ilişkinin gücü de (r: 0.63) oranında güçlü olarak belirmiştir. Bu durumda Yokluk Hipotezi reddedilmiş, Alternatif Hipotez ise kabul edilmiştir. Bununla birlikte katılıyorum şikkını işaretleyen televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 28.6’lık fark bize yaşlılara saygı duyulması konusunda televizyonun yetiştirme delilini sunmaktadır. Yani televizyonu çok izleyen katılımcılara göre yaşlılara saygı duyulmaktadır ve bu da tıpkı önceki iki yetiştirme ifadesinde olduğu gibi, televizyonun yaşlılık özelinde izleyiciler üzerindeki olumlu katkısıdır.

3.10.3. Cinsiyete Göre Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri

Çalışmanın bu bölümünde, katılımcıların cinsiyetleri açısından yaygın görüş haline getirme testlerinin anlamlı çıkan sonuçlarına yer verilmiştir. Bu bağlamda anlamlı sonuç vermeyen çözümlemelere yer verilmemiştir.

Tablo 3.64 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	21	5	28	54
			Yüzde	38,9%	9,3%	51,9%	100,0%
		Çok	Adet	19	9	84	112
			Yüzde	17,0%	8,0%	75,0%	100,0%
	Toplam		Adet	40	14	112	166
			Yüzde	24,1%	8,4%	67,5%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	27	1	15	43
			Yüzde	62,8%	2,3%	34,9%	100,0%
		Çok	Adet	15	4	99	118
			Yüzde	12,7%	3,4%	83,9%	100,0%
	Toplam		Adet	42	5	114	161
			Yüzde	26,1%	3,1%	70,8%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 10.226 sd: 2 p: 0.006 r: 46

Erkek açısından X^2 : 41.106 sd: 2 p: 0.001 r: 81

Cinsiyete göre birinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test hem kadınlar kontrol edildiğinde erkekler açısından, hem de erkekler kontrol edildiğinde kadınlar açısından anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkinin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirmiştir. Buna göre toplamda, katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasında % 72.1’lik fark oluşmuştur. Bu da mevcut ifade açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.65 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	22	6	26	54
			Yüzde	40,7%	11,1%	48,1%	100,0%
	Çok	Adet	14	15	83	112	
		Yüzde	12,5%	13,4%	74,1%	100,0%	
	Toplam	Adet	36	21	109	166	
		Yüzde	21,7%	12,7%	65,7%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	23	5	15	43
			Yüzde	53,5%	11,6%	34,9%	100,0%
	Çok	Adet	13	11	94	118	
		Yüzde	11,0%	9,3%	79,7%	100,0%	
	Toplam	Adet	36	16	109	161	
		Yüzde	22,4%	9,9%	67,7%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 17.288 sd: 2 p: 0.001 r: 52

Erkek açısından X^2 : 34.926 sd: 2 p: 0.001 r: 74

Cinsiyete göre ikinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilmez” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test hem kadınlar kontrol edildiğinde erkekler açısından, hem de erkekler kontrol edildiğinde kadınlar açısından anlamlı çıkarken, ilişkilerin gücü de her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Buna göre toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 70.8’lik fark, her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.66 Birçok İnsan Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	22	10	22	54
			Yüzde	40,7%	18,5%	40,7%	100,0%
	Çok	Adet	17	18	77	112	
		Yüzde	15,2%	16,1%	68,8%	100,0%	
	Toplam	Adet	39	28	99	166	
		Yüzde	23,5%	16,9%	59,6%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	28	2	13	43
			Yüzde	65,1%	4,7%	30,2%	100,0%
	Çok	Adet	17	10	91	118	
		Yüzde	14,4%	8,5%	77,1%	100,0%	
	Toplam	Adet	45	12	104	161	
		Yüzde	28,0%	7,5%	64,6%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 15.055 sd: 2 p: 0.001 r: 51

Erkek açısından X^2 : 40.338 sd: 2 p: 0.001 r: 77

“Genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde, dürüst olmak yerine sizden yararlanmaya çalışır” ifadesi açısından gerçekleştirilen üçüncü cinsiyete göre yaygın görüş haline getirme testi de her iki grup açısından anlamlı sonuç vermiştir. Bununla birlikte ilişkinin gücü de her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Buna göre toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 75’lik fark, her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.67 İnsanlar Çoğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine, Kendilerini Düşünürler

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	23	9	22	54	
			Yüzde	42,6%	16,7%	40,7%	100,0%	
	Çok	Adet	16	18	78	112		
		Yüzde	14,3%	16,1%	69,6%	100,0%		
	Toplam			Adet	39	27	100	166
				Yüzde	23,5%	16,3%	60,2%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	24	4	15	43	
			Yüzde	55,8%	9,3%	34,9%	100,0%	
	Çok	Adet	17	9	92	118		
		Yüzde	14,4%	7,6%	78,0%	100,0%		
	Toplam			Adet	41	13	107	161
				Yüzde	25,5%	8,1%	66,5%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 17.486 sd: 2 p: 0.001 r: 53

Erkek açısından X^2 : 30.130 sd: 2 p: 0.001 r: 72

Cinsiyete göre dördüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve test her iki grup açısından da anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca her iki grup için de ilişki gücünün kuvvetli olduğu görülmüştür. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin toplamları arasında çok izleyenler lehine % 71’lik bir fark ortaya çıkmıştır ve bu fark her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.68 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	23	12	19	54
			Yüzde	42,6%	22,2%	35,2%	100,0%
	Çok	Adet	21	15	76	112	
		Yüzde	18,8%	13,4%	67,9%	100,0%	
	Toplam	Adet	44	27	95	166	
		Yüzde	26,5%	16,3%	57,2%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	22	3	18	43
			Yüzde	51,2%	7,0%	41,9%	100,0%
	Çok	Adet	12	14	92	118	
		Yüzde	10,2%	11,9%	78,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	34	17	110	161	
		Yüzde	21,1%	10,6%	68,3%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 16.356 sd: 2 p: 0.001 r: 53

Erkek açısından X^2 : 31.805 sd: 2 p: 0.001 r: 68

Cinsiyete göre beşinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişkinin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 68.8’dir ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.69 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordur

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	18	12	24	54
			Yüzde	33,3%	22,2%	44,4%	100,0%
	Çok	Adet	14	14	84	112	
		Yüzde	12,5%	12,5%	75,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	32	26	108	166	
		Yüzde	19,3%	15,7%	65,1%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	21	7	15	43
			Yüzde	48,8%	16,3%	34,9%	100,0%
	Çok	Adet	10	11	97	118	
		Yüzde	8,5%	9,3%	82,2%	100,0%	
	Toplam	Adet	31	18	112	161	
		Yüzde	19,3%	11,2%	69,6%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 15.630 sd: 2 p: 0.001 r: 54

Erkek açısından X^2 : 38.174 sd: 2 p: 0.001 r: 77

Altıncı cinsiyete göre yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş ve sonuçlar her iki grup açısından da anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkilerin gücü gruplar açısından

kuvvetlidir. Katılıyorum cevabını veren her iki grubun televizyonu çok ve az izleyenleri arasındaki % 77.9'luk fark ise bize her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini söylemektedir.

Tablo 3.70 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	22	9	23	54
			Yüzde	40,7%	16,7%	42,6%	100,0%
	Çok	Adet	19	12	81	112	
		Yüzde	17,0%	10,7%	72,3%	100,0%	
	Toplam	Adet	41	21	104	166	
		Yüzde	24,7%	12,7%	62,7%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	25	6	12	43
			Yüzde	58,1%	14,0%	27,9%	100,0%
	Çok	Adet	13	13	92	118	
		Yüzde	11,0%	11,0%	78,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	38	19	104	161	
		Yüzde	23,6%	11,8%	64,6%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 14.499 sd: 2 p: 0.001 r: 52

Erkek açısından X^2 : 42.106 sd: 2 p: 0.001 r: 78

Cinsiyete göre yedinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişkilerin gücü de her iki grup açısından kuvvetli olarak belirlemiştir. Her iki grubun da katılıyorum cevabını veren, televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 79.8'lik fark ise bize gruplar açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.71 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	18	5	31	54
			Yüzde	33,3%	9,3%	57,4%	100,0%
	Çok	Adet	14	7	91	112	
		Yüzde	12,5%	6,3%	81,3%	100,0%	
	Toplam	Adet	32	12	122	166	
		Yüzde	19,3%	7,2%	73,5%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	17	5	21	43
			Yüzde	39,5%	11,6%	48,8%	100,0%
	Çok	Adet	11	9	98	118	
		Yüzde	9,3%	7,6%	83,1%	100,0%	
	Toplam	Adet	28	14	119	161	
		Yüzde	17,4%	8,7%	73,9%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 11.478 sd: 2 p: 0.001 r: 51

Erkek açısından X^2 : 22.113 sd: 2 p: 0.001 r: 66

“Genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen sekizinci cinsiyete göre yaygın görüş haline getirme testi de hem kadınlar kontrol edildiğinde erkekler açısından, hem de erkekler kontrol edildiğinde kadınlar açısından anlamlı çıkmıştır. İlişkinin gücü de yine her iki grup açısından kuvvetlidir. Her iki grubun da katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 58.2’lik fark ise bize gruplar açısından yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.72 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	25	9	20	54
			Yüzde	46,3%	16,7%	37,0%	100,0%
	Çok	Adet	38	9	65	112	
		Yüzde	33,9%	8,0%	58,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	63	18	85	166	
		Yüzde	38,0%	10,8%	51,2%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	25	6	12	43
			Yüzde	58,1%	14,0%	27,9%	100,0%
	Çok	Adet	41	11	66	118	
		Yüzde	34,7%	9,3%	55,9%	100,0%	
	Toplam	Adet	66	17	78	161	
		Yüzde	41,0%	10,6%	48,4%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 7.109 sd: 2 p: 0.029 r: 31

Erkek açısından X^2 : 9.957 sd: 2 p: 0.007 r: 46

Cinsiyete göre dokuzuncu yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Bu test de önceki testlerde olduğu gibi her iki grup açısından anlamlı sonuç vermiş, bununla birlikte ilişkilerin gücü kadınlar açısından orta kuvvetli, erkek açısından ise kuvvetli olarak belirlemiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasında, çok izleyenler lehine % 49’luk bir fark ortaya çıkmıştır ve bu fark her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.73 Artık Gündüzleri de Tehlikeli Olmaya Başlamıştır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	19	9	26	54	
			Yüzde	35,2%	16,7%	48,1%	100,0%	
		Çok	Adet	17	14	81	112	
			Yüzde	15,2%	12,5%	72,3%	100,0%	
	Toplam			Adet	36	23	107	166
				Yüzde	21,7%	13,9%	64,5%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	21	7	15	43	
			Yüzde	48,8%	16,3%	34,9%	100,0%	
		Çok	Adet	13	7	98	118	
			Yüzde	11,0%	5,9%	83,1%	100,0%	
	Toplam			Adet	34	14	113	161
				Yüzde	21,1%	8,7%	70,2%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 10.484 sd: 2 p: 0.005 r: 45

Erkek açısından X^2 : 35.644 sd: 2 p: 0.007 r: 76

Cinsiyete göre onuncu yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiş; ayrıca ilişkinin gücü yine her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki % 72.4'lük çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını temsil etmektedir.

Tablo 3.74 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	18	14	22	54	
			Yüzde	33,3%	25,9%	40,7%	100,0%	
		Çok	Adet	14	14	84	112	
			Yüzde	12,5%	12,5%	75,0%	100,0%	
	Toplam			Adet	32	28	106	166
				Yüzde	19,3%	16,9%	63,9%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	20	4	19	43	
			Yüzde	46,5%	9,3%	44,2%	100,0%	
		Çok	Adet	9	7	102	118	
			Yüzde	7,6%	5,9%	86,4%	100,0%	
	Toplam			Adet	29	11	121	161
				Yüzde	18,0%	6,8%	75,2%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 18.793 sd: 2 p: 0.001 r: 57

Erkek açısından X^2 : 34.466 sd: 2 p: 0.001 r: 77

Cinsiyete göre on birinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test hem kadınlar kontrol edildiğinde erkekler açısından, hem de erkekler kontrol edildiğinde kadınlar açısından anlamlı çıkmış; bunun yanında ilişkilerin gücü de her iki grup açısından kuvvetli olarak belirlemiştir. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin yüzdesinin toplamı 161.4, az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplam yüzdesi ise 84.9’dur. İkisi arasındaki % 76.5’lik çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.75 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	20	9	25	54
			Yüzde	37,0%	16,7%	46,3%	100,0%
		Çok	Adet	17	15	80	112
			Yüzde	15,2%	13,4%	71,4%	100,0%
	Toplam		Adet	37	24	105	166
			Yüzde	22,3%	14,5%	63,3%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	19	8	16	43
			Yüzde	44,2%	18,6%	37,2%	100,0%
		Çok	Adet	13	11	94	118
			Yüzde	11,0%	9,3%	79,7%	100,0%
	Toplam		Adet	32	19	110	161
			Yüzde	19,9%	11,8%	68,3%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 11.718 sd: 2 p: 0.003 r: 47

Erkek açısından X^2 : 28.059 sd: 2 p: 0.001 r: 70

“Genel olarak söylersek, günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir” ifadesinin cinsiyete göre yaygın görüş haline getirme testi, her iki grup açısından da anlamlı, ilişkinin gücü de yine her iki grup açısından kuvvetli sonuç vermiştir. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok izleyen her iki gruptaki katılımcıların toplam yüzdesi ile az izleyenlerin toplam yüzdesi arasındaki % 67.6’lık fark, gruplar açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.76 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	22	7	25	54	
			Yüzde	40,7%	13,0%	46,3%	100,0%	
	Çok	Adet	10	19	83	112		
		Yüzde	8,9%	17,0%	74,1%	100,0%		
	Toplam			Adet	32	26	108	166
				Yüzde	19,3%	15,7%	65,1%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	17	6	20	43	
			Yüzde	39,5%	14,0%	46,5%	100,0%	
	Çok	Adet	12	11	95	118		
		Yüzde	10,2%	9,3%	80,5%	100,0%		
	Toplam			Adet	29	17	115	161
				Yüzde	18,0%	10,6%	71,4%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 23.831 sd: 2 p: 0.001 r: 56

Erkek açısından X^2 : 20.827 sd: 2 p: 0.001 r: 63

“Genel olarak söylersek, günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur” ifadesinin cinsiyete göre yaygın görüş haline getirme testi de İstanbul testine benzer bir sonuç vermiştir. Test yine her iki grup açısından da anlamlıdır ve ilişkinin gücü gruplar açısından kuvvetlidir. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok izleyen her iki gruptaki katılımcıların toplam yüzdesi ile az izleyenlerin toplam yüzdesi arasındaki % 61.8’lik fark, her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.77 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	27	15	12	54	
			Yüzde	50,0%	27,8%	22,2%	100,0%	
	Çok	Adet	43	15	54	112		
		Yüzde	38,4%	13,4%	48,2%	100,0%		
	Toplam			Adet	70	30	66	166
				Yüzde	42,2%	18,1%	39,8%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	20	6	17	43	
			Yüzde	46,5%	14,0%	39,5%	100,0%	
	Çok	Adet	23	21	74	118		
		Yüzde	19,5%	17,8%	62,7%	100,0%		
	Toplam			Adet	43	27	91	161
				Yüzde	26,7%	16,8%	56,5%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 11.526 sd: 2 p: 0.003 r: 33

Erkek açısından X^2 : 11.888 sd: 2 p: 0.003 r: 45

Cinsiyete göre on dördüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, zenginlerin sayısı artmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test her iki grup açısından

da anlamlı sonuç verirken, ilişkinin gücü kadınlar açısından orta kuvvetli, erkekler açısından ise kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyen ve katılıyorum cevabı veren kadın ve erkeklerin toplam oranı ile az izleyenlerin toplam oranı arasındaki % 49.2'lik fark, bu ifade özelinde yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.78 Aile Önemini Hala Korumaktadır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	18	13	23	54
			Yüzde	33,3%	24,1%	42,6%	100,0%
	Çok	Adet	32	13	67	112	
		Yüzde	28,6%	11,6%	59,8%	100,0%	
	Toplam	Adet	50	26	90	166	
		Yüzde	30,1%	15,7%	54,2%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	18	12	13	43
			Yüzde	41,9%	27,9%	30,2%	100,0%
	Çok	Adet	23	13	82	118	
		Yüzde	19,5%	11,0%	69,5%	100,0%	
	Toplam	Adet	41	25	95	161	
		Yüzde	25,5%	15,5%	59,0%	100,0%	

X^2 : 20.214 sd: 2 p: 0.001 r: 57

Cinsiyete göre on beşinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, aile önemini hala korumaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, kadınlar kontrol edildiğinde erkekler açısından anlamlı çıkmıştır ve ilişkinin gücü de kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyen ve katılıyorum cevabı veren kadın ve erkeklerin toplam oranı ile az izleyenlerin toplam oranı arasında, çok izleyenler lehine % 56.5'lik bir fark ortaya çıkmıştır ve bu fark yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.79 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	17	10	27	54
			Yüzde	31,5%	18,5%	50,0%	100,0%
	Çok	Adet	25	11	76	112	
		Yüzde	22,3%	9,8%	67,9%	100,0%	
	Toplam	Adet	42	21	103	166	
		Yüzde	25,3%	12,7%	62,0%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	20	6	17	43
			Yüzde	46,5%	14,0%	39,5%	100,0%
	Çok	Adet	21	12	85	118	
		Yüzde	17,8%	10,2%	72,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	41	18	102	161	
		Yüzde	25,5%	11,2%	63,4%	100,0%	

X^2 : 15.862 sd: 2 p: 0.001 r: 56

“Genel olarak söylersek, karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir” ifadesinin cinsiyete göre yaygın görüş haline getirme testi de bir önceki test ile benzerlik göstermiştir. Bu ifade kadınlar kontrol edildiğinde erkekler açısından anlamlıdır ve ilişkinin gücü kuvvetlidir. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok ve az izleyen cinsiyetler arasındaki % 50.4'lük fark yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.80 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	24	11	19	54
			Yüzde	44,4%	20,4%	35,2%	100,0%
		Çok	Adet	36	9	67	112
			Yüzde	32,1%	8,0%	59,8%	100,0%
	Toplam		Adet	60	20	86	166
			Yüzde	36,1%	12,0%	51,8%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	25	9	9	43
			Yüzde	58,1%	20,9%	20,9%	100,0%
		Çok	Adet	37	15	66	118
			Yüzde	31,4%	12,7%	55,9%	100,0%
	Toplam		Adet	62	24	75	161
			Yüzde	38,5%	14,9%	46,6%	100,0%

Kadın açısından $X^2:10.395$ sd: 2 p: 0.001 r: 34

Erkek açısından $X^2: 15.587$ sd: 2 p: 0.001 r: 53

Cinsiyete göre on yedinci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, başarılı olmak için ciddi olmak gerekir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve test her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişkinin gücü kadınlar açısından orta kuvvetli, erkekler açısından ise kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 59.6'dır ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.81 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	15	13	26	54
			Yüzde	27,8%	24,1%	48,1%	100,0%
		Çok	Adet	12	16	84	112
			Yüzde	10,7%	14,3%	75,0%	100,0%
	Toplam		Adet	27	29	110	166
			Yüzde	16,3%	17,5%	66,3%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	16	11	16	43
			Yüzde	37,2%	25,6%	37,2%	100,0%
		Çok	Adet	15	10	93	118
			Yüzde	12,7%	8,5%	78,8%	100,0%
	Toplam		Adet	31	21	109	161
			Yüzde	19,3%	13,0%	67,7%	100,0%

Kadın açısından $X^2:12.485$ sd: 2 p: 0.002 r: 49

Erkek açısından $X^2: 24.951$ sd: 2 p: 0.001 r: 65

On sekizinci cinsiyete göre yaygın görüş haline getirme testi olan, “genel olarak söylersek, suç işleyen insanların oranı yükselmektedir” ifadesi de her iki grup açısından anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte, ilişkilerin gücü de her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamaları arasındaki % 68.5’lik fark ise, bize her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini söylemektedir.

Tablo 3.82 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yöneltmektedir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	18	16	20	54
			Yüzde	33,3%	29,6%	37,0%	100,0%
		Çok	Adet	17	23	72	112
			Yüzde	15,2%	20,5%	64,3%	100,0%
	Toplam		Adet	35	39	92	166
			Yüzde	21,1%	23,5%	55,4%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	19	11	13	43
			Yüzde	44,2%	25,6%	30,2%	100,0%
		Çok	Adet	12	22	84	118
			Yüzde	10,2%	18,6%	71,2%	100,0%
	Toplam		Adet	31	33	97	161
			Yüzde	19,3%	20,5%	60,2%	100,0%

Kadın açısından $X^2:11.859$ sd: 2 p: 0.003 r: 46

Erkek açısından $X^2: 28.453$ sd: 2 p: 0.001 r: 67

“Genel olarak söylersek, yaşam şartları suç işlemeye yönelmektedir” ifadesi açısından gerçekleştirilen cinsiyete göre yirminci yaygın görüş haline getirme testi de her iki grup açısından anlamlı çıkmıştır. Bunun yanında ilişki gücünün de yine her iki grup açısından

kuvvetli olduğu görülmüştür. Bu ifade için katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasında % 68.3'lük fark oluşmuştur ve bu fark, cinsiyetler açısından yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.83 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	16	15	23	54
			Yüzde	29,6%	27,8%	42,6%	100,0%
		Çok	Adet	27	17	68	112
			Yüzde	24,1%	15,2%	60,7%	100,0%
	Toplam		Adet	43	32	91	166
			Yüzde	25,9%	19,3%	54,8%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	24	7	12	43
			Yüzde	55,8%	16,3%	27,9%	100,0%
		Çok	Adet	27	19	72	118
			Yüzde	22,9%	16,1%	61,0%	100,0%
	Toplam		Adet	51	26	84	161
			Yüzde	31,7%	16,1%	52,2%	100,0%

X^2 : 17.143 sd: 2 p: 0.001 r: 57

Cinsiyete göre yirminci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, mutlu insanlar başarılı olmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve çıkan sonuç kadınlar kontrol edildiğinde erkekler açısından anlamlıdır. İlişkinin gücü ise kuvvetli olarak belirmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen her iki gruptaki televizyonu çok izleyenlerin toplamı ile az izleyenlerin toplamları arasında % 51.2'lik fark olduğu görülmüştür. Bu fark, erkekler açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtı niteliğindedir.

Tablo 3.84 Ciddi Olmak Sempatik Olmak İçin Engel Değildir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	9	11	34	54
			Yüzde	16,7%	20,4%	63,0%	100,0%
		Çok	Adet	10	27	75	112
			Yüzde	8,9%	24,1%	67,0%	100,0%
	Toplam		Adet	19	38	109	166
			Yüzde	11,4%	22,9%	65,7%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	11	10	22	43
			Yüzde	25,6%	23,3%	51,2%	100,0%
		Çok	Adet	10	28	80	118
			Yüzde	8,5%	23,7%	67,8%	100,0%
	Toplam		Adet	21	38	102	161
			Yüzde	13,0%	23,6%	63,4%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 2.217 sd: 2 p: 0.033 r: 12

Erkek açısından X^2 : 8.450 sd: 2 p: 0.015 r: 36

Benzer şekilde cinsiyete göre yirmi birinci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, ciddi olmak sempatik olmak için engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve test her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. İlişkinin gücü ise kadınlar açısından zayıf, erkekler açısından ise kuvvetli olarak belirmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin toplamları arasındaki % 20.6’lık fark ise yaygın görüş haline getirmenin kanıtıdır.

Tablo 3.85 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	38	6	10	54
			Yüzde	70,4%	11,1%	18,5%	100,0%
		Çok	Adet	29	8	75	112
			Yüzde	25,9%	7,1%	67,0%	100,0%
	Toplam		Adet	67	14	85	166
			Yüzde	40,4%	8,4%	51,2%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	27	9	7	43
			Yüzde	62,8%	20,9%	16,3%	100,0%
		Çok	Adet	25	8	85	118
			Yüzde	21,2%	6,8%	72,0%	100,0%
	Toplam		Adet	52	17	92	161
			Yüzde	32,3%	10,6%	57,1%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 35.237 sd: 2 p: 0.001 r: 74

Erkek açısından X^2 : 40.011 sd: 2 p: 0.001 r: 76

Cinsiyete göre yirmi ikinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test her iki grup açısından da anlamlı sonuç verirken, ilişkinin gücü de yine her iki cinsiyet açısından oldukça kuvvetlidir. Televizyonu çok izleyen ve katılıyorum cevabı veren kadın ve erkeklerin toplam oranı ile az izleyenlerin toplam oranı arasındaki 104.2’lik fark, bu ifade özelinde yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.86 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	23	11	20	54
			Yüzde	42,6%	20,4%	37,0%	100,0%
		Çok	Adet	20	14	78	112
			Yüzde	17,9%	12,5%	69,6%	100,0%
	Toplam		Adet	43	25	98	166
			Yüzde	25,9%	15,1%	59,0%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	27	6	10	43
			Yüzde	62,8%	14,0%	23,3%	100,0%
		Çok	Adet	17	17	84	118
			Yüzde	14,4%	14,4%	71,2%	100,0%
	Toplam		Adet	44	23	94	161
			Yüzde	27,3%	14,3%	58,4%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 16.665 sd: 2 p: 0.001 r: 54

Erkek açısından X^2 : 39.401 sd: 2 p: 0.001 r: 76

“Genel olarak söylersek, zenginler daha uzun yaşamaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen cinsiyete göre yirmi üçüncü yaygın görüş haline getirme testi, her iki grup için de anlamlı sonuç vermiştir ve ilişkinin gücü gruplar açısından kuvvetli çıkmıştır. Her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçeneğine verdikleri yanıtlar arasındaki fark % 80.5 çıkmıştır. Bu fark, cinsiyetler açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.87 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	26	7	21	54
			Yüzde	48,1%	13,0%	38,9%	100,0%
		Çok	Adet	15	11	86	112
			Yüzde	13,4%	9,8%	76,8%	100,0%
	Toplam		Adet	41	18	107	166
			Yüzde	24,7%	10,8%	64,5%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	18	4	21	43
			Yüzde	41,9%	9,3%	48,8%	100,0%
		Çok	Adet	10	5	103	118
			Yüzde	8,5%	4,2%	87,3%	100,0%
	Toplam		Adet	28	9	124	161
			Yüzde	17,4%	5,6%	77,0%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 26.268 sd: 2 p: 0.001 r: 66

Erkek açısından X^2 : 27.695 sd: 2 p: 0.001 r: 74

Cinsiyete göre yirmi dördüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması, kanunsuz işler yapmasına engel değildir” ifadesi açısından

gerçekleştirilmiştir. Her iki grup açısından da anlamlı sonuç veren testteki ilişkinin gücü ise oldukça kuvvetlidir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin toplamları arasındaki % 76.4'lük fark ise yaygın görüş haline getirmenin kanıtıdır.

Tablo 3.88 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	26	5	23	54
			Yüzde	48,1%	9,3%	42,6%	100,0%
		Çok	Adet	20	12	80	112
			Yüzde	17,9%	10,7%	71,4%	100,0%
	Toplam		Adet	46	17	103	166
			Yüzde	27,7%	10,2%	62,0%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	21	4	18	43
			Yüzde	48,8%	9,3%	41,9%	100,0%
		Çok	Adet	18	10	90	118
			Yüzde	15,3%	8,5%	76,3%	100,0%
	Toplam		Adet	39	14	108	161
			Yüzde	24,2%	8,7%	67,1%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 17.022 sd: 2 p: 0.001 r: 54

Erkek açısından X^2 : 20.261 sd: 2 p: 0.001 r: 62

“Genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması mutlu olmasını sağlamaz” ifadesi açısından gerçekleştirilen cinsiyete göre yirmi beşinci yaygın görüş haline getirme testi, her iki grup için de anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişkinin gücü de kuvvetlidir. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin yüzdesinin toplamı 147.7 az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplam yüzdesi ise 84.5'tir. İkisi arasındaki % 63.2'lik çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.89 Yaşlılar Sert Mizaçlıdır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	29	14	11	54
			Yüzde	53,7%	25,9%	20,4%	100,0%
		Çok	Adet	27	11	74	112
			Yüzde	24,1%	9,8%	66,1%	100,0%
	Toplam		Adet	56	25	85	166
			Yüzde	33,7%	15,1%	51,2%	100,0%
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	31	1	11	43
			Yüzde	72,1%	2,3%	25,6%	100,0%
		Çok	Adet	20	8	90	118
			Yüzde	16,9%	6,8%	76,3%	100,0%
	Toplam		Adet	51	9	101	161
			Yüzde	31,7%	5,6%	62,7%	100,0%

Kadın açısından X^2 : 30.596 sd: 2 p: 0.001 r: 63

Erkek açısından X^2 : 44.280 sd: 2 p: 0.001 r: 81

Televizyonu çok izleyen erkek ve kadın katılımcıları, yaşlılığa karşı olumsuz tutumda birleştiren bir diğer test ise cinsiyete göre yirmi altıncı yaygın görüş haline getirme testi olan “genel olarak söylersek, yaşlılar sert mizaçlıdır” ifadesi üzerinden gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar önceki diğer iki ifadeye benzer şekilde anlamlı çıkmıştır ve ilişkinin gücü kuvvetli olarak belirmiştir. Her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçeneğine verdikleri yanıtların arasındaki % 96.4'lük fark, cinsiyetler bağlamında yaygın görüş haline getirmenin kanıtını ifade etmektedir.

Tablo 3.90 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	18	10	26	54
			Yüzde	33,3%	18,5%	48,1%	100,0%
	Çok	Adet	14	16	82	112	
		Yüzde	12,5%	14,3%	73,2%	100,0%	
	Toplam	Adet	32	26	108	166	
		Yüzde	19,3%	15,7%	65,1%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	17	7	19	43
			Yüzde	39,5%	16,3%	44,2%	100,0%
	Çok	Adet	12	10	96	118	
		Yüzde	10,2%	8,5%	81,4%	100,0%	
	Toplam	Adet	29	17	115	161	
		Yüzde	18,0%	10,6%	71,4%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 12.138 sd: 2 p: 0.002 r: 48

Erkek açısından X^2 : 23.002 sd: 2 p: 0.001 r: 66

Cinsiyete göre yirmi yedinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, zengin yaşlı olmak romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiş; ayrıca ilişkinin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki % 62.3'lük çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını temsil etmektedir.

Tablo 3.91 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	24	6	24	54
			Yüzde	44,4%	11,1%	44,4%	100,0%
	Çok	Adet	18	9	85	112	
		Yüzde	16,1%	8,0%	75,9%	100,0%	
	Toplam	Adet	42	15	109	166	
		Yüzde	25,3%	9,0%	65,7%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	23	3	17	43
			Yüzde	53,5%	7,0%	39,5%	100,0%
	Çok	Adet	18	9	91	118	
		Yüzde	15,3%	7,6%	77,1%	100,0%	
	Toplam	Adet	41	12	108	161	
		Yüzde	25,5%	7,5%	67,1%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 17.461 sd: 2 p: 0.001 r: 57

Erkek açısından X^2 : 24.745 sd: 2 p: 0.001 r: 67

“Genel olarak söylersek, yaşlanma toplumsal ilişkilere engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilen cinsiyete göre yirmi sekizinci yaygın görüş haline getirme testi, her iki grup açısından da anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişkinin gücünün kuvvetli olduğu görülmüştür. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 69.1’lik fark ise yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır. Televizyonu çok izleyen kadın ve erkekleri ortak algıda birleştiren televizyonun bu etkisi, televizyonun olumlu etkileri arasında değerlendirilebilir.

Tablo 3.92 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır

Cinsiyet				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Kadın	Tv İzleme	Az	Adet	21	9	24	54
			Yüzde	38,9%	16,7%	44,4%	100,0%
	Çok	Adet	23	12	77	112	
		Yüzde	20,5%	10,7%	68,8%	100,0%	
	Toplam	Adet	44	21	101	166	
		Yüzde	26,5%	12,7%	60,8%	100,0%	
Erkek	Tv İzleme	Az	Adet	22	7	14	43
			Yüzde	51,2%	16,3%	32,6%	100,0%
	Çok	Adet	29	10	79	118	
		Yüzde	24,6%	8,5%	66,9%	100,0%	
	Toplam	Adet	51	17	93	161	
		Yüzde	31,7%	10,6%	57,8%	100,0%	

Kadın açısından X^2 : 9.188 sd: 2 p: 0.010 r: 42

Erkek açısından X^2 : 15.303 sd: 2 p: 0.001 r: 54

Cinsiyete göre gerçekleştirilen son yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve çıkan sonuçlar, bir önceki testte olduğu gibi, televizyonun yaşlılık algısı üzerine olumlu etkileri arasında sayılabilir. Test her iki grup açısından da anlamlı sonuç verirken, ilişki güçlerinin de kuvvetli olduğu tespit edilmiştir. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin yüzdesinin toplamı 135.7 az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplam yüzdesi ise 77’dir. İkisi arasındaki % 58.7’lik çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

3.10.4. Eğitime Göre Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri

Çalışmanın bu bölümünde, katılımcıların eğitim seviyeleri açısından yaygın görüş haline getirme testlerinin anlamlı çıkan sonuçlarına yer verilmiştir. Bu bağlamda, anlamlı sonuç vermeyen çözümlere yer verilmemiştir. Bununla birlikte ilkökul terkten liseye kadar olan eğitim seviyeleri “lise ve altı”; yüksekokuldan doktora seviyesine kadar olan eğitim seviyeleri ise “yüksekokul ve üstü” grupları altında birleştirilmiştir.

Tablo 3.93 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	16	2	22	40
			Yüzde	40,0%	5,0%	55,0%	100,0%
		Çok	Adet	21	5	94	120
			Yüzde	17,5%	4,2%	78,3%	100,0%
	Toplam		Adet	37	7	116	160
			Yüzde	23,1%	4,4%	72,5%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	32	4	21	57
			Yüzde	56,1%	7,0%	36,8%	100,0%
		Çok	Adet	13	8	89	110
			Yüzde	11,8%	7,3%	80,9%	100,0%
	Toplam		Adet	45	12	110	167
			Yüzde	26,9%	7,2%	65,9%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 8.868$ sd: 2 p: 0.012 r: 49
 Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 38.344$ sd: 2 p: 0.001 r: 75

Eğitime göre birinci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve çıkan sonuçlar her iki grup açısından da anlamlıdır. Lise ve altı grup ve yüksekokul ve üstü grubun katılıyorum seçeneğini işaretleyen, televizyonu çok izleyenlerin yüzdesel toplamı ve az izleyenlerin yüzdesel toplamı arasındaki 67.4’lük fark, mevcut ifade açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.94 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	16	6	18	40
			Yüzde	40,0%	15,0%	45,0%	100,0%
		Çok	Adet	14	11	95	120
			Yüzde	11,7%	9,2%	79,2%	100,0%
	Toplam		Adet	30	17	113	160
			Yüzde	18,8%	10,6%	70,6%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	29	5	23	57
			Yüzde	50,9%	8,8%	40,4%	100,0%
		Çok	Adet	13	15	82	110
			Yüzde	11,8%	13,6%	74,5%	100,0%
	Toplam		Adet	42	20	105	167
			Yüzde	25,1%	12,0%	62,9%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 18.764$ sd: 2 p: 0.001 r: 62

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 30.499$ sd: 2 p: 0.001 r: 64

Eğitime göre ikinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilmez” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test hem lise ve altı grup kontrol edildiğinde yüksekokul ve üstü açısından, hem de yüksekokul ve üstü kontrol edildiğinde lise ve altı grup açısından anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkilerin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirmiştir. Buna göre toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasında % 68.3'lük fark oluşmuştur. Bu da her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.95 Birçok İnsanla Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	20	4	16	40
			Yüzde	50,0%	10,0%	40,0%	100,0%
		Çok	Adet	17	12	91	120
			Yüzde	14,2%	10,0%	75,8%	100,0%
	Toplam		Adet	37	16	107	160
			Yüzde	23,1%	10,0%	66,9%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	30	8	19	57
			Yüzde	52,6%	14,0%	33,3%	100,0%
		Çok	Adet	17	16	77	110
			Yüzde	15,5%	14,5%	70,0%	100,0%
	Toplam		Adet	47	24	96	167
			Yüzde	28,1%	14,4%	57,5%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 22.418$ sd: 2 p: 0.001 r: 64

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 27.226$ sd: 2 p: 0.001 r: 63

Eğitime göre nc yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine sizden yararlanmaya çalışır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu test de her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir ve ilişkinin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirmiştir. Buna göre toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 72.1’lik fark, her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.96 İnsanlar oğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine, Kendilerini Dnrler

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	17	6	17	40
			Yüzde	42,5%	15,0%	42,5%	100,0%
		ok	Adet	18	13	89	120
			Yüzde	15,0%	10,8%	74,2%	100,0%
	Toplam		Adet	35	19	106	160
			Yüzde	21,9%	11,9%	66,3%	100,0%
Yüksekokul ve st	Tv İzleme	Az	Adet	30	7	20	57
			Yüzde	52,6%	12,3%	35,1%	100,0%
		ok	Adet	15	14	81	110
			Yüzde	13,6%	12,7%	73,6%	100,0%
	Toplam		Adet	45	21	101	167
			Yüzde	26,9%	12,6%	60,5%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 15.351$ sd: 2 p: 0.001 r: 56

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 30.418$ sd: 2 p: 0.001 r: 67

Eğitime göre dördüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini dnrler” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Mevcut test önceki üç testte olduğu gibi her iki grup açısından da anlamlı sonuç vermiş, bununla birlikte ilişkilerinin gücü her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasında, çok izleyenler lehine % 70’2’lik bir fark ortaya çıkmıştır ve bu fark her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.97 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	16	6	18	40
			Yüzde	40,0%	15,0%	45,0%	100,0%
		Çok	Adet	19	15	86	120
			Yüzde	15,8%	12,5%	71,7%	100,0%
	Toplam		Adet	35	21	104	160
			Yüzde	21,9%	13,1%	65,0%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	29	9	19	57
			Yüzde	50,9%	15,8%	33,3%	100,0%
		Çok	Adet	14	14	82	110
			Yüzde	12,7%	12,7%	74,5%	100,0%
	Toplam		Adet	43	23	101	167
			Yüzde	25,7%	13,8%	60,5%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 11.434$ sd: 2 p: 0.003 r: 49

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 32.021$ sd: 2 p: 0.001 r: 69

Eğitime göre beşinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş ve sonuçlar hem lise ve altı grup kontrol edildiğinde yüksekokul ve üstü açısından, hem de yüksekokul ve üstü grup kontrol edildiğinde lise ve altı grup açısından anlamlı çıkmıştır. Bunun yanında ilişkinin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirmiştir. Lise ve altı grup ile yüksekokul ve üstü grubun katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok izleyenlerin toplamı ve az izleyenlerin toplamları arasında, çok izleyenler lehine % 67.9’luk bir fark ortaya çıkmıştır. Söz konusu bu fark, her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.98 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordur

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	14	9	17	40
			Yüzde	35,0%	22,5%	42,5%	100,0%
		Çok	Adet	15	12	93	120
			Yüzde	12,5%	10,0%	77,5%	100,0%
	Toplam		Adet	29	21	110	160
			Yüzde	18,1%	13,1%	68,8%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	25	10	22	57
			Yüzde	43,9%	17,5%	38,6%	100,0%
		Çok	Adet	9	13	88	110
			Yüzde	8,2%	11,8%	80,0%	100,0%
	Toplam		Adet	34	23	110	167
			Yüzde	20,4%	13,8%	65,9%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 17.296$ sd: 2 p: 0.001 r: 59

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 34.139$ sd: 2 p: 0.001 r: 71

Eğitime göre altıncı yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordu” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir; ayrıca ilişkinin gücü, yine her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 76.4’tür ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.99 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	17	9	14	40
			Yüzde	42,5%	22,5%	35,0%	100,0%
		ok	Adet	16	15	89	120
			Yüzde	13,3%	12,5%	74,2%	100,0%
	Toplam		Adet	33	24	103	160
			Yüzde	20,6%	15,0%	64,4%	100,0%
Yüksekokul ve st	Tv İzleme	Az	Adet	30	6	21	57
			Yüzde	52,6%	10,5%	36,8%	100,0%
		ok	Adet	16	10	84	110
			Yüzde	14,5%	9,1%	76,4%	100,0%
	Toplam		Adet	46	16	105	167
			Yüzde	27,5%	9,6%	62,9%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 21.523$ sd: 2 p: 0.001 r: 63

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 29.179$ sd: 2 p: 0.001 r: 68

Eğitime göre yedinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş ve sonuçlar bir önceki ifadeye benzer şekilde anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkinin gücü de kuvvetli olarak belirmiştir. Yani televizyonu çok izleyen ve katılıyorum cevabı veren her iki grubun yüzdesel toplamı ile az izleyenlerin yüzdesel toplamları arasındaki 78.8’lik fark, her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.100 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	13	3	24	40
			Yüzde	32,5%	7,5%	60,0%	100,0%
		Çok	Adet	14	6	100	120
			Yüzde	11,7%	5,0%	83,3%	100,0%
	Toplam		Adet	27	9	124	160
			Yüzde	16,9%	5,6%	77,5%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	22	7	28	57
			Yüzde	38,6%	12,3%	49,1%	100,0%
		Çok	Adet	11	10	89	110
			Yüzde	10,0%	9,1%	80,9%	100,0%
	Toplam		Adet	33	17	117	167
			Yüzde	19,8%	10,2%	70,1%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 10.157$ sd: 2 p: 0.006 r: 53

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 21.327$ sd: 2 p: 0.001 r: 62

“Genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen bir diğer eğitime göre yaygın görüş haline getirme testi de her iki grup açısından anlamlı sonuç vermiştir. Test hem lise ve altı grup kontrol edildiğinde yüksekokul ve üstü açısından, hem de yüksekokul ve üstü kontrol edildiğinde lise ve altı grup açısından anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkilerin gücü her iki grup açısından da kuvvetlidir. Her iki grubun da katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyenleri arasındaki % 55.1’lik fark ise bize her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.101 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	16	4	20	40
			Yüzde	40,0%	10,0%	50,0%	100,0%
		Çok	Adet	39	8	73	120
			Yüzde	32,5%	6,7%	60,8%	100,0%
	Toplam		Adet	55	12	93	160
			Yüzde	34,4%	7,5%	58,1%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	34	11	12	57
			Yüzde	59,6%	19,3%	21,1%	100,0%
		Çok	Adet	40	12	58	110
			Yüzde	36,4%	10,9%	52,7%	100,0%
	Toplam		Adet	74	23	70	167
			Yüzde	44,3%	13,8%	41,9%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 1.541$ sd: 2 p: 0.463 r: 18

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 15.499$ sd: 2 p: 0.001 r: 48

Eğitime göre dokuzuncu yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde Şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, hem lise ve altı grup kontrol edildiğinde yüksekokul ve üstü grup açısından, hem de yüksekokul ve üstü kontrol edildiğinde lise ve altı açısından anlamlı sonuç vermiştir. Bununla birlikte ilişkilerin gücü lise ve altı açısından düşük, yüksekokul ve üstü açısından ise kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasında çok izleyenler lehine % 42.4’lk bir fark ortaya çıkmıştır. Söz konusu bu fark, her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.102 Artık Gündüzleri De Tehlikeli Olmaya Başlamıştır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	14	7	19	40
			Yüzde	35,0%	17,5%	47,5%	100,0%
		ok	Adet	18	8	94	120
			Yüzde	15,0%	6,7%	78,3%	100,0%
	Toplam		Adet	32	15	113	160
			Yüzde	20,0%	9,4%	70,6%	100,0%
Yüksekokul ve st	Tv İzleme	Az	Adet	26	9	22	57
			Yüzde	45,6%	15,8%	38,6%	100,0%
		ok	Adet	12	13	85	110
			Yüzde	10,9%	11,8%	77,3%	100,0%
	Toplam		Adet	38	22	107	167
			Yüzde	22,8%	13,2%	64,1%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 13.794$ sd: 2 p: 0.001 r: 54

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 29.088$ sd: 2 p: 0.001 r: 67

Eğitime göre onuncu yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test hem lise ve altı grup kontrol edildiğinde yüksekokul ve üstü açısından, hem de yüksekokul ve üstü kontrol edildiğinde lise ve altı grup açısından anlamlı çıkmış; bunun yanında ilişkilerin gücü de her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Buna göre televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin yüzdesinin toplamı 152.6 az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplam yüzdesi ise 86.1’dir. İkiisi arasındaki % 66.5’lik çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.103 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	14	7	19	40
			Yüzde	35,0%	17,5%	47,5%	100,0%
		Çok	Adet	9	11	100	120
			Yüzde	7,5%	9,2%	83,3%	100,0%
	Toplam		Adet	23	18	119	160
			Yüzde	14,4%	11,3%	74,4%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	24	11	22	57
			Yüzde	42,1%	19,3%	38,6%	100,0%
		Çok	Adet	14	10	86	110
			Yüzde	12,7%	9,1%	78,2%	100,0%
	Toplam		Adet	38	21	108	167
			Yüzde	22,8%	12,6%	64,7%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 22.814$ sd: 2 p: 0.001 r: 67

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 26.449$ sd: 2 p: 0.001 r: 65

Eğitime göre on birinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişkinin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirlemiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki % 75.4'lük çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını temsil etmektedir. Diğer bir ifade ile eğitim seviyesi her ne olursa olsun, televizyonu çok izleyenler arasında kadına yönelik şiddetin sıradan bir hal aldığına dair genel bir algı mevcuttur.

Tablo 3.104 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	13	7	20	40
			Yüzde	32,5%	17,5%	50,0%	100,0%
		Çok	Adet	16	14	90	120
			Yüzde	13,3%	11,7%	75,0%	100,0%
	Toplam		Adet	29	21	110	160
			Yüzde	18,1%	13,1%	68,8%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	26	10	21	57
			Yüzde	45,6%	17,5%	36,8%	100,0%
		Çok	Adet	14	12	84	110
			Yüzde	12,7%	10,9%	76,4%	100,0%
	Toplam		Adet	40	22	105	167
			Yüzde	24,0%	13,2%	62,9%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 9.586$ sd: 2 p: 0.008 r: 47

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 27.535$ sd: 2 p: 0.001 r: 66

“Genel olarak söylersek, günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir” ifadesinin eğitime göre yaygın görüş haline getirme testi, her iki grup açısından da anlamlı sonuç vermiştir. İlişkinin gücü de yine her iki grup açısından kuvvetlidir. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok izleyen her iki gruptaki katılımcıların toplam yüzdesi ile az izleyenlerin toplam yüzdesi arasındaki % 64.6’lık fark, her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.105 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	12	5	23	40
			Yüzde	30,0%	12,5%	57,5%	100,0%
		Çok	Adet	13	13	94	120
			Yüzde	10,8%	10,8%	78,3%	100,0%
	Toplam		Adet	25	18	117	160
			Yüzde	15,6%	11,3%	73,1%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	27	8	22	57
			Yüzde	47,4%	14,0%	38,6%	100,0%
		Çok	Adet	9	17	84	110
			Yüzde	8,2%	15,5%	76,4%	100,0%
	Toplam		Adet	36	25	106	167
			Yüzde	21,6%	15,0%	63,5%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 8.908$ sd: 2 p: 0.012 r: 45
 Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 35.232$ sd: 2 p: 0.001 r: 68

Eğitime göre on üçüncü yaygın görüş haline getirme testi olan, “genel olarak söylersek, günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur” ifadesi de İstanbul testine benzer bir sonuç vermiştir. Yani test sonucu anlamlıdır ve ilişkinin gücü her iki grup açısından kuvvetlidir. Testin anlam ve ilişki gücündeki oranların İstanbul testindeki sonuçlara çok yakın olması ise katılımcıların anket sorularına bilinçli olarak cevap verdiklerinin kanıtını sunar niteliktedir. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok izleyen her iki gruptaki katılımcıların toplam yüzdesi ile az izleyenlerin toplam yüzdesi arasındaki 58,6’lık fark, her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.106 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	23	8	9	40
			Yüzde	57,5%	20,0%	22,5%	100,0%
	Çok	Adet	31	20	69	120	
		Yüzde	25,8%	16,7%	57,5%	100,0%	
	Toplam	Adet	54	28	78	160	
		Yüzde	33,8%	17,5%	48,8%	100,0%	
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	24	13	20	57
			Yüzde	42,1%	22,8%	35,1%	100,0%
	Çok	Adet	35	16	59	110	
		Yüzde	31,8%	14,5%	53,6%	100,0%	
	Toplam	Adet	59	29	79	167	
		Yüzde	35,3%	17,4%	47,3%	100,0%	

X^2 : 16.643 sd: 2 p: 0.001 r: 57

Eğitime göre on dördüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, zenginlerin sayısı artmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, yüksekokul ve üstü grup kontrol edildiğinde lise ve altı grup açısından anlamlı çıkmıştır. İlişkinin gücü de kuvvetli olarak belirmiştir. Lise ve altı grup ile yüksekokul ve üstü grubun katılıyorum seçeneğini işaretleyen, televizyonu çok izleyenlerinin toplamı ve az izleyenlerin toplamı arasında, çok izleyenler lehine % 53.5’lik bir fark ortaya çıkmıştır. Söz konusu bu fark, lise ve altı grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.107 Aile Önemini Hala Korumaktadır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	12	13	15	40
			Yüzde	30,0%	32,5%	37,5%	100,0%
	Çok	Adet	36	17	67	120	
		Yüzde	30,0%	14,2%	55,8%	100,0%	
	Toplam	Adet	48	30	82	160	
		Yüzde	30,0%	18,8%	51,3%	100,0%	
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	24	12	21	57
			Yüzde	42,1%	21,1%	36,8%	100,0%
	Çok	Adet	19	9	82	110	
		Yüzde	17,3%	8,2%	74,5%	100,0%	
	Toplam	Adet	43	21	103	167	
		Yüzde	25,7%	12,6%	61,7%	100,0%	

Lise ve altı açısından X^2 : 7.345 sd: 2 p: 0.025 r: 20
 Yüksekokul ve üstü açısından X^2 : 22.591 sd: 2 p: 0.001 r: 59

Eğitime göre on beşinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, aile önemini hala korumaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve sonuçlar hem lise ve altı grup açısından hem de yüksekokul ve üstü grup açısından anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte

ilişkinin gücü lise ve altı açısından düşük, yüksekokul ve üstü açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Grupların katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyenleri arasındaki % 56'lık fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.108 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	15	7	18	40
			Yüzde	37,5%	17,5%	45,0%	100,0%
		Çok	Adet	30	14	76	120
			Yüzde	25,0%	11,7%	63,3%	100,0%
	Toplam		Adet	45	21	94	160
			Yüzde	28,1%	13,1%	58,8%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	22	9	26	57
			Yüzde	38,6%	15,8%	45,6%	100,0%
		Çok	Adet	16	9	85	110
			Yüzde	14,5%	8,2%	77,3%	100,0%
	Toplam		Adet	38	18	111	167
			Yüzde	22,8%	10,8%	66,5%	100,0%

X^2 : 17.222 sd: 2 p: 0.001 r: 56

Eğitime göre on altıncı yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve çıkan sonuç lise ve altı grup kontrol edildiğinde yüksekokul ve üstü açısından anlamlıdır. Bununla birlikte ilişkinin gücü kuvvetlidir. Lise ve altı grup ve yüksekokul ve üstü grubun katılıyorum seçeneğini işaretleyen, televizyonu çok izleyenlerinin toplamı ile televizyonu az izleyenlerin toplamları arasındaki % 50'lik fark, yüksekokul ve üstü açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.109 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	20	9	11	40
			Yüzde	50,0%	22,5%	27,5%	100,0%
		Çok	Adet	43	14	63	120
			Yüzde	35,8%	11,7%	52,5%	100,0%
	Toplam		Adet	63	23	74	160
			Yüzde	39,4%	14,4%	46,3%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	29	11	17	57
			Yüzde	50,9%	19,3%	29,8%	100,0%
		Çok	Adet	30	10	70	110
			Yüzde	27,3%	9,1%	63,6%	100,0%
	Toplam		Adet	59	21	87	167
			Yüzde	35,3%	12,6%	52,1%	100,0%

Lise ve altı açısından X^2 : 8.032 sd: 2 p: 0.018 r: 35
Yüksekokul ve üstü açısından X^2 : 17.271 sd: 2 p: 0.001 r: 51

Eğitime göre on yedini yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, başarılı olmak için ciddi olmak gerekir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve bu test de her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. İlişkinin gücü ise lise ve altı açısından orta kuvvetli, yüksekokul ve üstü açısından ise kuvvetli olarak belirmiştir. Buna göre toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 58.8’lik fark, her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.110 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	12	11	17	40
			Yüzde	30,0%	27,5%	42,5%	100,0%
	ok	Adet	19	11	90	120	
		Yüzde	15,8%	9,2%	75,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	31	22	107	160	
		Yüzde	19,4%	13,8%	66,9%	100,0%	
Yüksekokul ve st	Tv İzleme	Az	Adet	19	13	25	57
			Yüzde	33,3%	22,8%	43,9%	100,0%
	ok	Adet	8	15	87	110	
		Yüzde	7,3%	13,6%	79,1%	100,0%	
	Toplam	Adet	27	28	112	167	
		Yüzde	16,2%	16,8%	67,1%	100,0%	

Lise ve altı açısından $X^2: 15.179$ sd: 2 p: 0.001 r: 51

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 24.603$ sd: 2 p: 0.001 r: 64

Eğitime göre on sekizinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, suç işleyen insanların oranı yükselmektedir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test hem lise ve altı grup kontrol edildiğinde yüksekokul ve üstü açısından, hem de yüksekokul ve üstü kontrol edildiğinde lise ve altı grup açısından anlamlı çıkmış; ayrıca ilişkilerin gücü, her iki grup için de kuvvetli olarak belirmiştir. İfadeye katılıyorum cevabını veren televizyonu çok izleyen ve az izleyenler arasında % 67.7 fark vardır ve bu fark yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.111 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yönelmektedir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	14	12	14	40
			Yüzde	35,0%	30,0%	35,0%	100,0%
		Çok	Adet	17	21	82	120
			Yüzde	14,2%	17,5%	68,3%	100,0%
	Toplam		Adet	31	33	96	160
			Yüzde	19,4%	20,6%	60,0%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	23	15	19	57
			Yüzde	40,4%	26,3%	33,3%	100,0%
		Çok	Adet	12	24	74	110
			Yüzde	10,9%	21,8%	67,3%	100,0%
	Toplam		Adet	35	39	93	167
			Yüzde	21,0%	23,4%	55,7%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 14.549$ sd: 2 p: 0.001 r: 53

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 23.620$ sd: 2 p: 0.001 r: 59

“Genel olarak söylersek, yaşam şartları suç işlemeye yönelmektedir” ifadesi açısından gerçekleştirilen eğitime göre yaygın görüş haline getirme testi de her iki grup açısından anlamlı çıkmıştır. Bunun yanında ilişkinin gücünün de yine her iki grup açısından kuvvetli olduğu görülmüştür. Grupların katılıyorum cevabını veren televizyonu çok izleyen ve az izleyenleri arasındaki % 67.3'lük fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.112 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	15	8	17	40
			Yüzde	37,5%	20,0%	42,5%	100,0%
		Çok	Adet	26	21	73	120
			Yüzde	21,7%	17,5%	60,8%	100,0%
	Toplam		Adet	41	29	90	160
			Yüzde	25,6%	18,1%	56,3%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	25	14	18	57
			Yüzde	43,9%	24,6%	31,6%	100,0%
		Çok	Adet	28	15	67	110
			Yüzde	25,5%	13,6%	60,9%	100,0%
	Toplam		Adet	53	29	85	167
			Yüzde	31,7%	17,4%	50,9%	100,0%

$X^2: 12.934$ sd: 2 p: 0.002 r: 44

Eğitime göre yirminci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, mutlu insanlar başarılı olmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve çıkan sonuç lise ve altı grup kontrol edildiğinde yüksekokul ve üstü açısından anlamlıdır. İlişkinin gücü ise kuvvetli olarak belirmiştir. Lise ve altı grup ve yüksekokul ve üstü grubun katılıyorum seçeneğini

işaretleyen, televizyonu çok izleyenlerinin toplamı ve televizyonu az izleyenlerin toplamı arasında % 47'6'lık fark olduğu görülmüştür. Bu fark, yüksekokul ve üstü açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtı niteliğindedir.

Tablo 3.113 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	28	6	6	40
			Yüzde	70,0%	15,0%	15,0%	100,0%
		Çok	Adet	24	7	89	120
			Yüzde	20,0%	5,8%	74,2%	100,0%
	Toplam		Adet	52	13	95	160
			Yüzde	32,5%	8,1%	59,4%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	37	9	11	57
			Yüzde	64,9%	15,8%	19,3%	100,0%
		Çok	Adet	30	9	71	110
			Yüzde	27,3%	8,2%	64,5%	100,0%
	Toplam		Adet	67	18	82	167
			Yüzde	40,1%	10,8%	49,1%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 43.867$ sd: 2 p: 0.001 r: 81

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 30.929$ sd: 2 p: 0.001 r: 68

“Genel olarak söylersek, yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen eğitime göre yaygın görüş haline getirme testi de her iki grup açısından anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişki gücünün, yine her iki grup açısından kuvvetli çıktığı görülmüştür. Katılıyorum cevabını veren televizyonu çok izleyen ve az izleyenler arasında % 104.4 gibi yüksek bir fark vardır ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır. Diğer bir deyişle televizyonu çok izleyen bütün eğitim seviyelerindeki katılımcıların ortak algısı, yaş ilerledikçe boşanmaların arttığı yönündedir. Daha önce de belirtildiği üzere televizyon, onu izleyenleri evlilik konusunda ileriki yıllara olumsuz olarak hazırlamaktadır.

Tablo 3.114 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	20	7	13	40
			Yüzde	50,0%	17,5%	32,5%	100,0%
	Çok	Adet	17	7	96	120	
		Yüzde	14,2%	5,8%	80,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	37	14	109	160	
		Yüzde	23,1%	8,8%	68,1%	100,0%	
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	30	10	17	57
			Yüzde	52,6%	17,5%	29,8%	100,0%
	Çok	Adet	20	24	66	110	
		Yüzde	18,2%	21,8%	60,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	50	34	83	167	
		Yüzde	29,9%	20,4%	49,7%	100,0%	

Lise ve altı açısından $X^2: 31.260$ sd: 2 p: 0.001 r: 73

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 22.098$ sd: 2 p: 0.001 r: 56

Eğitime göre yirmi ikinci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, zenginler daha uzun yaşamaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, her iki grup için de anlamlı sonuç vermiştir ve ilişkinin gücü de yine her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Her iki gruptaki televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneğine verdikleri yanıtların yüzdesinin toplamı 201.8 çıkmıştır. Bu oran az izleyenler açısından 107.6 olarak belirmiştir. Aralarındaki % 94.2’lik fark, ifade açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.115 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	14	5	21	40
			Yüzde	35,0%	12,5%	52,5%	100,0%
	Çok	Adet	12	6	102	120	
		Yüzde	10,0%	5,0%	85,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	26	11	123	160	
		Yüzde	16,3%	6,9%	76,9%	100,0%	
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	30	6	21	57
			Yüzde	52,6%	10,5%	36,8%	100,0%
	Çok	Adet	13	10	87	110	
		Yüzde	11,8%	9,1%	79,1%	100,0%	
	Toplam	Adet	43	16	108	167	
		Yüzde	25,7%	9,6%	64,7%	100,0%	

Lise ve altı açısından $X^2: 18.115$ sd: 2 p: 0.001 r: 64

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 34.732$ sd: 2 p: 0.001 r: 72

Eğitime göre yirmi üçüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması kanunsuz işler yapmasına engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir; bununla birlikte ilişkinin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirmiştir. Her iki gruptaki televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum cevabının yüzdesel toplamı ile az izleyenlerin yüzdesel toplamları arasındaki % 75.1’lik fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.116 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	18	2	20	40
			Yüzde	45,0%	5,0%	50,0%	100,0%
		ok	Adet	21	11	88	120
			Yüzde	17,5%	9,2%	73,3%	100,0%
	Toplam		Adet	39	13	108	160
			Yüzde	24,4%	8,1%	67,5%	100,0%
Yüksekokul ve st	Tv İzleme	Az	Adet	29	7	21	57
			Yüzde	50,9%	12,3%	36,8%	100,0%
		ok	Adet	17	11	82	110
			Yüzde	15,5%	10,0%	74,5%	100,0%
	Toplam		Adet	46	18	103	167
			Yüzde	27,5%	10,8%	61,7%	100,0%

Lise ve altı açısından X^2 : 12.368 sd: 2 p: 0.002 r: 48

Yüksekokul ve üstü açısından X^2 : 25.938 sd: 2 p: 0.001 r: 65

“Genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması mutlu olmasını sağlamaz” ifadesi açısından gerçekleştirilen eğitime göre yirmi dördüncü yaygın görüş haline getirme testi de her iki grup açısından anlamlı çıkmıştır. Ayrıca ilişki gücünün de yine her iki grup açısından kuvvetli olduğu görülmüştür. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin yüzdesinin toplamı 147.8, az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplam yüzdesi ise 86.8’dir. İkiisi arasındaki % 81.3’lk çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.117 Yaşlılar Sert Mizaçlıdır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	22	7	11	40
			Yüzde	55,0%	17,5%	27,5%	100,0%
	Çok	Adet	24	11	85	120	
		Yüzde	20,0%	9,2%	70,8%	100,0%	
	Toplam	Adet	46	18	96	160	
		Yüzde	28,8%	11,3%	60,0%	100,0%	
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	38	8	11	57
			Yüzde	66,7%	14,0%	19,3%	100,0%
	Çok	Adet	23	8	79	110	
		Yüzde	20,9%	7,3%	71,8%	100,0%	
	Toplam	Adet	61	16	90	167	
		Yüzde	36,5%	9,6%	53,9%	100,0%	

Lise ve altı açısından $X^2: 24.023$ sd: 2 p: 0.001 r: 66

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 42.530$ sd: 2 p: 0.001 r: 77

Eğitime göre yirmi beşinci yaygın görüş haline getirme testi, bu kez de “genel olarak söylersek, yaşlılar sert mizaçlıdır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş ve sonuçlar önceki iki ifadeye benzer şekilde anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte, ilişkinin gücünün de her iki grup açısından kuvvetli olduğu görülmüştür. Lise ve altı grup ile yüksekokul ve üstü grubun katılıyorum seçeneğini işaretleyen, televizyonu çok izleyenlerinin toplamı ve aynı gruptaki televizyonu az izleyenlerin toplamları arasında, çok izleyenler lehine % 95.8’lik oldukça yüksek bir fark ortaya çıkmıştır. Söz konusu bu fark, her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.118 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	15	7	18	40
			Yüzde	37,5%	17,5%	45,0%	100,0%
	Çok	Adet	12	16	92	120	
		Yüzde	10,0%	13,3%	76,7%	100,0%	
	Toplam	Adet	27	23	110	160	
		Yüzde	16,9%	14,4%	68,8%	100,0%	
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	20	10	27	57
			Yüzde	35,1%	17,5%	47,4%	100,0%
	Çok	Adet	14	10	86	110	
		Yüzde	12,7%	9,1%	78,2%	100,0%	
	Toplam	Adet	34	20	113	167	
		Yüzde	20,4%	12,0%	67,7%	100,0%	

Lise ve altı açısından $X^2: 18.183$ sd: 2 p: 0.001 r: 59

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 16.729$ sd: 2 p: 0.001 r: 56

“Genel olarak söylersek, zengin yaşlı olmak romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilen eğitime göre yaygın görüş haline getirme testi de her iki grup açısından anlamlı sonuç vermiştir. Bununla birlikte ilişki gücünün de yine her iki grup açısından kuvvetli olduğu görülmüştür. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren her iki grupta yer alan televizyonu çok izleyenler ile az izleyenlerin arasındaki % 62.5’lik fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.119 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	19	4	17	40
			Yüzde	47,5%	10,0%	42,5%	100,0%
		Çok	Adet	16	9	95	120
			Yüzde	13,3%	7,5%	79,2%	100,0%
	Toplam		Adet	35	13	112	160
			Yüzde	21,9%	8,1%	70,0%	100,0%
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	28	5	24	57
			Yüzde	49,1%	8,8%	42,1%	100,0%
		Çok	Adet	20	9	81	110
			Yüzde	18,2%	8,2%	73,6%	100,0%
	Toplam		Adet	48	14	105	167
			Yüzde	28,7%	8,4%	62,9%	100,0%

Lise ve altı açısından $X^2: 22.002$ sd: 2 p: 0.001 r: 66

Yüksekokul ve üstü açısından $X^2: 18.458$ sd: 2 p: 0.001 r: 57

“Genel olarak söylersek, yaşlanma toplumsal ilişkilere engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilen eğitime göre yaygın görüş haline getirme testi, her iki grup açısından da anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişkinin gücünün kuvvetli olduğu görülmüştür. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok ve az izleyen gruplar arasındaki % 68.2’lik fark ise yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır. Her ne kadar televizyonu çok izleyen bütün eğitim seviyelerindeki katılımcılar, yaşlıları kanunsuz işlere yatkın, mutsuz ve sert mizaçlı olarak algılama eğiliminde olsalar da, aynı katılımcılar yaşlı bireylerin yaşlarından dolayı toplumsal ilişkilerde dışlanmayacakları algısına sahiptir.

Tablo 3.120 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır

Eğitim				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Lise ve altı	Tv İzleme	Az	Adet	15	10	15	40
			Yüzde	37,5%	25,0%	37,5%	100,0%
	Çok	Adet	24	13	83	120	
		Yüzde	20,0%	10,8%	69,2%	100,0%	
	Toplam	Adet	39	23	98	160	
		Yüzde	24,4%	14,4%	61,3%	100,0%	
Yüksekokul ve üstü	Tv İzleme	Az	Adet	28	6	23	57
			Yüzde	49,1%	10,5%	40,4%	100,0%
	Çok	Adet	28	9	73	110	
		Yüzde	25,5%	8,2%	66,4%	100,0%	
	Toplam	Adet	56	15	96	167	
		Yüzde	33,5%	9,0%	57,5%	100,0%	

Lise ve altı açısından X^2 : 12.869 sd: 2 p: 0.002 r: 48

Yüksekokul ve üstü açısından X^2 : 10.921 sd: 2 p: 0.004 r: 46

Eğitime göre yaygın görüş haline getirmenin son testi, “genel olarak söylersek, yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş ve sonuçlar yine anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişki gücünün de yine her iki grup açısından kuvvetli olduğu görülmüştür. Lise ve altı grup ve yüksekokul ve üstü grubun katılıyorum seçeneğini işaretleyen, televizyonu çok izleyenlerin yüzdesel toplamı ve az izleyenlerin yüzdesel toplamları arasındaki % 57.7’lik fark, mevcut ifade açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir. Yani televizyonu çok izleyen bütün eğitim seviyelerine mensup katılımcılara göre yaşlılara saygı duyulmaktadır.

3.10.5. Sosyo-Ekonomik Statüye Göre Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlenmeleri

Çalışmanın bu bölümünde, katılımcıların sosyo-ekonomik statüleri açısından yaygın görüş haline getirme testlerinin anlamlı çıkan sonuçlarına yer verilmiştir. Bu bağlamda anlamlı sonuç vermeyen çözümlenmelere yer verilmemiştir. Bununla birlikte 0 TL’den 5.000 TL’ye kadar aylık hane geliri olan katılımcılar “alt sınıf”; 5.000 TL’den daha yüksek aylık hane geliri olan katılımcılar ise “üst sınıf” grupları altında birleştirilmiştir.

Tablo 3.121 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	10	1	10	21
			Yüzde	47,6%	4,8%	47,6%	100,0%
		Çok	Adet	8	4	30	42
			Yüzde	19,0%	9,5%	71,4%	100,0%
	Toplam		Adet	18	5	40	63
			Yüzde	28,6%	7,9%	63,5%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	38	5	33	76
			Yüzde	50,0%	6,6%	43,4%	100,0%
		Çok	Adet	26	9	153	188
			Yüzde	13,8%	4,8%	81,4%	100,0%
	Toplam		Adet	64	14	186	264
			Yüzde	24,2%	5,3%	70,5%	100,0%

X^2 : 40.605 sd:2 p: 0.001 r: 69

Sosyo-ekonomik statüye göre yaygın görüş haline getirmenin birinci testi “genel olarak söylersek günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test alt gelir grubu kontrol edildiğinde üst gelir grubu açısından anlamlı çıkmıştır. Gruplar arası ilişki ise güçlü olarak belirmiştir. Buna göre televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin yüzdesinin toplamı 152.8’dir. Az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplam yüzdesi ise 91’dir. İkisi arasındaki % 61.8’lik çok izleyenler lehine olan fark yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.122 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	8	3	10	21
			Yüzde	38,1%	14,3%	47,6%	100,0%
		Çok	Adet	3	6	33	42
			Yüzde	7,1%	14,3%	78,6%	100,0%
	Toplam		Adet	11	9	43	63
			Yüzde	17,5%	14,3%	68,3%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	37	8	31	76
			Yüzde	48,7%	10,5%	40,8%	100,0%
		Çok	Adet	24	20	144	188
			Yüzde	12,8%	10,6%	76,6%	100,0%
	Toplam		Adet	61	28	175	264
			Yüzde	23,1%	10,6%	66,3%	100,0%

Alt sınıf açısından X^2 : 9.647 sd:2 p: 0.008 r: 61

Üst sınıf açısından X^2 : 40.687 sd:2 p: 0.001 r: 65

Sosyo-ekonomik statüye göre ikinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilmez” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test her iki

grup da kontrol edildiğinde anlamlı sonuç verirken, ilişkilerin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirmiştir. Buna göre toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 66.8’lik fark, her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.123 Birçok İnsan Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	9	1	11	21
			Yüzde	42,9%	4,8%	52,4%	100,0%
	Çok	Adet	8	4	30	42	
		Yüzde	19,0%	9,5%	71,4%	100,0%	
	Toplam	Adet	17	5	41	63	
		Yüzde	27,0%	7,9%	65,1%	100,0%	
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	41	11	24	76
			Yüzde	53,9%	14,5%	31,6%	100,0%
	Çok	Adet	26	24	138	188	
		Yüzde	13,8%	12,8%	73,4%	100,0%	
	Toplam	Adet	67	35	162	264	
		Yüzde	25,4%	13,3%	61,4%	100,0%	

Alt sınıf açısından X^2 : 4.122 sd:2 p: 0.008 r: 41

Üst sınıf açısından X^2 : 49.869 sd:2 p: 0.001 r: 69

“Genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde, dürüst olmak yerine sizden yararlanmaya çalışır” ifadesi açısından gerçekleştirilen üçüncü sosyo-ekonomik statüye göre yaygın görüş haline getirme testi, her iki grup da karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Bununla birlikte ilişkinin gücü kuvvetli olarak belirmiştir. Toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 60.8’lik fark ise, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğine işaret etmektedir.

Tablo 3.124 İnsanlar Çoğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine, Kendilerini Düşünürler

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	8	3	10	21
			Yüzde	38,1%	14,3%	47,6%	100,0%
	Çok	Adet	10	7	25	42	
		Yüzde	23,8%	16,7%	59,5%	100,0%	
	Toplam	Adet	18	10	35	63	
		Yüzde	28,6%	15,9%	55,6%	100,0%	
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	39	10	27	76
			Yüzde	51,3%	13,2%	35,5%	100,0%
	Çok	Adet	23	20	145	188	
		Yüzde	12,2%	10,6%	77,1%	100,0%	
	Toplam	Adet	62	30	172	264	
		Yüzde	23,5%	11,4%	65,2%	100,0%	

X^2 : 49.878 sd:2 p: 0.001 r: 70

Sosyo-ekonomik statüye göre dördüncü yaygın görüş haline getirme testi olan, “genel olarak söylersek, insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler” ifadesi de alt sınıf kontrol edildiğinde, üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişki gücünün kuvvetli olduğu görülmüştür. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin toplamları arasında, çok izleyenler lehine % 53.5’lik bir fark ortaya çıkmıştır ve bu fark üst sınıf açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.125 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	9	3	9	21
			Yüzde	42,9%	14,3%	42,9%	100,0%
		Çok	Adet	7	5	30	42
			Yüzde	16,7%	11,9%	71,4%	100,0%
	Toplam		Adet	16	8	39	63
			Yüzde	25,4%	12,7%	61,9%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	36	12	28	76
			Yüzde	47,4%	15,8%	36,8%	100,0%
		Çok	Adet	26	24	138	188
			Yüzde	13,8%	12,8%	73,4%	100,0%
	Toplam		Adet	62	36	166	264
			Yüzde	23,5%	13,6%	62,9%	100,0%

Alt sınıf açısından X^2 : 5.690 sd:2 p: 0.058 r: 52

Üst sınıf açısından X^2 : 37.791 sd:2 p: 0.001 r: 63

Sosyo-ekonomik statüye göre beşinci yaygın görüş haline getirme testi, bu kez de “genel olarak söylersek, toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiştir; bunun yanında ilişkinin gücü kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 65.1’dir ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.126 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordur

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	10	1	10	21
			Yüzde	47,6%	4,8%	47,6%	100,0%
		Çok	Adet	4	7	31	42
			Yüzde	9,5%	16,7%	73,8%	100,0%
	Toplam		Adet	14	8	41	63
			Yüzde	22,2%	12,7%	65,1%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	29	18	29	76
			Yüzde	38,2%	23,7%	38,2%	100,0%
		Çok	Adet	20	18	150	188
			Yüzde	10,6%	9,6%	79,8%	100,0%
	Toplam		Adet	49	36	179	264
			Yüzde	18,6%	13,6%	67,8%	100,0%

Alt sınıf açısından X^2 : 12.181 sd:2 p: 0.001 r: 57

Üst sınıf açısından X^2 : 43.818 sd:2 p: 0.001 r: 68

Altıncı sosyo-ekonomik statüye göre yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş ve sonuçlar her iki grup açısından da anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkilerin gücü gruplar açısından kuvvetlidir. Her iki grubun da katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyenleri arasındaki % 67.8’lik fark ise bize her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini söylemektedir.

Tablo 3.127 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	11	1	9	21
			Yüzde	52,4%	4,8%	42,9%	100,0%
		Çok	Adet	6	6	30	42
			Yüzde	14,3%	14,3%	71,4%	100,0%
	Toplam		Adet	17	7	39	63
			Yüzde	27,0%	11,1%	61,9%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	36	14	26	76
			Yüzde	47,4%	18,4%	34,2%	100,0%
		Çok	Adet	26	19	143	188
			Yüzde	13,8%	10,1%	76,1%	100,0%
	Toplam		Adet	62	33	169	264
			Yüzde	23,5%	12,5%	64,0%	100,0%

Alt sınıf açısından X^2 : 10.518 sd:2 p: 0.005 r: 58

Üst sınıf açısından X^2 : 43.725 sd:2 p: 0.001 r: 67

Sosyo-ekonomik statüye göre yedinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve test,

her iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişkilerin gücü de her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Katılıyorum cevabını veren her iki grubun televizyonu çok ve az izleyenleri arasındaki % 79.8’lik fark ise bize gruplar açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.128 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	7	2	12	21
			Yüzde	33,3%	9,5%	57,1%	100,0%
		Çok	Adet	5	2	35	42
			Yüzde	11,9%	4,8%	83,3%	100,0%
	Toplam		Adet	12	4	47	63
			Yüzde	19,0%	6,3%	74,6%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	28	8	40	76
			Yüzde	36,8%	10,5%	52,6%	100,0%
		Çok	Adet	20	14	154	188
			Yüzde	10,6%	7,4%	81,9%	100,0%
	Toplam		Adet	48	22	194	264
			Yüzde	18,2%	8,3%	73,5%	100,0%

X^2 : 27.370 sd:2 p: 0.001 r: 59

“Genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen sekizinci sosyo-ekonomik statüye göre yaygın görüş haline getirme testi, alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiştir. İlişkinin gücü ise kuvvetlidir. Katılıyorum cevabını veren her iki grubun televizyonu çok ve az izleyenleri arasındaki % 55.5’lik fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.129 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	10	4	7	21
			Yüzde	47,6%	19,0%	33,3%	100,0%
		Çok	Adet	16	2	24	42
			Yüzde	38,1%	4,8%	57,1%	100,0%
	Toplam		Adet	26	6	31	63
			Yüzde	41,3%	9,5%	49,2%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	40	11	25	76
			Yüzde	52,6%	14,5%	32,9%	100,0%
		Çok	Adet	63	18	107	188
			Yüzde	33,5%	9,6%	56,9%	100,0%
	Toplam		Adet	103	29	132	264
			Yüzde	39,0%	11,0%	50,0%	100,0%

X^2 : 12.500 sd:2 p: 0.002 r: 39

Sosyo-ekonomik statüye göre dokuzuncu yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve bu test de alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiştir. Bununla birlikte ilişkinin gücü üst sınıf açısından orta kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasında çok izleyenler lehine % 47.8’lik bir fark ortaya çıkmıştır ve bu fark üst sınıf açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.130 Artık Gündüzleri De Tehlikeli Olmaya Başlamıştır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	6	6	9	21
			Yüzde	28,6%	28,6%	42,9%	100,0%
	Çok	Adet	8	4	30	42	
		Yüzde	19,0%	9,5%	71,4%	100,0%	
	Toplam	Adet	14	10	39	63	
		Yüzde	22,2%	15,9%	61,9%	100,0%	
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	34	10	32	76
			Yüzde	44,7%	13,2%	42,1%	100,0%
	Çok	Adet	22	17	149	188	
		Yüzde	11,7%	9,0%	79,3%	100,0%	
	Toplam	Adet	56	27	181	264	
		Yüzde	21,2%	10,2%	68,6%	100,0%	

X^2 : 39.636 sd:2 p: 0.001 r: 66

Sosyo-ekonomik statüye göre onuncu yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test alt sınıf kontrol edildiğinde, üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiş; ayrıca ilişkinin gücü kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki % 65.7’lik çok izleyenler lehine olan fark ise, yaygın görüş haline getirmenin kanıtıdır.

Tablo 3.131 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	9	3	9	21
			Yüzde	42,9%	14,3%	42,9%	100,0%
		Çok	Adet	5	5	32	42
			Yüzde	11,9%	11,9%	76,2%	100,0%
	Toplam		Adet	14	8	41	63
			Yüzde	22,2%	12,7%	65,1%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	29	15	32	76
			Yüzde	38,2%	19,7%	42,1%	100,0%
		Çok	Adet	18	16	154	188
			Yüzde	9,6%	8,5%	81,9%	100,0%
	Toplam		Adet	47	31	186	264
			Yüzde	17,8%	11,7%	70,5%	100,0%

Alt sınıf açısından X^2 : 8.488 sd:2 p: 0.014 r: 61

Üst sınıf açısından X^2 : 42.820 sd:2 p: 0.001 r: 68

Sosyo-ekonomik statüye göre on birinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test hem alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından, hem de üst sınıf kontrol edildiğinde alt sınıf açısından anlamlı çıkmıştır. Bunun yanında ilişkilerin gücü de her iki grup açısından kuvvetli olarak belirlemiştir. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin yüzdesinin toplamı 158.1, az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplam yüzdesi ise 85’dir. İkisi arasındaki % 73.1’lik çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.132 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	6	4	11	21
			Yüzde	28,6%	19,0%	52,4%	100,0%
		Çok	Adet	7	10	25	42
			Yüzde	16,7%	23,8%	59,5%	100,0%
	Toplam		Adet	13	14	36	63
			Yüzde	20,6%	22,2%	57,1%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	33	13	30	76
			Yüzde	43,4%	17,1%	39,5%	100,0%
		Çok	Adet	23	16	149	188
			Yüzde	12,2%	8,5%	79,3%	100,0%
	Toplam		Adet	56	29	179	264
			Yüzde	21,2%	11,0%	67,8%	100,0%

X^2 : 41.088 sd:2 p: 0.001 r: 67

On ikinci sosyo-ekonomik statüye göre yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test alt sınıf kontrol edildiğinde, üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiş; ayrıca ilişkinin gücü kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki % 46.9’luk çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını temsil etmektedir.

Tablo 3.133 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	3	6	12	21
			Yüzde	14,3%	28,6%	57,1%	100,0%
		Çok	Adet	3	8	31	42
			Yüzde	7,1%	19,0%	73,8%	100,0%
	Toplam		Adet	6	14	43	63
			Yüzde	9,5%	22,2%	68,3%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	36	7	33	76
			Yüzde	47,4%	9,2%	43,4%	100,0%
		Çok	Adet	19	22	147	188
			Yüzde	10,1%	11,7%	78,2%	100,0%
	Toplam		Adet	55	29	180	264
			Yüzde	20,8%	11,0%	68,2%	100,0%

X^2 : 45.972 sd:2 p: 0.001 r: 65

Sosyo-ekonomik statüye göre on üçüncü yaygın görüş haline getirme testi olan “genel olarak söylersek, günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur” ifadesi, İstanbul testine benzer bir sonuç vermiş; testin alt sınıf kontrol edildiğinde, üst sınıf açısından anlamlı sonuç verdiği görülmüştür. Ayrıca ilişkinin gücü de kuvvetli olarak belirmiştir. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok izleyen her iki gruptaki katılımcıların toplam yüzdesi ile az izleyenlerin toplam yüzdesi arasındaki % 51.5’lik fark, üst sınıf açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.134 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	10	6	5	21
			Yüzde	47,6%	28,6%	23,8%	100,0%
	Çok	Adet	16	6	20	42	
		Yüzde	38,1%	14,3%	47,6%	100,0%	
	Toplam	Adet	26	12	25	63	
		Yüzde	41,3%	19,0%	39,7%	100,0%	
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	37	15	24	76
			Yüzde	48,7%	19,7%	31,6%	100,0%
	Çok	Adet	50	30	108	188	
		Yüzde	26,6%	16,0%	57,4%	100,0%	
	Toplam	Adet	87	45	132	264	
		Yüzde	33,0%	17,0%	50,0%	100,0%	

X^2 : 15.709 sd:2 p: 0.001 r: 43

Sosyo-ekonomik statüye göre on dördüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, zenginlerin sayısı artmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test yine alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı sonuç verirken, ilişkinin gücü kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyen ve katılıyorum cevabı veren alt ve üst sınıfların toplam oranı ile az izleyenlerin toplam oranı arasındaki % 49.6’lık fark, bu ifade özelinde yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.135 Aile Önemini Hala Korumaktadır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	8	7	6	21
			Yüzde	38,1%	33,3%	28,6%	100,0%
	Çok	Adet	15	4	23	42	
		Yüzde	35,7%	9,5%	54,8%	100,0%	
	Toplam	Adet	23	11	29	63	
		Yüzde	36,5%	17,5%	46,0%	100,0%	
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	28	18	30	76
			Yüzde	36,8%	23,7%	39,5%	100,0%
	Çok	Adet	40	22	126	188	
		Yüzde	21,3%	11,7%	67,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	68	40	156	264	
		Yüzde	25,8%	15,2%	59,1%	100,0%	

Alt sınıf açısından X^2 : 6.653 sd:2 p: 0.036 r: 27

Üst sınıf açısından X^2 : 17.170 sd:2 p: 0.001 r: 43

Sosyo-ekonomik statüye göre on beşinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, aile önemini hala korumaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, her iki grup açısından da anlamlı çıkmıştır ve ilişkinin gücü de alt sınıf açısından orta kuvvetli, üst

sınıf açısından ise kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyen ve katılıyorum cevabı veren alt ve üst sınıfların toplam oranı ile az izleyenlerin toplam oranı arasında, çok izleyenler lehine % 53.7'lik bir fark oluşmuştur. Söz konusu bu fark, her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.136 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	9	4	8	21
			Yüzde	42,9%	19,0%	38,1%	100,0%
		Çok	Adet	15	6	21	42
			Yüzde	35,7%	14,3%	50,0%	100,0%
	Toplam		Adet	24	10	29	63
			Yüzde	38,1%	15,9%	46,0%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	28	12	36	76
			Yüzde	36,8%	15,8%	47,4%	100,0%
		Çok	Adet	31	17	140	188
			Yüzde	16,5%	9,0%	74,5%	100,0%
	Toplam		Adet	59	29	176	264
			Yüzde	22,3%	11,0%	66,7%	100,0%

X^2 : 18.236 sd:2 p: 0.001 r: 49

“Genel olarak söylersek, karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir” ifadesinin sosyo-ekonomik statüye göre yaygın görüş haline getirme testi, alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlıdır ve ilişkinin gücü kuvvetlidir. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok ve az izleyen cinsiyetler arasındaki % 39'luk fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.137 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	10	3	8	21
			Yüzde	47,6%	14,3%	38,1%	100,0%
		Çok	Adet	17	4	21	42
			Yüzde	40,5%	9,5%	50,0%	100,0%
	Toplam		Adet	27	7	29	63
			Yüzde	42,9%	11,1%	46,0%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	39	17	20	76
			Yüzde	51,3%	22,4%	26,3%	100,0%
		Çok	Adet	56	20	112	188
			Yüzde	29,8%	10,6%	59,6%	100,0%
	Toplam		Adet	95	37	132	264
			Yüzde	36,0%	14,0%	50,0%	100,0%

X^2 : 24.257 sd:2 p: 0.001 r: 48

Sosyo-ekonomik statüye göre on yedinci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, başarılı olmak için ciddi olmak gerekir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve test alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişkinin gücü de kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 45.2’dir ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.138 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	7	4	10	21
			Yüzde	33,3%	19,0%	47,6%	100,0%
		Çok	Adet	7	2	33	42
			Yüzde	16,7%	4,8%	78,6%	100,0%
	Toplam		Adet	14	6	43	63
			Yüzde	22,2%	9,5%	68,3%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	24	20	32	76
			Yüzde	31,6%	26,3%	42,1%	100,0%
		Çok	Adet	20	24	144	188
			Yüzde	10,6%	12,8%	76,6%	100,0%
	Toplam		Adet	44	44	176	264
			Yüzde	16,7%	16,7%	66,7%	100,0%

Alt sınıf açısından X^2 : 6.715 sd:2 p: 0.035 r: 52

Üst sınıf açısından X^2 : 29.859 sd:2 p: 0.001 r: 59

On sekizinci sosyo-ekonomik statüye göre yaygın görüş haline getirme testi olan, “genel olarak söylersek, suç işleyen insanların oranı yükselmektedir” ifadesi, her iki grup açısından da anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkilerin gücü her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki % 65.5’lik fark ise, bize her iki grup açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini söylemektedir.

Tablo 3.139 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yöneltilmektedir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	7	7	7	21
			Yüzde	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		Çok	Adet	6	6	30	42
			Yüzde	14,3%	14,3%	71,4%	100,0%
	Toplam		Adet	13	13	37	63
			Yüzde	20,6%	20,6%	58,7%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	30	20	26	76
			Yüzde	39,5%	26,3%	34,2%	100,0%
		Çok	Adet	23	39	126	188
			Yüzde	12,2%	20,7%	67,0%	100,0%
	Toplam		Adet	53	59	152	264
			Yüzde	20,1%	22,3%	57,6%	100,0%

Alt sınıf açısından X^2 : 8.383 sd:2 p: 0.015 r: 57

Üst sınıf açısından X^2 : 30.874 sd:2 p: 0.001 r: 57

“Genel olarak söylersek, yaşam şartları suç işlemeye yöneltilmektedir” ifadesi açısından gerçekleştirilen sosyo-ekonomik statüye göre yirminci yaygın görüş haline getirme testi de her iki grup açısından anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişki gücünün de yine her iki grup açısından kuvvetli olduğu görülmüştür. Bu ifade için katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasında % 70.9'luk fark oluşmuştur ve bu oran yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.140 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	6	8	7	21
			Yüzde	28,6%	38,1%	33,3%	100,0%
		Çok	Adet	15	3	24	42
			Yüzde	35,7%	7,1%	57,1%	100,0%
	Toplam		Adet	21	11	31	63
			Yüzde	33,3%	17,5%	49,2%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	34	14	28	76
			Yüzde	44,7%	18,4%	36,8%	100,0%
		Çok	Adet	39	33	116	188
			Yüzde	20,7%	17,6%	61,7%	100,0%
	Toplam		Adet	73	47	144	264
			Yüzde	27,7%	17,8%	54,5%	100,0%

Alt sınıf açısından X^2 : 9.509 sd:2 p: 0.009 r: 18

Üst sınıf açısından X^2 : 17.421 sd:2 p: 0.001 r: 45

Genel olarak söylersek, mutlu insanlar başarılı olmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen sosyo-ekonomik statüye göre yirminci yaygın görüş haline getirme testi de bir önceki teste benzer şekilde her iki grup açısından anlamlı çıkmıştır. İlişkinin gücü ise alt sınıf

açısından düşük kuvvetli, üst sınıf açısından ise kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılımı seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 48.7'dir ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.141 Ciddi Olmak Sempatik Olmak İçin Engel Değildir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	3	3	15	21
			Yüzde	14,3%	14,3%	71,4%	100,0%
	Çok	Adet	3	5	34	42	
		Yüzde	7,1%	11,9%	81,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	6	8	49	63	
		Yüzde	9,5%	12,7%	77,8%	100,0%	
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	17	18	41	76
			Yüzde	22,4%	23,7%	53,9%	100,0%
	Çok	Adet	17	50	121	188	
		Yüzde	9,0%	26,6%	64,4%	100,0%	
	Toplam	Adet	34	68	162	264	
		Yüzde	12,9%	25,8%	61,4%	100,0%	

X^2 : 8.597 sd:2 p: 0.014 r: 25

Sosyo-ekonomik statüye göre yirmi birinci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, ciddi olmak sempatik olmak için engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş ve sonuç alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı çıkmıştır. Ayrıca testin ilişki gücü orta kuvvetli olarak belirmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin toplamları arasındaki % 20.1'lik fark ise yaygın görüş haline getirmenin kanıtıdır.

Tablo 3.142 Güçlü Olmak İçin Soğuk Olmak Gerekir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	13	4	4	21
			Yüzde	61,9%	19,0%	19,0%	100,0%
	Çok	Adet	28	0	14	42	
		Yüzde	66,7%	,0%	33,3%	100,0%	
	Toplam	Adet	41	4	18	63	
		Yüzde	65,1%	6,3%	28,6%	100,0%	
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	50	11	15	76
			Yüzde	65,8%	14,5%	19,7%	100,0%
	Çok	Adet	101	28	59	188	
		Yüzde	53,7%	14,9%	31,4%	100,0%	
	Toplam	Adet	151	39	74	264	
		Yüzde	57,2%	14,8%	28,0%	100,0%	

X^2 : 9.049 sd:2 p: 0.011 r: 03

Sosyo-ekonomik statüye göre yirmi ikinci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, güçlü olmak için soğuk olmak gerekir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş ve sonuç üst sınıf kontrol edildiğinde alt sınıf açısından anlamlı çıkmıştır. Ayrıca testin ilişki gücü zayıf kuvvette belirmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin toplamları arasındaki % 26’lık fark ise yaygın görüş haline getirmenin kanıtıdır.

Tablo 3.143 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	14	2	5	21
			Yüzde	66,7%	9,5%	23,8%	100,0%
		Çok	Adet	10	5	27	42
			Yüzde	23,8%	11,9%	64,3%	100,0%
	Toplam		Adet	24	7	32	63
			Yüzde	38,1%	11,1%	50,8%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	51	13	12	76
			Yüzde	67,1%	17,1%	15,8%	100,0%
		Çok	Adet	44	11	133	188
			Yüzde	23,4%	5,9%	70,7%	100,0%
	Toplam		Adet	95	24	145	264
			Yüzde	36,0%	9,1%	54,9%	100,0%

Alt sınıf açısından X^2 : 11.337 sd:2 p: 0.003 r: 68

Üst sınıf açısından X^2 : 66.023 sd:2 p: 0.001 r: 76

Sosyo-ekonomik statüye göre yirmi üçüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test her iki grup açısından da anlamlı sonuç verirken, ilişkinin gücü yine her iki cinsiyet açısından oldukça kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyen ve katılıyorum cevabı veren alt ve üst sınıfların toplam oranı ile az izleyenlerin toplam oranı arasındaki 95.4’lük fark, bu ifade özelinde yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir. Yani alt ya da üst sınıf fark etmeksizin, televizyonu çok izleyen katılımcılar yaşlandıkça boşanma oranlarının arttığı konusunda ortak algıya sahiptir.

Tablo 3.144 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	9	5	7	21
			Yüzde	42,9%	23,8%	33,3%	100,0%
		Çok	Adet	5	8	29	42
			Yüzde	11,9%	19,0%	69,0%	100,0%
	Toplam		Adet	14	13	36	63
			Yüzde	22,2%	20,6%	57,1%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	41	12	23	76
			Yüzde	53,9%	15,8%	30,3%	100,0%
		Çok	Adet	32	23	133	188
			Yüzde	17,0%	12,2%	70,7%	100,0%
	Toplam		Adet	73	35	156	264
			Yüzde	27,7%	13,3%	59,1%	100,0%

Alt sınıf açısından $X^2: 9.315$ sd:2 p: 0.009 r: 61

Üst sınıf açısından $X^2: 42.213$ sd:2 p: 0.001 r: 66

“Genel olarak söylersek, zenginler daha uzun yaşamaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen sosyo-ekonomik statüye göre yirmi dördüncü yaygın görüş haline getirme testi, her iki grup için de anlamlı sonuç vermiştir ve ilişkinin gücü yine her iki grup açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçeneğine verdikleri yanıtların arasındaki fark % 76.1’dir ve bu fark, sosyo-ekonomik sınıflar açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.145 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	9	1	11	21
			Yüzde	42,9%	4,8%	52,4%	100,0%
		Çok	Adet	5	2	35	42
			Yüzde	11,9%	4,8%	83,3%	100,0%
	Toplam		Adet	14	3	46	63
			Yüzde	22,2%	4,8%	73,0%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	35	10	31	76
			Yüzde	46,1%	13,2%	40,8%	100,0%
		Çok	Adet	20	14	154	188
			Yüzde	10,6%	7,4%	81,9%	100,0%
	Toplam		Adet	55	24	185	264
			Yüzde	20,8%	9,1%	70,1%	100,0%

Alt sınıf açısından $X^2: 7.873$ sd:2 p: 0.020 r: 64

Üst sınıf açısından $X^2: 47.858$ sd:2 p: 0.001 r: 71

Sosyo-ekonomik statüye göre yirmi beşinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması kanunsuz işler yapmasına engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Her iki grup açısından da anlamlı sonuç veren testteki ilişkinin

gücü oldukça kuvvetlidir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin toplamları arasındaki % 72’lik fark ise yaygın görüş haline getirmenin kanıtıdır.

Tablo 3.146 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	6	1	14	21
			Yüzde	28,6%	4,8%	66,7%	100,0%
	Çok	Adet	6	9	27	42	
		Yüzde	14,3%	21,4%	64,3%	100,0%	
	Toplam	Adet	12	10	41	63	
		Yüzde	19,0%	15,9%	65,1%	100,0%	
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	41	8	27	76
			Yüzde	53,9%	10,5%	35,5%	100,0%
	Çok	Adet	32	13	143	188	
		Yüzde	17,0%	6,9%	76,1%	100,0%	
	Toplam	Adet	73	21	170	264	
		Yüzde	27,7%	8,0%	64,4%	100,0%	

X^2 : 41.387 sd:2 p: 0.001 r: 67

“Genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması mutlu olmasını sağlamaz” ifadesi açısından gerçekleştirilen sosyo-ekonomik statüye göre yirmi altıncı yaygın görüş haline getirme testi, alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiştir, bunun yanında ilişkinin gücü de kuvvetlidir. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin yüzdesinin toplamı 140.4 az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplam yüzdesi ise 102.2’dir. İkisi arasındaki % 38.2’lik çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.147 Yaşlılar Sert Mizacıdır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	11	2	8	21
			Yüzde	52,4%	9,5%	38,1%	100,0%
	Çok	Adet	8	5	29	42	
		Yüzde	19,0%	11,9%	69,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	19	7	37	63	
		Yüzde	30,2%	11,1%	58,7%	100,0%	
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	49	13	14	76
			Yüzde	64,5%	17,1%	18,4%	100,0%
	Çok	Adet	39	14	135	188	
		Yüzde	20,7%	7,4%	71,8%	100,0%	
	Toplam	Adet	88	27	149	264	
		Yüzde	33,3%	10,2%	56,4%	100,0%	

Alt sınıf açısından X^2 : 7.513 sd:2 p: 0.023 r: 57

Üst sınıf açısından X^2 : 63.316 sd:2 p: 0.001 r: 76

Sosyo-ekonomik statüye göre yirmi yedinci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, yaşlılar sert mizaçlıdır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve mevcut test iki grup karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişkinin gücü her iki grup açısından da kuvvetli olarak belirmiştir. Ankete katılıyorum cevabını vermiş televizyonu çok ve az izleyen katılımcılar arasındaki % 84.3'lük fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtıdır.

Tablo 3.148 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	7	3	11	21
			Yüzde	33,3%	14,3%	52,4%	100,0%
		Çok	Adet	7	6	29	42
			Yüzde	16,7%	14,3%	69,0%	100,0%
	Toplam		Adet	14	9	40	63
			Yüzde	22,2%	14,3%	63,5%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	28	14	34	76
			Yüzde	36,8%	18,4%	44,7%	100,0%
		Çok	Adet	19	20	149	188
			Yüzde	10,1%	10,6%	79,3%	100,0%
	Toplam		Adet	47	34	183	264
			Yüzde	17,8%	12,9%	69,3%	100,0%

X^2 : 33.578 sd:2 p: 0.001 r: 62

Sosyo-ekonomik statüye göre yirmi sekizinci yaygın görüş haline getirme testi olan “genel olarak söylersek, zengin yaşlı olmak romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir” ifadesinin testi, alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişkinin gücü de kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 95.9'dur ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.149 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	5	2	14	21
			Yüzde	23,8%	9,5%	66,7%	100,0%
		Çok	Adet	5	1	36	42
			Yüzde	11,9%	2,4%	85,7%	100,0%
	Toplam		Adet	10	3	50	63
			Yüzde	15,9%	4,8%	79,4%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	42	7	27	76
			Yüzde	55,3%	9,2%	35,5%	100,0%
		Çok	Adet	31	17	140	188
			Yüzde	16,5%	9,0%	74,5%	100,0%
	Toplam		Adet	73	24	167	264
			Yüzde	27,7%	9,1%	63,3%	100,0%

X^2 : 42.402 sd:2 p: 0.001 r: 67

“Genel olarak söylersek, yaşlanma toplumsal ilişkilere engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilen sosyo-ekonomik statüye göre yirmi dokuzuncu yaygın görüş haline getirme testi de bir önceki teste benzer şekilde, alt sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişkinin gücünün kuvvetli olduğu görülmüştür. Bu ifadeye katılıyorum cevabı veren televizyonu çok ve az izleyen gruplar arasındaki % 58’lik fark ise yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.150 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır

Gelir				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Alt	Tv İzleme	Az	Adet	8	6	7	21
			Yüzde	38,1%	28,6%	33,3%	100,0%
		Çok	Adet	10	6	26	42
			Yüzde	23,8%	14,3%	61,9%	100,0%
	Toplam		Adet	18	12	33	63
			Yüzde	28,6%	19,0%	52,4%	100,0%
Üst	Tv İzleme	Az	Adet	35	10	31	76
			Yüzde	46,1%	13,2%	40,8%	100,0%
		Çok	Adet	42	16	130	188
			Yüzde	22,3%	8,5%	69,1%	100,0%
	Toplam		Adet	77	26	161	264
			Yüzde	29,2%	9,8%	61,0%	100,0%

X^2 : 18.758 sd:2 p: 0.001 r: 49

Sosyo-ekonomik statüye göre yaygın görüş haline getirmenin son testi, “genel olarak söylersek, yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş ve sonuçlar yine al sınıf kontrol edildiğinde üst sınıf açısından anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkinin

gücünün de kuvvetli olduğu görülmüştür. Alt sınıf ve üst sınıf grubun katılıyorum seçeneğini işaretleyen, televizyonu çok izleyenlerin yüzdesel toplamı ve az izleyenlerin yüzdesel toplamları arasındaki % 56.9'luk fark, mevcut ifade açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

3.10.6. Yaşa Göre Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri

Çalışmanın bu bölümünde, katılımcıların yaş grupları açısından yaygın görüş haline getirme testlerinin anlamlı çıkan sonuçlarına yer verilmiştir. Bu bağlamda anlamlı sonuç vermeyen çözümlere yer verilmemiştir. Bununla birlikte 18'den 29 yaşına kadar olan katılımcılar “genç yetişkin”, 30'dan 59 yaşına kadar olan katılımcılar “yetişkin” ve 60 yaş ve üstü katılımcılar “yaşlı” olarak kategorize edilmiştir.

Tablo 3.151 Günümüzde Tehlikeli Bir Dünyada Yaşamaktayız

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	10	3	17	30
			Yüzde	33,3%	10,0%	56,7%	100,0%
		Çok	Adet	2	1	49	52
			Yüzde	3,8%	1,9%	94,2%	100,0%
	Toplam	Adet	12	4	66	82	
		Yüzde	14,6%	4,9%	80,5%	100,0%	
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	22	3	16	41
			Yüzde	53,7%	7,3%	39,0%	100,0%
		Çok	Adet	12	10	78	100
			Yüzde	12,0%	10,0%	78,0%	100,0%
	Toplam	Adet	34	13	94	141	
		Yüzde	24,1%	9,2%	66,7%	100,0%	
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	16	0	10	26
			Yüzde	61,5%	,0%	38,5%	100,0%
		Çok	Adet	20	2	56	78
			Yüzde	25,6%	2,6%	71,8%	100,0%
	Toplam	Adet	36	2	66	104	
		Yüzde	34,6%	1,9%	63,5%	100,0%	

Genç yetişkin açısından X^2 : 17.183 sd: 2 p: 0.001 r: 84

Yetişkin açısından X^2 : 27.780 sd: 2 p: 0.001 r: 70

Yaşlı açısından X^2 : 11.340 sd: 2 p: 0.003 r: 62

Yaşa göre birinci yaygın görüş haline getirme testi olan “genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız” ifadesinin testi her üç yaş grubu karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişkinin gücü bütün yaş grupları için kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 109.8'dir ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, her üç yaş grubunda yer alan televizyonu çok izleyen katılımcıların algısı, günümüz dünyasının tehlikeli olduğu yönündedir.

Tablo 3.152 Günümüzde İnsanlara Güvenilmez

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	7	4	19	30
			Yüzde	23,3%	13,3%	63,3%	100,0%
		Çok	Adet	2	7	43	52
			Yüzde	3,8%	13,5%	82,7%	100,0%
	Toplam	Adet	9	11	62	82	
		Yüzde	11,0%	13,4%	75,6%	100,0%	
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	20	5	16	41
			Yüzde	48,8%	12,2%	39,0%	100,0%
		Çok	Adet	14	13	73	100
			Yüzde	14,0%	13,0%	73,0%	100,0%
	Toplam	Adet	34	18	89	141	
		Yüzde	24,1%	12,8%	63,1%	100,0%	
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	18	2	6	26
			Yüzde	69,2%	7,7%	23,1%	100,0%
		Çok	Adet	11	6	61	78
			Yüzde	14,1%	7,7%	78,2%	100,0%
	Toplam	Adet	29	8	67	104	
		Yüzde	27,9%	7,7%	64,4%	100,0%	

Genç yetişkin açısından X^2 : 7.526 sd: 2 p: 0.023 r: 49

Yetişkin açısından X^2 : 19.920 sd: 2 p: 0.001 r: 61

Yaşlı açısından X^2 : 30.452 sd: 2 p: 0.001 r: 83

Yaşa göre ikinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilmez” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test her üç yaş grubu açısından da anlamlı sonuç verirken, ilişkinin gücü bütün yaş grupları için kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyen ve katılıyorum cevabı veren üç yaş grubunun toplam oranı ile az izleyenlerin toplam oranı arasındaki % 108.5’lik fark, bu ifade özelinde yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir. Yani yaş grubu fark etmeksizin, televizyonu çok izleyen katılımcılar, toplumda insanlara güvenilmeyeceği konusunda ortak algıya sahiptir.

Tablo 3.153 Birçok İnsan Eline Fırsat Geçtiğinde Dürüst Olmak Yerine, Sizden Yararlanmaya Çalışır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	10	3	17	30
			Yüzde	33,3%	10,0%	56,7%	100,0%
		Çok	Adet	7	9	36	52
			Yüzde	13,5%	17,3%	69,2%	100,0%
	Toplam		Adet	17	12	53	82
			Yüzde	20,7%	14,6%	64,6%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	23	5	13	41
			Yüzde	56,1%	12,2%	31,7%	100,0%
		Çok	Adet	13	15	72	100
			Yüzde	13,0%	15,0%	72,0%	100,0%
	Toplam		Adet	36	20	85	141
			Yüzde	25,5%	14,2%	60,3%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	17	4	5	26
			Yüzde	65,4%	15,4%	19,2%	100,0%
		Çok	Adet	14	4	60	78
			Yüzde	17,9%	5,1%	76,9%	100,0%
	Toplam		Adet	31	8	65	104
			Yüzde	29,8%	7,7%	62,5%	100,0%

Yetişkin açısından $X^2: 29.146$ Sd:2 P: 0.001 r:69

Yaşlı açısından $X^2: 27.772$ Sd:2 P: 0.001 r:80

Yaşa göre üçüncü yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine sizden yararlanamaya çalışır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, genç yetişkinler kontrol edildiğinde, yetişkinler ve yaşlılar açısından anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkinin gücü, yaş grupları açısından kuvvetli sonuç vermiştir. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneğine verdikleri yanıtların yüzdesinin toplamı 218.1 çıkmıştır. Bu oran az izleyenler açısından 107.6 olarak belirlemiştir. Aralarındaki 110.5’lik fark, söz konusu soru açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.154 İnsanlar Çoğu Zaman Başkalarına Yardımcı Olmak Yerine Kendilerini Düşünürler

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	8	3	19	30
			Yüzde	26,7%	10,0%	63,3%	100,0%
		Çok	Adet	6	5	41	52
			Yüzde	11,5%	9,6%	78,8%	100,0%
	Toplam		Adet	14	8	60	82
			Yüzde	17,1%	9,8%	73,2%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	24	5	12	41
			Yüzde	58,5%	12,2%	29,3%	100,0%
		Çok	Adet	16	17	67	100
			Yüzde	16,0%	17,0%	67,0%	100,0%
	Toplam		Adet	40	22	79	141
			Yüzde	28,4%	15,6%	56,0%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	15	5	6	26
			Yüzde	57,7%	19,2%	23,1%	100,0%
		Çok	Adet	11	5	62	78
			Yüzde	14,1%	6,4%	79,5%	100,0%
	Toplam		Adet	26	10	68	104
			Yüzde	25,0%	9,6%	65,4%	100,0%

Yetişkin açısından X^2 : 26.365 sd: 2 p: 0.001 r: 66

Yaşlı açısından X^2 : 27.644 sd: 2 p: 0.001 r: 79

Yaşa göre dördüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve bir önceki ifadeye benzer sonuçlar elde edilmiştir. Test, genç yetişkinler kontrol edildiğinde, yetişkinler ve yaşlılar açısından anlamlı çıkmıştır. Bununla birlikte ilişkinin gücü, yaş grupları açısından kuvvetli sonuç vermiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin toplamları arasında, çok izleyenler lehine % 109.6’lık bir fark ortaya çıkmıştır ve bu fark her iki grup açısından da yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.155 Toplumda Başarılı Olmak İçin Kıyasıya Yarışmak Gerekir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	9	3	18	30
			Yüzde	30,0%	10,0%	60,0%	100,0%
		Çok	Adet	4	5	43	52
			Yüzde	7,7%	9,6%	82,7%	100,0%
	Toplam		Adet	13	8	61	82
			Yüzde	15,9%	9,8%	74,4%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	20	7	14	41
			Yüzde	48,8%	17,1%	34,1%	100,0%
		Çok	Adet	18	13	69	100
			Yüzde	18,0%	13,0%	69,0%	100,0%
	Toplam		Adet	38	20	83	141
			Yüzde	27,0%	14,2%	58,9%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	16	5	5	26
			Yüzde	61,5%	19,2%	19,2%	100,0%
		Çok	Adet	11	11	56	78
			Yüzde	14,1%	14,1%	71,8%	100,0%
	Toplam		Adet	27	16	61	104
			Yüzde	26,0%	15,4%	58,7%	100,0%

Yetişkin açısından X^2 : 16.563 sd: 2 p: 0.001 r: 58

Yaşlı açısından X^2 : 26.420 sd: 2 p: 0.001 r: 78

Yaşa göre beşinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, yine genç yetişkinler kontrol edildiğinde, yetişkinler ve yaşlılar açısından anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişkilerin gücü de bütün gruplar için kuvvetli olarak belirmiştir. Her üç grubun da katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyenleri arasındaki % 110.2’lik fark ise bize gruplar açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle bütün yaş gruplarındaki televizyonu çok izleyen katılımcılar için, toplumda başarılı olmak için kıyasıya yarışmak gerekmektedir.

Tablo 3.156 Çoğu İnsan Kendini Güvende Hissetmiyordur

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	9	3	18	30
			Yüzde	30,0%	10,0%	60,0%	100,0%
		Çok	Adet	1	7	44	52
			Yüzde	1,9%	13,5%	84,6%	100,0%
	Toplam		Adet	10	10	62	82
			Yüzde	12,2%	12,2%	75,6%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	18	7	16	41
			Yüzde	43,9%	17,1%	39,0%	100,0%
		Çok	Adet	10	11	79	100
			Yüzde	10,0%	11,0%	79,0%	100,0%
	Toplam		Adet	28	18	95	141
			Yüzde	19,9%	12,8%	67,4%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	12	9	5	26
			Yüzde	46,2%	34,6%	19,2%	100,0%
		Çok	Adet	13	7	58	78
			Yüzde	16,7%	9,0%	74,4%	100,0%
	Toplam		Adet	25	16	63	104
			Yüzde	24,0%	15,4%	60,6%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 14.009 sd: 2 p: 0.001 r: 60

Yetişkin açısından X^2 : 24.567 sd: 2 p: 0.001 r: 69

Yaşlı açısından X^2 : 25.170 sd: 2 p: 0.001 r: 71

“Genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur” ifadesi açısından gerçekleştirilen, altıncı yaşa göre yaygın görüş haline getirme testi bütün yaş grupları açısından anlamlı çıkmıştır. İlişkinin gücü ise yine her üç grup açısından kuvvetlidir. Yaş gruplarındaki katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 119.8’lik fark ise bize gruplar açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.157 İnsanlar Her An Bir Saldırıya Uğrayabilir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	12	3	15	30
			Yüzde	40,0%	10,0%	50,0%	100,0%
		Çok	Adet	5	5	42	52
			Yüzde	9,6%	9,6%	80,8%	100,0%
	Toplam		Adet	17	8	57	82
			Yüzde	20,7%	9,8%	69,5%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	22	4	15	41
			Yüzde	53,7%	9,8%	36,6%	100,0%
		Çok	Adet	16	12	72	100
			Yüzde	16,0%	12,0%	72,0%	100,0%
	Toplam		Adet	38	16	87	141
			Yüzde	27,0%	11,3%	61,7%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	13	8	5	26
			Yüzde	50,0%	30,8%	19,2%	100,0%
		Çok	Adet	11	8	59	78
			Yüzde	14,1%	10,3%	75,6%	100,0%
	Toplam		Adet	24	16	64	104
			Yüzde	23,1%	15,4%	61,5%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 11.066 sd: 2 p: 0.004 r: 61

Yetişkin açısından X^2 : 21.341 sd: 2 p: 0.001 r: 63

Yaşlı açısından X^2 : 26.306 sd: 2 p: 0.001 r: 76

Yaşa göre yedinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve bu test de önceki testlerde olduğu gibi her üç grup açısından anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişkilerin gücü yine bütün gruplar açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasında çok izleyenler lehine % 122.6’lık bir fark ortaya çıkmıştır ve bu fark bütün gruplar açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 3.158 Şiddet Her Sınıftan İnsanlar Arasında Yaşanmaktadır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	8	4	18	30
			Yüzde	26,7%	13,3%	60,0%	100,0%
		Çok	Adet	1	4	47	52
			Yüzde	1,9%	7,7%	90,4%	100,0%
	Toplam		Adet	9	8	65	82
			Yüzde	11,0%	9,8%	79,3%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	15	3	23	41
			Yüzde	36,6%	7,3%	56,1%	100,0%
		Çok	Adet	12	7	81	100
			Yüzde	12,0%	7,0%	81,0%	100,0%
	Toplam		Adet	27	10	104	141
			Yüzde	19,1%	7,1%	73,8%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	12	3	11	26
			Yüzde	46,2%	11,5%	42,3%	100,0%
		Çok	Adet	12	5	61	78
			Yüzde	15,4%	6,4%	78,2%	100,0%
	Toplam		Adet	24	8	72	104
			Yüzde	23,1%	7,7%	69,2%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 13.449 sd: 2 p: 0.001 r: 73

Yetişkin açısından X^2 : 11.627 sd: 2 p: 0.003 r: 54

Yaşlı açısından X^2 : 12.296 sd: 2 p: 0.002 r: 63

Yaşa göre sekizinci yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test bütün yaş grupları açısından anlamlı çıkmış; bunun yanında ilişkilerin gücü de bütün yaş grupları açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin yüzdesinin toplamı 249,6, az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplam yüzdesi ise 158,4’tür. İki arasında % 91,2’lik çok izleyenler lehine olan fark yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.159 Günümüzde Şiddet Daha Çok Erkekler Arasında Yaşanmaktadır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	13	7	10	30
			Yüzde	43,3%	23,3%	33,3%	100,0%
		Çok	Adet	19	3	30	52
			Yüzde	36,5%	5,8%	57,7%	100,0%
	Toplam		Adet	32	10	40	82
			Yüzde	39,0%	12,2%	48,8%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	20	6	15	41
			Yüzde	48,8%	14,6%	36,6%	100,0%
		Çok	Adet	31	14	55	100
			Yüzde	31,0%	14,0%	55,0%	100,0%
	Toplam		Adet	51	20	70	141
			Yüzde	36,2%	14,2%	49,6%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	17	2	7	26
			Yüzde	65,4%	7,7%	26,9%	100,0%
		Çok	Adet	29	3	46	78
			Yüzde	37,2%	3,8%	59,0%	100,0%
	Toplam		Adet	46	5	53	104
			Yüzde	44,2%	4,8%	51,0%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 7.352 sd: 2 p: 0.025 r: 29

Yaşlı açısından X^2 : 8.038 sd: 2 p: 0.018 r: 53

“Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen, yaşa göre dokuzuncu yaygın görüş haline getirme testi, yetişkinler kontrol edildiğinde genç yetişkinler ve yaşlılar açısından anlamlı çıkmıştır. Anlamlı sonuç veren yaş gruplarındaki testin ilişki gücü ise genç yetişkinler için orta kuvvetli, yaşlılar için ise kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyen ve katılıyorum cevabı veren bütün yaş gruplarının toplamı ile az izleyenlerin toplamı arasında, çok izleyenler lehine % 74.9’luk bir fark ortaya çıkmıştır. Söz konusu bu fark, genç yetişkinler ve yaşlılar açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.160 Artık Gündüzleri De Tehlikeli Olmaya Başlamıştır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	6	7	17	30
			Yüzde	20,0%	23,3%	56,7%	100,0%
		Çok	Adet	4	5	43	52
			Yüzde	7,7%	9,6%	82,7%	100,0%
	Toplam		Adet	10	12	60	82
			Yüzde	12,2%	14,6%	73,2%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	20	6	15	41
			Yüzde	48,8%	14,6%	36,6%	100,0%
		Çok	Adet	14	10	76	100
			Yüzde	14,0%	10,0%	76,0%	100,0%
	Toplam		Adet	34	16	91	141
			Yüzde	24,1%	11,3%	64,5%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	14	3	9	26
			Yüzde	53,8%	11,5%	34,6%	100,0%
		Çok	Adet	12	6	60	78
			Yüzde	15,4%	7,7%	76,9%	100,0%
	Toplam		Adet	26	9	69	104
			Yüzde	25,0%	8,7%	66,3%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 6.571 sd: 2 p: 0.037 r: 53

Yetişkin açısından X^2 : 22.137 sd: 2 p: 0.001 r: 66

Yaşlı açısından X^2 : 17.133 sd: 2 p: 0.001 r: 70

Yaşa göre onuncu yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, artık gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Testin bütün yaş grupları karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç verdiği ve ilişkinin gücünün bütün gruplar açısından kuvvetli olduğu görülmüştür. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki % 107.7’lik çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını temsil etmektedir.

Tablo 3.161 Günümüzde Kadına Yönelik Şiddet Sıradan Bir Şey Haline Gelmiştir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	8	5	17	30
			Yüzde	26,7%	16,7%	56,7%	100,0%
		Çok	Adet	4	6	42	52
			Yüzde	7,7%	11,5%	80,8%	100,0%
	Toplam		Adet	12	11	59	82
			Yüzde	14,6%	13,4%	72,0%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	16	8	17	41
			Yüzde	39,0%	19,5%	41,5%	100,0%
		Çok	Adet	10	8	82	100
			Yüzde	10,0%	8,0%	82,0%	100,0%
	Toplam		Adet	26	16	99	141
			Yüzde	18,4%	11,3%	70,2%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	14	5	7	26
			Yüzde	53,8%	19,2%	26,9%	100,0%
		Çok	Adet	9	7	62	78
			Yüzde	11,5%	9,0%	79,5%	100,0%
	Toplam		Adet	23	12	69	104
			Yüzde	22,1%	11,5%	66,3%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 6.589 sd: 2 p: 0.037 r: 52

Yetişkin açısından X^2 : 23.486 sd: 2 p: 0.001 r: 69

Yaşlı açısından X^2 : 25.681 sd: 2 p: 0.001 r: 78

On birinci yaşa göre yaygın görüş haline getirme testi bu kez de “genel olarak söylersek, günümüzde kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Bütün yaş grupları için anlamlı sonuç veren testin ilişki gücü de yine bütün yaş grupları adına kuvvetli olarak belirmiştir. Test sonucunda, toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun çok izleyenleri ile az izleyenleri arasında % 117.2’lik fark oluşmuştur. Bu da ifade bakımından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 3.162 Günümüzde İstanbul Tehlikeli Bir Şehirdir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	5	8	17	30
			Yüzde	16,7%	26,7%	56,7%	100,0%
		Çok	Adet	2	9	41	52
			Yüzde	3,8%	17,3%	78,8%	100,0%
	Toplam		Adet	7	17	58	82
			Yüzde	8,5%	20,7%	70,7%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	19	6	16	41
			Yüzde	46,3%	14,6%	39,0%	100,0%
		Çok	Adet	17	13	70	100
			Yüzde	17,0%	13,0%	70,0%	100,0%
	Toplam		Adet	36	19	86	141
			Yüzde	25,5%	13,5%	61,0%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	15	3	8	26
			Yüzde	57,7%	11,5%	30,8%	100,0%
		Çok	Adet	11	4	63	78
			Yüzde	14,1%	5,1%	80,8%	100,0%
	Toplam		Adet	26	7	71	104
			Yüzde	25,0%	6,7%	68,3%	100,0%

Yetişkin açısından X^2 : 14.437 sd: 2 p: 0.001 r: 55

Yaşlı açısından X^2 : 23.152 sd: 2 p: 0.001 r: 77

“Genel olarak söylersek, günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir” ifadesi açısından gerçekleştirilen yaşa göre yaygın görüş haline getirme testi, genç yetişkinler kontrol edildiğinde yetişkinler ve yaşlılar açısından anlamlı sonuç vermiştir. Ayrıca ilişki gücünün bu iki grup açısından kuvvetli olduğu görülmüştür. Yaş gruplarının katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyenleri arasındaki % 103.1’lik fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır. Yani genç yetişkinler dışındaki yetişkin ve yaşlıların ortak algısına göre, İstanbul tehlikeli bir şehirdir.

Tablo 3.163 Günümüzde Büyükşehirler Tehlikeli Olmuştur

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	4	7	19	30
			Yüzde	13,3%	23,3%	63,3%	100,0%
		Çok	Adet	2	9	41	52
			Yüzde	3,8%	17,3%	78,8%	100,0%
	Toplam		Adet	6	16	60	82
			Yüzde	7,3%	19,5%	73,2%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	20	4	17	41
			Yüzde	48,8%	9,8%	41,5%	100,0%
		Çok	Adet	10	13	77	100
			Yüzde	10,0%	13,0%	77,0%	100,0%
	Toplam		Adet	30	17	94	141
			Yüzde	21,3%	12,1%	66,7%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	15	2	9	26
			Yüzde	57,7%	7,7%	34,6%	100,0%
		Çok	Adet	10	8	60	78
			Yüzde	12,8%	10,3%	76,9%	100,0%
	Toplam		Adet	25	10	69	104
			Yüzde	24,0%	9,6%	66,3%	100,0%

Yetişkin açısından X^2 : 26.316 sd: 2 p: 0.001 r: 66

Yaşlı açısından X^2 : 21.728 sd: 2 p: 0.001 r: 73

Yaşa göre on üçüncü yaygın görüş haline getirme testi olan “genel olarak söylersek, günümüzde büyükşehirler tehlikeli olmuştur” ifadesinin testi İstanbul testine benzer bir sonuç vermiştir, zira test genç yetişkinler için anlamsız, yetişkin ve yaşlılar açısından anlamlı sonuçlanmıştır. İlişkinin gücü ise hem yetişkinler hem de yaşlılar adına kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki % 93.3'lük çok izleyenler lehine olan fark, yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır. Yani televizyonu çok izleyen yetişkin ve yaşlılar için İstanbul gibi, büyükşehirler de tehlikelidir.

Tablo 3.164 Zenginlerin Sayısı Artmaktadır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	18	6	6	30
			Yüzde	60,0%	20,0%	20,0%	100,0%
		Çok	Adet	13	11	28	52
			Yüzde	25,0%	21,2%	53,8%	100,0%
	Toplam		Adet	31	17	34	82
			Yüzde	37,8%	20,7%	41,5%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	16	12	13	41
			Yüzde	39,0%	29,3%	31,7%	100,0%
		Çok	Adet	32	10	58	100
			Yüzde	32,0%	10,0%	58,0%	100,0%
	Toplam		Adet	48	22	71	141
			Yüzde	34,0%	15,6%	50,4%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	13	3	10	26
			Yüzde	50,0%	11,5%	38,5%	100,0%
		Çok	Adet	21	15	42	78
			Yüzde	26,9%	19,2%	53,8%	100,0%
	Toplam		Adet	34	18	52	104
			Yüzde	32,7%	17,3%	50,0%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 11.433 sd: 2 p: 0.003 r: 59

Yetişkin açısından X^2 : 11.333 sd: 2 p: 0.003 r: 32

Yaşa göre on dördüncü yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, zenginlerin sayısı artmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve test, yaşlılar kontrol edildiğinde genç yetişkin ve yetişkinler açısından anlamlı çıkmıştır. İlişkinin gücünün ise genç yetişkinler için kuvvetli, yetişkinler için orta kuvvetli olduğu görüşmüştür. Üç yaş grubundaki katılıyorum seçeneğini işaretleyen, televizyonu çok ve az izleyenlerin toplamaları arasında çok izleyenler lehine % 75.4'lük bir fark ortaya çıkmıştır. Söz konusu bu fark genç yetişkin ve yetişkinler açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğini ve toplumda zenginlerin sayısının arttığına olan inancın, bu gruplar arasındaki ortak inançlardan biri olduğunu kanıtlamaktadır.

Tablo 3.165 Aile Önemini Hala Korumaktadır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	9	12	9	30
			Yüzde	30,0%	40,0%	30,0%	100,0%
		Çok	Adet	11	8	33	52
			Yüzde	21,2%	15,4%	63,5%	100,0%
	Toplam		Adet	20	20	42	82
			Yüzde	24,4%	24,4%	51,2%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	16	8	17	41
			Yüzde	39,0%	19,5%	41,5%	100,0%
		Çok	Adet	23	9	68	100
			Yüzde	23,0%	9,0%	68,0%	100,0%
	Toplam		Adet	39	17	85	141
			Yüzde	27,7%	12,1%	60,3%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	11	5	10	26
			Yüzde	42,3%	19,2%	38,5%	100,0%
		Çok	Adet	21	9	48	78
			Yüzde	26,9%	11,5%	61,5%	100,0%
	Toplam		Adet	32	14	58	104
			Yüzde	30,8%	13,5%	55,8%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 9.495 sd: 2 p: 0.009 r: 43

Yetişkin açısından X^2 : 8.761 sd: 2 p: 0.013 r: 42

“Genel olarak söylersek, aile önemini hala korumaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen yaşa göre yaygın görüş haline getirme testi ilginç bir şekilde yaşlılar açısından anlamsız, genç yetişkinler ve yetişkinler açısından ise anlamlı sonuç vermiştir. Bununla birlikte ilişki gücünün de genç yetişkinler ve yetişkinler açısından kuvvetli olduğu görülmüştür. Grupların katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyenleri arasındaki % 83'lük fark yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır. Geleneksel aile değerlerinin savunucusu olması beklenen yaşlılar için testin neden anlamsız çıktığı konusu ise başlı başına bir çalışma konusu olacak düzeyde önemlidir.

Tablo 3.166 Karşı Cinsle İlişki Yaşamak İnsan İçin Önemlidir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	10	5	15	30
			Yüzde	33,3%	16,7%	50,0%	100,0%
		Çok	Adet	10	5	37	52
			Yüzde	19,2%	9,6%	71,2%	100,0%
	Toplam		Adet	20	10	52	82
			Yüzde	24,4%	12,2%	63,4%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	15	6	20	41
			Yüzde	36,6%	14,6%	48,8%	100,0%
		Çok	Adet	19	11	70	100
			Yüzde	19,0%	11,0%	70,0%	100,0%
	Toplam		Adet	34	17	90	141
			Yüzde	24,1%	12,1%	63,8%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	12	5	9	26
			Yüzde	46,2%	19,2%	34,6%	100,0%
		Çok	Adet	17	7	54	78
			Yüzde	21,8%	9,0%	69,2%	100,0%
	Toplam		Adet	29	12	63	104
			Yüzde	27,9%	11,5%	60,6%	100,0%

Yetişkin açısından $X^2: 6.099$ sd: 2 p: 0.047 r: 39

Yaşlı açısından $X^2: 9.784$ sd: 2 p: 0.008 r: 54

Yaşa göre on altıncı yaygın görüş haline getirme testi, “genel olarak söylersek, karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen test sonucunda, verilerin genç yetişkinler kontrol edildiğinde yetişkinler ve yaşlılar açısından anlamlı olduğu görülmüştür. İlişkinin gücü ise yetişkinler açısından orta kuvvetli, yaşlılar açısından ise kuvvetli olarak belirmiştir. Buna göre toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen iki grubun televizyonu çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 77’lik fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.167 Başarılı Olmak İçin Ciddi Olmak Gerekir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	15	4	11	30
			Yüzde	50,0%	13,3%	36,7%	100,0%
		Çok	Adet	20	3	29	52
			Yüzde	38,5%	5,8%	55,8%	100,0%
	Toplam		Adet	35	7	40	82
			Yüzde	42,7%	8,5%	48,8%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	20	11	10	41
			Yüzde	48,8%	26,8%	24,4%	100,0%
		Çok	Adet	32	13	55	100
			Yüzde	32,0%	13,0%	55,0%	100,0%
	Toplam		Adet	52	24	65	141
			Yüzde	36,9%	17,0%	46,1%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	14	5	7	26
			Yüzde	53,8%	19,2%	26,9%	100,0%
		Çok	Adet	21	8	49	78
			Yüzde	26,9%	10,3%	62,8%	100,0%
	Toplam		Adet	35	13	56	104
			Yüzde	33,7%	12,5%	53,8%	100,0%

Yetişkin açısından X^2 : 11.397 sd: 2 p: 0.003 r: 42

Yaşlı açısından X^2 : 10.123 sd: 2 p: 0.006 r: 54

Yaşa göre on on yedinci yaygın görüş haline getirme testi olan, “genel olarak söylersek, başarılı olmak için ciddi olmak gerekir” ifadesinin de genç yetişkinler kontrol edildiğinde yetişkinler ve yaşlılar açısından anlamlı olduğu görülmüştür. İlişkinin gücü ise her iki grup için kuvvetli çıkmıştır. Buna göre toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen grupların çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 85,6’lık fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.168 Suç İşleyen İnsanların Oranı Yükselmektedir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	5	5	20	30
			Yüzde	16,7%	16,7%	66,7%	100,0%
		Çok	Adet	4	3	45	52
			Yüzde	7,7%	5,8%	86,5%	100,0%
	Toplam		Adet	9	8	65	82
			Yüzde	11,0%	9,8%	79,3%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	14	11	16	41
			Yüzde	34,1%	26,8%	39,0%	100,0%
		Çok	Adet	11	8	81	100
			Yüzde	11,0%	8,0%	81,0%	100,0%
	Toplam		Adet	25	19	97	141
			Yüzde	17,7%	13,5%	68,8%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	12	8	6	26
			Yüzde	46,2%	30,8%	23,1%	100,0%
		Çok	Adet	12	15	51	78
			Yüzde	15,4%	19,2%	65,4%	100,0%
	Toplam		Adet	24	23	57	104
			Yüzde	23,1%	22,1%	54,8%	100,0%

Yetişkin açısından X^2 : 23.884 sd: 2 p: 0.001 r: 67

Yaşlı açısından X^2 : 15.542 sd: 2 p: 0.001 r: 65

“Genel olarak söylersek, suç işleyen insanların oranı yükselmektedir” ifadesi açısından gerçekleştirilen, yaşa göre on sekizinci yaygın görüş haline getirme testi de genç yetişkinler kontrol edildiğinde, yetişkinler ve yaşlılar açısından anlamlı sonuç vermiştir ve bu gruplar açısından ilişkinin gücü kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerin katılıyorum seçeneğine verdikleri yanıtların yüzdesinin toplamı 232.9 çıkmıştır. Bu oran az izleyenler açısından 128.8 olarak belirmiştir. Aralarındaki 104.1’lik fark, söz konusu soru açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır.

Tablo 3.169 Yaşam Şartları Suç İşlemeye Yöneltilmektedir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	10	7	13	30
			Yüzde	33,3%	23,3%	43,3%	100,0%
		Çok	Adet	5	8	39	52
			Yüzde	9,6%	15,4%	75,0%	100,0%
	Toplam		Adet	15	15	52	82
			Yüzde	18,3%	18,3%	63,4%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	12	13	16	41
			Yüzde	29,3%	31,7%	39,0%	100,0%
		Çok	Adet	12	22	66	100
			Yüzde	12,0%	22,0%	66,0%	100,0%
	Toplam		Adet	24	35	82	141
			Yüzde	17,0%	24,8%	58,2%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	15	7	4	26
			Yüzde	57,7%	26,9%	15,4%	100,0%
		Çok	Adet	12	15	51	78
			Yüzde	15,4%	19,2%	65,4%	100,0%
	Toplam		Adet	27	22	55	104
			Yüzde	26,0%	21,2%	52,9%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 9.516 sd: 2 p: 0.009 r: 57

Yetişkin açısından X^2 : 9.836 sd: 2 p: 0.007 r: 46

Yaşlı açısından X^2 : 23.208 sd: 2 p: 0.001 r: 75

“Genel olarak söylersek, yaşam şartları suç işlemeye yöneltilmektedir” ifadesinin yaşa göre yaygın görüş haline getirme testi her üç yaş grubu açısından da anlamlı sonu vermiştir. İlişki gücünün yine her üç yaş grubu açısından da kuvvetli olduğu görülmüştür. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen televizyonu çok ve az izleyenler arasındaki % 108.7’lik fark, televizyonun yaygın görüş haline getirme etkisinin göstergesi niteliğindedir.

Tablo 3.170 Mutlu İnsanlar Başarılı Olmaktadır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	11	8	11	30
			Yüzde	36,7%	26,7%	36,7%	100,0%
		Çok	Adet	11	9	32	52
			Yüzde	21,2%	17,3%	61,5%	100,0%
	Toplam		Adet	22	17	43	82
			Yüzde	26,8%	20,7%	52,4%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	15	10	16	41
			Yüzde	36,6%	24,4%	39,0%	100,0%
		Çok	Adet	22	12	66	100
			Yüzde	22,0%	12,0%	66,0%	100,0%
	Toplam		Adet	37	22	82	141
			Yüzde	26,2%	15,6%	58,2%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	14	4	8	26
			Yüzde	53,8%	15,4%	30,8%	100,0%
		Çok	Adet	21	15	42	78
			Yüzde	26,9%	19,2%	53,8%	100,0%
	Toplam		Adet	35	19	50	104
			Yüzde	33,7%	18,3%	48,1%	100,0%

Yetişkin açısından X^2 : 8.857 sd: 2 p: 0.012 r: 41

Yaşlı açısından X^2 : 6.518 sd: 2 p: 0.038 r: 44

Yaşa göre yirminci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, mutlu insanlar başarılı olmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve anlamsız çıkan taraf yine genç yetişkinler olmuştur. Bununla birlikte, aynı test yetişkin ve yaşlılar için anlamlı sonuç vermiştir. Bu gruplar açısından ilişkinin gücü kuvvetli olarak belirmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin toplamları arasında % 74,8’lik fark olduğu görülmüştür. Bu fark, yetişkinler ve yaşlılar açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtı niteliğindedir.

Tablo 3.171 Ciddi Olmak Sempatik Olmak İçin Engel Değildir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	7	3	20	30
			Yüzde	23,3%	10,0%	66,7%	100,0%
		Çok	Adet	8	11	33	52
			Yüzde	15,4%	21,2%	63,5%	100,0%
	Toplam		Adet	15	14	53	82
			Yüzde	18,3%	17,1%	64,6%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	7	12	22	41
			Yüzde	17,1%	29,3%	53,7%	100,0%
		Çok	Adet	8	23	69	100
			Yüzde	8,0%	23,0%	69,0%	100,0%
	Toplam		Adet	15	35	91	141
			Yüzde	10,6%	24,8%	64,5%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	6	6	14	26
			Yüzde	23,1%	23,1%	53,8%	100,0%
		Çok	Adet	4	21	53	78
			Yüzde	5,1%	26,9%	67,9%	100,0%
	Toplam		Adet	10	27	67	104
			Yüzde	9,6%	26,0%	64,4%	100,0%

X^2 : 7.246 sd: 2 p: 0.027 r: 34

Yaşa göre yirmi birinci yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, ciddi olmak sempatik olmak için engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, genç yetişkinler ve yetişkinler kontrol edildiğinde, yaşlılar açısından anlamlı sonuç vermiştir. Testin ilişki gücü ise orta kuvvetlidir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen her iki gruptaki televizyonu çok ve az izleyenlerin toplamları arasındaki % 26.2’lik fark ise, yaygın görüş haline getirmenin kanıtıdır.

Tablo 3.172 Yaş İlerledikçe Boşanma Oranı da Artmaktadır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	22	3	5	30
			Yüzde	73,3%	10,0%	16,7%	100,0%
		Çok	Adet	7	4	41	52
			Yüzde	13,5%	7,7%	78,8%	100,0%
	Toplam		Adet	29	7	46	82
			Yüzde	35,4%	8,5%	56,1%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	24	9	8	41
			Yüzde	58,5%	22,0%	19,5%	100,0%
		Çok	Adet	28	7	65	100
			Yüzde	28,0%	7,0%	65,0%	100,0%
	Toplam		Adet	52	16	73	141
			Yüzde	36,9%	11,3%	51,8%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	19	3	4	26
			Yüzde	73,1%	11,5%	15,4%	100,0%
		Çok	Adet	19	5	54	78
			Yüzde	24,4%	6,4%	69,2%	100,0%
	Toplam		Adet	38	8	58	104
			Yüzde	36,5%	7,7%	55,8%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 32.513 sd: 2 p: 0.001 r: 87

Yetişkin açısından X^2 : 24.702 sd: 2 p: 0.001 r: 63

Yaşlı açısından X^2 : 23.471 sd: 2 p: 0.001 r: 79

“Genel olarak söylersek, yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilen yaşa göre yirmi ikinci yaygın görüş haline getirme testi, her üç yaş grubu için de anlamlı sonuç vermiştir ve ilişkinin gücü her üç grup açısından da kuvvetli belirmiştir. Gruplardaki televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçeneğine verdikleri yanıtlar arasındaki % 161.4'lük çıkan fark, tüm yaş grupları açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır. Yani televizyonu çok izleyen bütün yaş gruplarının ortak algısı, insanların yaşlandıkça boşanma oranlarının arttığı yönündedir.

Tablo 3.173 Zenginler Daha Uzun Yaşamaktadır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	13	6	11	30
			Yüzde	43,3%	20,0%	36,7%	100,0%
		Çok	Adet	8	8	36	52
			Yüzde	15,4%	15,4%	69,2%	100,0%
	Toplam		Adet	21	14	47	82
			Yüzde	25,6%	17,1%	57,3%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	21	9	11	41
			Yüzde	51,2%	22,0%	26,8%	100,0%
		Çok	Adet	12	17	71	100
			Yüzde	12,0%	17,0%	71,0%	100,0%
	Toplam		Adet	33	26	82	141
			Yüzde	23,4%	18,4%	58,2%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	16	2	8	26
			Yüzde	61,5%	7,7%	30,8%	100,0%
		Çok	Adet	17	6	55	78
			Yüzde	21,8%	7,7%	70,5%	100,0%
	Toplam		Adet	33	8	63	104
			Yüzde	31,7%	7,7%	60,6%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 9.560 sd: 2 p: 0.008 r: 56

Yetişkin açısından X^2 : 29.252 sd: 2 p: 0.001 r: 71

Yaşlı açısından X^2 : 14.792 sd: 2 p: 0.001 r: 67

Yaşa göre yirmi üçüncü yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, zenginler daha uzun yaşamaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Test, her üç grup için de anlamlı sonuç vermiş ve ilişkinin gücü bütün yaş grupları açısından kuvvetli olarak belirmiştir. Katılıyorum seçeneğini işaretleyen her iki gruptaki televizyonu çok izleyenlerin yüzdesinin toplamı 210.7 çıkmıştır. Bu oran az izleyenler açısından 94.3 olarak belirmiştir. Aralarındaki % 116.4'lük fark, ifade açısından yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtıdır. Yani, bütün yaş grubundaki televizyonu çok izleyen katılımcıların ortak algısına göre, zenginlik uzun yaşamın ön şartıdır.

Tablo 3.174 Bir İnsanın Yaşlı Olması Kanunsuz İşler Yapmasına Engel Değildir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	10	5	15	30
			Yüzde	33,3%	16,7%	50,0%	100,0%
		Çok	Adet	2	3	47	52
			Yüzde	3,8%	5,8%	90,4%	100,0%
	Toplam		Adet	12	8	62	82
			Yüzde	14,6%	9,8%	75,6%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	22	4	15	41
			Yüzde	53,7%	9,8%	36,6%	100,0%
		Çok	Adet	13	7	80	100
			Yüzde	13,0%	7,0%	80,0%	100,0%
	Toplam		Adet	35	11	95	141
			Yüzde	24,8%	7,8%	67,4%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	12	2	12	26
			Yüzde	46,2%	7,7%	46,2%	100,0%
		Çok	Adet	10	6	62	78
			Yüzde	12,8%	7,7%	79,5%	100,0%
	Toplam		Adet	22	8	74	104
			Yüzde	21,2%	7,7%	71,2%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 17.723 sd: 2 p: 0.001 r: 79

Yetişkin açısından X^2 : 27.783 sd: 2 p: 0.001 r: 73

Yaşlı açısından X^2 : 13.287 sd: 2 p: 0.001 r: 63

Yaşa göre yirmi dördüncü yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması, kanunsuz işler yapmasına engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir ve mevcut test bütün yaş grupları karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. İlişkilerin gücü ise kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 117.1’dir ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır.

Tablo 3.175 Bir İnsanın Yaşlı Olması Mutlu Olmasını Sağlamaz

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	6	3	21	30
			Yüzde	20,0%	10,0%	70,0%	100,0%
		Çok	Adet	5	8	39	52
			Yüzde	9,6%	15,4%	75,0%	100,0%
	Toplam	Adet	11	11	60	82	
		Yüzde	13,4%	13,4%	73,2%	100,0%	
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	26	1	14	41
			Yüzde	63,4%	2,4%	34,1%	100,0%
		Çok	Adet	16	12	72	100
			Yüzde	16,0%	12,0%	72,0%	100,0%
	Toplam	Adet	42	13	86	141	
		Yüzde	29,8%	9,2%	61,0%	100,0%	
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	15	5	6	26
			Yüzde	57,7%	19,2%	23,1%	100,0%
		Çok	Adet	17	2	59	78
			Yüzde	21,8%	2,6%	75,6%	100,0%
	Toplam	Adet	32	7	65	104	
		Yüzde	30,8%	6,7%	62,5%	100,0%	

Yetişkin açısından X^2 : 31.660 sd: 2 p: 0.001 r: 69

Yaşlı açısından X^2 : 24.835 sd: 2 p: 0.001 r: 72

“Genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması mutlu olmasını sağlamaz” ifadesi açısından gerçekleştirilen yaşa göre yaygın görüş haline getirme testi, genç yetişkinler kontrol edildiğinde yetişkin ve yaşlılar açısından anlamlı sonuç vermiştir. İlişkinin gücü ise bu iki grup için kuvvetli olarak belirmiştir. Toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen yaş gruplarının çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 95.4'lük fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır. Yetişkin ve yaşlılar, yaşlılığın özenilecek bir durum olmadığını düşünürlerken, gençler bu konuda daha iyimserdir.

Tablo 3.176 Yaşlılar Sert Mizaçlıdır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	21	2	7	30
			Yüzde	70,0%	6,7%	23,3%	100,0%
		Çok	Adet	8	3	41	52
			Yüzde	15,4%	5,8%	78,8%	100,0%
	Toplam		Adet	29	5	48	82
			Yüzde	35,4%	6,1%	58,5%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	22	10	9	41
			Yüzde	53,7%	24,4%	22,0%	100,0%
		Çok	Adet	22	8	70	100
			Yüzde	22,0%	8,0%	70,0%	100,0%
	Toplam		Adet	44	18	79	141
			Yüzde	31,2%	12,8%	56,0%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	17	3	6	26
			Yüzde	65,4%	11,5%	23,1%	100,0%
		Çok	Adet	17	8	53	78
			Yüzde	21,8%	10,3%	67,9%	100,0%
	Toplam		Adet	34	11	59	104
			Yüzde	32,7%	10,6%	56,7%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 26.086 sd: 2 p: 0.001 r: 83

Yetişkin açısından X^2 : 27.440 sd: 2 p: 0.001 r: 66

Yaşlı açısından X^2 : 18.285 sd: 2 p: 0.001 r: 71

Yaşa göre yirmi altıncı “genel olarak söylersek, yaşlılar sert mizaçlıdır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiş olan yaygın görüş haline getirme testi, bütün yaş grupları karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişkinin gücü bütün gruplar açısından kuvvetli olarak belirmiştir. İfadeye katılıyorum cevabını veren televizyonu çok ve az izleyen katılımcılar arasındaki % 148.3'lük fark ise yaygın görüş haline getirmenin kanıtıdır. Kısaca televizyonu çok izleyen bütün yaş gruplarındaki katılımcılar, yaşlıların sert mizaçlı olduklarına dair ön yargıya sahiptir.

Tablo 3.177 Zengin Yaşlı Olmak Romantik İlişki Yaşamının Önünde Engel Değildir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	7	4	19	30
			Yüzde	23,3%	13,3%	63,3%	100,0%
		Çok	Adet	2	7	43	52
			Yüzde	3,8%	13,5%	82,7%	100,0%
	Toplam		Adet	9	11	62	82
			Yüzde	11,0%	13,4%	75,6%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	15	7	19	41
			Yüzde	36,6%	17,1%	46,3%	100,0%
		Çok	Adet	11	12	77	100
			Yüzde	11,0%	12,0%	77,0%	100,0%
	Toplam		Adet	26	19	96	141
			Yüzde	18,4%	13,5%	68,1%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	13	6	7	26
			Yüzde	50,0%	23,1%	26,9%	100,0%
		Çok	Adet	13	7	58	78
			Yüzde	16,7%	9,0%	74,4%	100,0%
	Toplam		Adet	26	13	65	104
			Yüzde	25,0%	12,5%	62,5%	100,0%

Genç yetişkin açısından X^2 : 7.526 sd: 2 p: 0.023 r: 49

Yetişkin açısından X^2 : 14.892 sd: 2 p: 0.001 r: 57

Yaşlı açısından X^2 : 18.790 sd: 2 p: 0.001 r: 69

Yaşa göre yirmi yedinci yaygın görüş haline getirme testi olan “genel olarak söylersek, zengin yaşlı olmak romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir” ifadesi de her üç yaş grubu karşılıklı olarak kontrol edildiğinde anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında ilişkinin gücü bütün yaş grupları için kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok ve az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki fark, çok izleyenler lehine % 97.6’dır ve bu fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, her üç yaş grubunda yer alan televizyonu çok izleyen katılımcıların algısı, zengin yaşlı olmanın romantik ilişkiye olanak tanıdığı yönündedir.

Tablo 3.178 Yaşlanma Toplumsal İlişkilere Engel Değildir

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	8	4	18	30
			Yüzde	26,7%	13,3%	60,0%	100,0%
		Çok	Adet	6	6	40	52
			Yüzde	11,5%	11,5%	76,9%	100,0%
	Toplam		Adet	14	10	58	82
			Yüzde	17,1%	12,2%	70,7%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	21	3	17	41
			Yüzde	51,2%	7,3%	41,5%	100,0%
		Çok	Adet	13	7	80	100
			Yüzde	13,0%	7,0%	80,0%	100,0%
	Toplam		Adet	34	10	97	141
			Yüzde	24,1%	7,1%	68,8%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	18	2	6	26
			Yüzde	69,2%	7,7%	23,1%	100,0%
		Çok	Adet	17	5	56	78
			Yüzde	21,8%	6,4%	71,8%	100,0%
	Toplam		Adet	35	7	62	104
			Yüzde	33,7%	6,7%	59,6%	100,0%

Yetişkin açısından X^2 : 23.896 sd: 2 p: 0.001 r: 69

Yaşlı açısından X^2 : 20.849 sd: 2 p: 0.001 r: 76

“Genel olarak söylersek, yaşlanma toplumsal ilişkilere engel değildir” ifadesi açısından gerçekleştirilen yaşa göre yaygın görüş haline getirme testi, genç yetişkinler kontrol edildiğinde yetişkinler ve yaşlılar açısından anlamlı sonuç vermiştir. Bunun yanında bu gruplardaki ilişkilerin gücü ise kuvvetli olarak belirmiştir. Televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin katılıyorum seçeneklerinin toplamları arasındaki, çok izleyenler lehine olan % 104.1’lik fark bize yaygın görüş haline getirmenin kanıtını sunmaktadır. Bu noktada test genç katılımcılar açısından anlamsız çıktığı için, genç katılımcıların yaşlı bireyleri dışlayıcı bir tutumda olduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 3.179 Yaşlı İnsanlara Saygı Duyulmaktadır

Yaş				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Genç Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	8	8	14	30
			Yüzde	26,7%	26,7%	46,7%	100,0%
		Çok	Adet	12	7	33	52
			Yüzde	23,1%	13,5%	63,5%	100,0%
	Toplam		Adet	20	15	47	82
			Yüzde	24,4%	18,3%	57,3%	100,0%
Yetişkin	Tv İzleme	Az	Adet	19	3	19	41
			Yüzde	46,3%	7,3%	46,3%	100,0%
		Çok	Adet	16	10	74	100
			Yüzde	16,0%	10,0%	74,0%	100,0%
	Toplam		Adet	35	13	93	141
			Yüzde	24,8%	9,2%	66,0%	100,0%
Yaşlı	Tv İzleme	Az	Adet	16	5	5	26
			Yüzde	61,5%	19,2%	19,2%	100,0%
		Çok	Adet	24	5	49	78
			Yüzde	30,8%	6,4%	62,8%	100,0%
	Toplam		Adet	40	10	54	104
			Yüzde	38,5%	9,6%	51,9%	100,0%

Yetişkin açısından X^2 : 14.384 sd: 2 p: 0.001 r: 54

Yaşlı açısından X^2 : 15.269 sd: 2 p: 0.001 r: 61

Yaşa göre son yaygın görüş haline getirme testi “genel olarak söylersek, yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır” ifadesi açısından gerçekleştirilmiştir. Bu test de bir önceki teste benzer şekilde genç yetişkinler açısından anlamsız, yetişkin ve yaşlılar açısından anlamlı sonuç vermiştir. İlişkinin gücü de her iki yaş grubu açısından kuvvetli çıkmıştır. Toplamda katılıyorum seçeneğini işaretleyen yaş gruplarının televizyonu çok izleyenleri ile az izleyenleri arasındaki % 95.4'lük fark, yaygın görüş haline getirmenin gerçekleştiğinin kanıtını sunmaktadır. Sonuç olarak genç yetişkinler, yaşlılara karşı saygı duyulmadığı konusunda ortak algıya sahipken, bu algı yetişkin ve yaşlılarda tam tersidir.

SONUÇ

Bugün, televizyonun günümüzün en çok kullanılan kitle iletişim araçlarından bir tanesi olduğu konusunda en ufak bir şüphe dahi yoktur ve insanlar hala zamanlarının önemli bir kısmını bu kitle iletişim aracının karşısında geçirmektedir. Gerbner ve Gross (1976a: 124)'un belirttiği gibi, televizyon beşikten mezara neredeyse her eve nüfuz etmiş durumdadır. Nielsen araştırma şirketi, 2018 senesinde Gerbner ve Gross'un bundan 43 sene önce öne sürdükleri savı destekleyen bir rapor yayınlamıştır. Rapora göre Amerika'daki evlerin % 95.6'sında televizyon bulunmaktadır ve bu sayının 2019 senesi içerisinde daha da artacağı düşünülmektedir. Benzer şekilde Statica'nın 2019 senesinde yayınladığı rapora göre Avrupa'daki evlerin % 95'inden fazlasında televizyon vardır ve evlerde bulunan televizyon sayısı 2009'dan 2017'ye istikrarlı bir şekilde artış göstermiştir. RTÜK'ün 2018 raporuna göre ise Türkiye'deki evlerin % 94.3'ünde televizyon bulunmaktadır.

Televizyon sahipliğini betimleyen raporların yanında, ülkelerin televizyon izleme sürelerini ortaya koyan araştırmalar da dikkat çekicidir. Buna göre, Ofcom 2017 senesinde ülkelerin televizyon izleme sürelerini gösteren bir rapor yayınlamıştır. Yayımlanan raporda televizyon sahipliğinin doğal sonucu olarak, dünyada en fazla televizyon izleyen ülkenin 4 saat 30 dakika ile Amerika Birleşik Devletleri olduğu belirtilmiştir. Türkiye de günlük 3 saat 34 dakika ile Avrupa'da en çok televizyon izleyen ülkeler arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, We Are Social 2019 raporunda yer alan veriler, Türkiye'de televizyonun ne kadar yaygın kullanıldığını kanıtlar niteliktedir. Buna göre, % 94.3'ü televizyon kullanıcısı olan Türkiye nüfusunun % 72'si internet, % 77'si akıllı telefon, % 48'i bilgisayar ve türevleri kullanıcısıdır. Aynı rapor her ne kadar Türkiye'de yaşayan insanların günde 7 saat 15 dakikasını internette geçirdiğini söylese de bu internet kullanımının içerisinde, internet üzerinden televizyon izlemenin olup olmadığı belirtilmemiştir. Ayrıca 2006 senesinden bu yana televizyon izleme süreleri düşüş eğiliminde olsa da bu süre Türkiye'deki insanların günlük 2 saat 46 dakika olan sosyal medya kullanım süresinden yine de daha fazladır. Bu verilere bakıldığında, internet çağında televizyonun en çok kullanılan kitle iletişim araçlarının başında yer aldığı rahatlıkla söylenebilir. Dolayısıyla televizyonun, insanların gerçeklik algısına olan etkisini Yetiştirme Kuramı ile ölçmek önemini hala korumaktadır.

Televizyonun yetiştirme rolünü konu alan bu tez çalışmasında, hafta içi prime-time zaman aralığında yayınlanan televizyon dizilerindeki şiddet, genel yaşam, kişilik özellikleri ve yaşlılık imajlarının bilimsel bir analizi sunularak, farklı televizyon izleme oranlarının,

izleyicilerin sözü edilen fenomenler üzerindeki algılarına katkısının olup olmadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Kültürel Göstergeler Projesi, her ne kadar Kurumsal Süreç, Mesaj Sistem, Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlerinin birleşiminden oluşsa da çalışmanın sınırlılıklarından dolayı Kurumsal Süreç Çözümü yapılmamış ve sadece Mesaj sistem, Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlerine yer verilmiştir.

Buna göre, bu çalışma kapsamında, prime-time'da en yüksek reyting alan 7 ulusal kanalda, 2019 senesi Ekim ayının son haftası ile Kasım ayının ilk haftası arasında yayınlanan 24 televizyon dizisi, kapsamlı bir içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizinden elde edilen bulgular ise televizyonun insanların gerçeklik kavramlaştırmasına katkısının olup olmadığını keşfedebilmemize olanak sağlayan Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlerinde kullanılacak anket sorularına dönüştürülmüştür.

Araştırmanın ilk aşaması olan Mesaj Sistem Çözümlemesinde, 24 televizyon dizisi öncelikle bir bütün olarak program içeriği, ana karakterler, yan karakterler, spesifik olarak yaşlı karakterler ve şiddet içeren eylemlerden oluşan 5 bölüme ayrılmış kayıt çizelgelerine kodlanmıştır. Bu şekilde yapılan bir kodlama, bize demografik gerçekler ile televizyon dünyasını kıyaslayabilme imkânı sunmuştur. Mevcut tez çalışması her ne kadar genel bir yetiştirme çözümü sunsa da özelden medyada yaşlıların sunumuna ve bu sunumun televizyonu çok izleyenlerin gerçeklik algısına katkısının olup olmadığı sorusuna odaklanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, toplumda hangi yaş gruplarının daha çok temsil edildiği ve hangi yaş gruplarının görmezden gelindiğini saptayabilmek için, karakterler delikanlılık öncesi, genç yetişkin, yetişkin ve yaşlı olmak üzere 4 yaş grubuna ayrılmıştır.

Buna göre Türkiye'de yayınlanan televizyon dizilerinin ağırlıklı olarak günümüz tarihini yansıtan ciddi formatta olduğu, olayların tamamına yakınının şehirlerde geçtiği, benzer şekilde hikâyelerin tamamına yakınının İstanbul'da yaşandığı, fiziki ve zihinsel kısıtlı bireylerin görmezden gelindiği ve Türkiye toplumun gelenek ve göreneklerini yansıtır vaziyette geleneksel cinsiyet rollerinin yeniden üretildiği tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile heteroseksüel kimlikler dışında kalan herhangi bir cinsel kimliğin temsiline yer verilmediği bulgulanmıştır. Bununla birlikte senaryoların “cinsiyetler arası ilişkiler”, “ev, aile, aile içi sorunlar”, “suç”, “ölüm”, “güvelik güçleri” ve “fakirlik/zenginlik” temaları etrafında örüldüğü görülmüştür.

Gerbner her ne kadar yazılarında hegemonyaya çok fazla atıfta bulunmasa da televizyonun, toplumdaki egemen değerlerin pekiştirilmesinde aracılık ettiğine olan vurgusu, bir bakıma onun hegemonyayı yayan bir araç olmasına gönderme yapmaktadır. Çözümü yapılan 24 televizyon dizisinde, ana, yan ve yaşlı karakter olmak üzere toplamda 934 karakter

kodlanmıştır. Çıkan demografik sonuçlar Amerikan televizyon dünyasıyla benzerlik göstermiştir ve televizyon dünyasının gerçekliğin çarpıtılmış bir resmini sunduğunu iddia etmek hiç de yanlış olmayacaktır. TÜİK'in verileriyle karşılaştırıldığında, televizyon dünyasında temsil edilen cinsiyet ve yaş kategorilerinin, gerçek dünyayı yansıtmaktan çok uzak olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, kadın ve erkek sayısının neredeyse eşit olduğu Türkiye'nin erkek egemen televizyon dünyasında, erkeklerin kadınlardan neredeyse iki katı daha fazla temsil edildiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte yine her yaş kategorisinde erkeklerin oranının kadınların oranından daha fazla olduğu görülmüştür.

Yaş kategorilerinde en fazla temsil edilenlerin "yetişkinler", en az temsil edilenlerin ise "yaşlılar" olduğu bulgulanmıştır. Bu verilerden hareketle, yaş kategorilerinin temsilinin de gerçekliği yansıtmaktan çok uzak olduğunu söylemek mümkündür, zira TÜİK verileriyle karşılaştırıldığında delikanlılık öncesi 3,5 kat, yaşlılar 2,5 kat daha az; yetişkinler ise 2 kat daha fazla temsil edilmiştir. Televizyon, toplumsal gerçeklik kavramsallaştırmasını ve televizyonu çok izleyen insanların dünya algılarını belirler. Televizyonun bu rolü, televizyonun hegemonyaya aracılık etmesine göndermede bulunmaktadır. Televizyon sosyal gerçekliği alır, medya gerçekliğine dönüştürür ve onu topluma yeniden sunar; sonuç olarak televizyonu çok izleyen kişiler toplumsal gerçekliği televizyon gerçekliği ile özdeşleştirir (Özer, 2011: 191). Gerçekten de yukarıda belirtildiği gibi erkek egemen olan televizyon dünyasında ana, yan ya da yaşlı fark etmeksizin, karakterlerin tamamına yakınının Türk kökenli olduğu tespit edilmiştir. Türkler dışında kalan ve genel toplam içerisinde % 8 ile temsil edilen Kürtler, Araplar ve diğer yabancı uyruklu karakterler ise bir yandan ötekileştirilirken, diğer yandan genellikle "problem kaynağı", "düşman", "bizden olmayan" bireyler olarak resmedilmiştir. Çıkan bu sonuçlar Gerbner ve arkadaşlarının daha önce gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarla büyük oranda benzerlik göstermektedir. Amerikan televizyonları için azınlık olarak tanımlanan "siyahlar" ve "Latinler" in toplamda % 12 ile temsil edilmiş olması, aradan geçen 40 sene zarfında televizyonun ayrımcılık konusundaki tutumunda herhangi bir değişiklik olmadığını kanıtlar niteliktedir.

Bununla birlikte cinsiyet, yaş ve etnik kökenin temsilindeki orantısızlığın bir benzeri sosyo-ekonomik statüler için de geçerlidir. İnsanlara görmek istedikleri hayatları sunan televizyonda en çok temsil edilen sosyo-ekonomik statüler sırasıyla, üst sınıflar ve orta sınıflar olmuştur. TÜİK verilerine göre, Türkiye'de yaşayan insanların yarısından fazlası yoksulluk sınırının altında yaşamasına rağmen, alt sınıf kategorisine giren bu insanların televizyon dünyasında % 14 ile temsil edildiği tespit edilmiştir. Bunun yanında üst sınıflara hizmet etmekten memnuniyet duyan insanlar olarak resmedilen alt sınıflar aracılığıyla, sınıf

düşmanlıklarının yok edildiği ve güç farklılıklarının görünmez kılındığı, araştırmadan elde edilen diğer önemli bulgulardır.

Mesaj Sistem Çözümlemesi için oluşturulan diğer iki kategori ana ve yan karakterdir. Tamamına yakını yetişkin ve üst sınıftan oluşan ana karakterler beklenildiği gibi ciddi, iyi, kahraman, mutlu, başarılı, sağlıklı, şiddet ile bir şekilde ilişkisi olan, heteroseksüel, becerikli, aile yaşamına önem veren bireyler olarak resmedilmiştir. Bununla birlikte bütün ana karakterlerin Türk kökenli olduğu tespit edilmiştir. Yan karakterler açısından da durum çok farklı değildir. Burada dikkat edilmesi gereken en önemli husus ise ister ana karakter olsun ister yan karakter başarı, kabiliyet, zekâ ve mutluluk gibi olumlu özelliklerde erkeklerin kadınlardan daha üstün olarak resmedilmiş olmasıdır. Ayrıca geleneksel aile değerlerinin yeniden üretildiği televizyon dizilerinde, kadınlar erkeklere kıyasla daha fazla medeni durumları üzerinden karakterize edilmiştir.

Mesaj Sistem Çözümlemesi için oluşturulan dördüncü kategori yaşlı karakterlerdir. Bu çalışmanın yaşlı karakterler ile ilgili olan sonucu Gerbner ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmalar ve diğer ülke televizyonlarında yaşlıların sunumuna dair yapılan çalışmalar ile benzerlik göstermiştir. Diğer bir ifade ile Türkiye'deki prime-time televizyon içeriklerinde yer alan yaşlı karakterlerin, 1970'lerin Amerikan televizyonlarındaki yaşlılık imajlarını yeniden ürettiği söylenebilir. Yani Türkiye'deki prime-time televizyon dizilerinde gençlik kutsanırken, yaşlılık kaçınılması gereken bir fenomen olarak resmedilmiştir.

Yaşlı karakterler için söylenilmesi gereken ilk ve en önemli husus, hiçbir yaşlı karakterin ana karakter olarak konumlandırılmamış olmasıdır. Yani ana karakterin tanımında yer alan "hikâye örgüsünden çıkarılmaları durumunda hikâyenin bütünsel özelliğini kaybedeceği" vurgusu, hiçbir yaşlı karaktere layık görülmemiştir. Bu da toplumda yaşlı bireylere atfedilen değer ve onların ikinci plana atılmışlıklarının açık bir göstergesi olarak yorumlanmıştır. Tamamı yan karakter olarak resmedilen yaşlı karakterleri hikâyelere dâhil eden tek unsurun ise aile içerisinde oynadıkları önemsiz aile büyüğü rolleri olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile yaşlı karakterlerin geleneksel aile yapısı içerisinde oynadıkları aile büyüğü rolü, onların televizyonda görünür olmalarının ön şartıdır.

Yaşlı karakterlerin ayrımcılığa uğradıklarını gözler önüne seren bir diğer veri ise onların televizyon popülasyonu içerisindeki temsillerinin oranıdır. Gerçek rakamlar ile kıyaslandığında yaşlıların televizyonda en az temsil edilen yaş grubu olduğu bulgulanmıştır. Türkiye'de % 13'lük bir paya sahip olan yaşlıların, televizyon dünyasında yaklaşık 3 katı kadar daha az yer alması, onların 60 yaşından sonra sembolik olarak yok edilişlerinin açık bir göstergesidir. Bu çalışmanın amacı yaşlıların bu kadar az temsil edilmesinin ardında yatan temel dinamikleri

keşfetmek değil, onların nasıl temsil edildiği ve bu temsil sonucunda televizyonu çok izleyenlerin algısının şekillenip şekillenmediğini keşfetmektir. Ancak sebebi her ne olursa olsun, yaşlıların televizyon dünyasında en az temsil edilen yaş grubu olduğu gerçeği, yaş ayrımcılığının açık bir göstergesidir.

Sadece yan karakter olarak konumlandırılan yaşlı karakterler, Gerbner ve arkadaşlarının 1994 senesinde son şeklini verdikleri yaşlı karakterlerin sağlık durumları, katıldıkları toplumsal aktiviteler, ikili karakter özellikleri ve aile ilişkilerini betimleyen 108 maddelik çizelgeye kodlanmıştır. Ancak veriler SPSS programına girildikten sonra, yaşlıların yukarıda sözü edilen özelliklerinin ağırlıklı olarak “kodlanamaz” olarak işaretlendiği tespit edilmiştir. Sonucun bu şekilde bir görüntü vermesindeki ana neden, yaşlı karakterlerin televizyonda sayısal olarak çok az yer almalarının yanında, bu karakterlere yukarıda sözü edilen özelliklere karar verememize imkân tanıyacak kadar süre verilmemiş olmasıdır. Bir diğer ifade ile yaşlı karakterler televizyonda sayısal olarak çok az temsil edilmelerinin yanında, süre olarak da çok az görülmektedir. Bunun yanında, yan karakter olarak resmedilen yaşlı karakterlerin, kodlama formunu doldurmayı güçlendirecek ölçüde derinliksiz karakterize edilmeleri resmin bu şekilde çıkmasına sebebiyet vermiştir. Sonuç olarak bu durum, televizyondaki yaşlı imajının, televizyon izleyicisinin algısına etkisinin olup olmadığını test edebileceğimiz yeterli materyali elde edememize sebebiyet vermiştir. Başlı başına bu görüntü bile, yaşlı bireylerin prime-time da yayınlanan televizyon dizilerinde ayrımcılığa maruz kaldıklarının açık bir kanıtı olarak yorumlanmıştır.

Televizyon dünyasındaki 46 yaşlı karakterden sadece birinin aktif olarak çalışma hayatında gösterilmesi ise gerçek hayatta çalışma hayatından soyutlanan yaşlıların bu konumunu pekiştirir bir görüntü olarak yorumlanmıştır. Romantik ilişki yaşamaları konusunda yadırganan ve ayrımcılığa maruz kalan yaşlılardan ise sadece zengin olanların karşılıklı bir ilişkisi olduğu görülmüştür. Aynı zamanda zenginliğin bir diğer getirisinin yaşam süresi olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile dizilerdeki yaşlı karakterlerin ortak özelliğinin zenginlik olduğu ve bu zenginliğin uzun yaşamın ve romantik ilişki yaşamanın ön şartı olduğu görülmüştür.

Her ne kadar yaşlı karakterler televizyon dizilerinde çok az ve süre olarak son derece kısıtlı yer alsalar da onların belli başlı olumlu ve olumsuz stereotipleştirmeler ile resmedildikleri tespit edilmiştir. Buna göre, sosyo ekonomik açıdan daha çok üst sınıfta yer alan yaşlı karakterlerin sağlıklı, lider ve bilge olarak resmedilmeleri, onların olumlu özellikleri arasında yer almaktadır. Bununla birlikte tüm bu özelliklerinin doğal sonucu olarak saygı duyulan yaşlı karakterlerin mutsuz, kısmen kibirli, inatçı, sert mizaçlı ve becerisizlikleri sonucunda demode

olarak resmedilmeleri ise olumsuz özellikleri arasında yer almıştır. Son olarak, dizilerde her ne kadar doğrudan doğruya yaş ayrımcı diyalogların sayısı az olsa da, bu az sayıdaki diyalogun, yaşlıların teknolojiye adaptasyon sorunlarına yoğunlaştığı, nefret söylemlerinin ise güldürü unsuru yapılarak görünmez kılınmaya çalışıldığı tespit edilmiştir.

Daha önce yukarıda sözü edilen sembolik yok edilişten payına en çok düşen kesim yaşlı kadınlardır. Televizyon popülasyonunda zaten erkeklerden daha az temsil edilen kadınlardan yaşlı olanlar, yaşlı erkeklerin 1/3'ü kadar temsil edilmiş ve “çifte dozda ayrımcılığa” maruz bırakılmıştır. Bununla birlikte en mutsuz ve başarısız yaş grubu olarak resmedilen yaşlı karakterler arasında, en mutsuz ve en başarısız olan cinsiyet ise yine yaşlı kadınlardır. Çifte dozda ayrımcılığa maruz kalınan bir diğer konu ise sosyo-ekonomik statüdür. Çözümlemesi yapılan yaşlı karakterlerin tamamına yakınının üst sınıf olduğu ve alt sınıf yaşlıların neredeyse hiç temsil edilmediği tespit edilmiştir. Gerbner ve arkadaşları (1977), bu durumu gerçek hayattaki harcama düzeyleri ile ilişkilendirmiştir. Bir diğer ifade ile gerçek hayatta harcama gücü daha fazla olan gruplar televizyonda daha fazla temsil edilmektedir. Aynı gerekçenin, Amerikan televizyon yapımcılık stratejilerini izleyen Türkiye özelinde de geçerli olacağını iddia etmek mantık dışı değildir.

Sonuç olarak televizyon, insanların yaşlılığa bakışını olumlu yönde etkileyemez, zira televizyonda zaten çok az görünür olan yaşlılar, görünür oldukları zamanlarda olumlu stereotipleştirmeler ile resmedilseler bile, bu sunum onların toplumda pasifize edilmişliklerini gölgeleyememektedir. Yani, televizyonda yaşlı olmak demek etkisiz, önemsiz ve yararsız olmak; güç ve statü sahibi olmamak demektir. Kısacası Gerbner ve arkadaşlarının ifade ettiği şekliyle, televizyonda yaşlı olmak hiç de özenilecek bir durum değildir.

Mesaj Sistem Çözümlemesi son olarak, Kültürel Göstergeler Projesinin başlamasına vesile olan, şiddetin televizyondaki sunumu üzerinden gerçekleştirilmiş ve çıkan sonuçlar Amerika Birleşik Devletleri televizyon dünyasıyla benzerlik göstermiştir. Özer (2004) bu durumun en önemli nedeninin medyadaki ticarileşme olgusu olduğunu belirtmiştir. Türkiye’de daha önce gerçekleştirilmiş şiddet araştırmalarına benzer sonuçlar veren bu çalışmada da Türkiye’deki televizyon yapımcılığında şiddetin yoğun olarak kullanıldığı görülmüştür. İktidarın kültive ettiği ırksal, cinsel, sınıfsal ve ulusal katmanlardan oluşan güç hiyerarşilerinin yansıtılmasında aracı olan şiddet (Gerbner, 1992), televizyon dizilerinin hammaddesini oluşturmaktadır. Gerçekten de dizi başına ortalama 5 dakika 35 saniyenin sadece fiziksel şiddet sahnesiyle dolu olması, standart bir televizyon dizisinde bulunabilecek onlarca tema arasından sadece bir tanesi olan şiddetin ne kadar yoğun olarak kullanıldığını gözler önüne sermektedir. En fazla şiddet gösteriminin, ulusal kanal olan TRT 1’de yer alması ise akıllara, televizyonda

sunulan şiddetin hükümetlerin alacağı güvenlik tedbirlerine sorgusuz sualsiz boyun eğecek insan doğasının yetiştirilmesine aracılık ettiği varsayımını getirmiştir.

Şiddet olaylarının tamamına yakınının İstanbul ve büyükşehirlerde özellikle gündüz saatlerinde gerçekleştiği bulgulanmıştır. Her ne kadar kadınların erkeklere uyguladığı şiddet, erkeklerin kadınlara uyguladığı şiddetten fazla olsa da burada önemli olan tarafların uyguladıkları şiddetin mahiyetidir. Çoğunluğu ciddi tonda olan bu şiddet olaylarından mizahi olanları, kadınların erkeklere uyguladığı görülmüştür. Burada dikkat çeken en önemli nokta erkeklerin kadınlara uyguladığı şiddetin tonudur. Bu noktada erkeklerin kadınlara uyguladığı şiddetin tamamının ciddi tonda olduğu, daha ayrıntılı yapılan incelemelerde ise bu ciddi tondaki şiddet hareketlerinin, eril tahakkümü yeniden inşa etmek amaçlı uygulandığı bulgulanmıştır.

Tüm sosyo-ekonomik sınıflar arasında yaşanan şiddetin cinsiyet bağlamındaki tarafları, daha çok erkeklerdir. Yani erkek egemen olan televizyon dünyasındaki egemenlik mücadelesinin yine erkeklerin kendi arasında yaşandığı tespit edilmiştir. Dikkat çeken bir diğer nokta ise şiddete karışanların birbirlerini tanıyıp tanımama durumlarıdır. Çıkan sonuçlar, şiddetin birbirini tanıyan insanlar arasında yaşandığı kadar, tanımayan insanlar arasında da yaşandığını ortaya koymuştur. Tüm bunlar bir araya gelince, son derece güvensiz bir dünya görüntüsü sunan televizyon dünyası, bu görüntüler aracılığıyla izleyicilerine hâkimiyet ve gücün kimde olduğunu her fırsatta hatırlatmaktadır. Sonuç olarak, Gerbner'in de belirttiği gibi bu görüntülere çok fazla maruz kalan izleyicilerin, genel bir paranoya halinde "acımasız dünya sendromuna" tutulmaları kaçınılmaz gözükmektedir.

Araştırmanın ikinci aşamasında, Mesaj Sistem Çözümlemesinin verilerinden hareketle hazırlanıp Google anket üzerinden 404 katılımcıya uygulanan şiddet, genel yaşam, kişilik özellikleri ve yaş temelli 32 anket sorusu, çok televizyon izlemenin izleyicilerin gerçeklik kavramsallaştırmalarına katkısının olup olmadığını ortaya koymak amacı ile öncelikle Yetiştirme Çözümlemesine, daha sonra cinsiyet, eğitim, gelir ve yaş gibi kontrol değişkenleri devreye sokularak Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemesine tabi tutulmuştur. Çıkan sonuçlar, televizyon dünyasındaki mesaj sistemlerinin televizyon izleyicilerinin gerçeklik algılarını etkilediğini ortaya koymuştur. Bir diğer ifade ile televizyonun yetiştirme ve yaygın görüş hale getirme etkisinin Türkiye'de çok güçlü olduğu bulgulanmıştır.

Hem Yetiştirme hem de Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemeleri, son derecede anlamlı sonuç vermiştir. Ankette yer alan 32 ifadenin Yetiştirme Çözümlemesinin 29'u anlamlı 3'ü anlamsız çıkmıştır. Bununla birlikte Yaygın Görüş Haline Getirme Çözümlemelerinin, cinsiyete ve yaşa göre 29'u anlamlı 3'ü anlamsız, eğitime göre 28'i anlamlı 4'ü anlamsız ve sosyo-ekonomik statüye göre 30'u anlamlı 2'si anlamsız sonuç vermiştir. Buna göre

televizyonu çok izleyen kişilerin yaşlarından, cinsiyetlerinden, eğitimlerinden ve sosyo-ekonomik konumlarından bağımsız olarak televizyonun gerçekliğinden etkilendikleri bulgulanmıştır.

Şiddet temelli Yetiştirme ve Yaygın Görüş Haline Getirme Çözömlerinin tamamı anlamlı sonuç vermiştir. Yani televizyonu çok seyreden insanların az seyredenlere kıyasla belirgin bir farkla tehlikeli bir dünyada yaşandığı, insanların kendilerini güvende hissetmediği, insanlara güvenilemeyeceği, insanların her an bir saldırıya uğrayabilecekleri, gündüzlerin de akşamları kadar tehlikeli olduğu, kadına yönelik şiddetin sıradanlaştığı, başta İstanbul olmak üzere büyük şehirlerin tehlikeli olduğu, şiddetin her sınıftan insan arasında yaşandığı ve suç işleyen insanların oranının arttığı konusunda ortak algıya ve güçlü kanaatlere sahip oldukları görölmüştür. Çıkan bu sonuçlar, televizyonu çok izleyen insanların genel bir histeri halinde “acımasız dünya sendromuna” kapıldıklarının açık bir göstergesidir. Televizyonu çok izleyen insanların aynı zamanda, insanların başkalarına yardımcı olmak yerine kendilerini düşündüğü, yetişkin nüfusunun arttığı, toplumdaki zengin sayısının arttığı, ailenin önemini koruduğu, karşı cinsle ilişki yaşamının insan için önemli olduğu ve yaşam şartlarının insanları suç işlemeye yönelttiği konusunda ortak algıya sahip oldukları tespit edilmiştir.

Anketin son kısmında yer alan yaşlılık ile ilgili tutum ifadelerinin de tamamının anlamlı sonuç verdiği, bir diğer ifade ile televizyonu çok izleyen insanların, televizyonda sergilenen yaşlılık imajlarını içselleştirdikleri bulgulanmıştır. Ancak ortaya çıkan en önemli sonuç televizyonun bir yandan yaşçılığı yetiştirirken, diğer yandan da yaşlılara olan olumlu yargıları beslediği noktasındadır. Buna göre, televizyonu çok izleyenlerin algısı, yaşlıların sert mizaçlı ve mutsuz olduğu yönündedir. Bunun yanında televizyonu çok izleyenlerin diğer ortak algıları ise yaşlı insanların toplumsal olarak izole edilmedikleri ve onlara saygı duyulduğu yönündedir. Araştırmanın ortaya koyduğu bir diğer önemli bulgu ise zenginliğin yaşlılık ile olan ilişkisidir. Buna göre televizyonu çok izleyen kişiler, yaşlı insanların romantik bir ilişkiye sahip olmalarının ve aynı yaşlıların uzun bir ömür yaşamalarının ön şartının zenginlik olduğu konusunda ortak algıya sahiptir.

Bu genel değerlendirmeler sonucunda “Kurumsal süreçlerden geçerek belirlenen Türkiye televizyonlarındaki mesaj sistemlerinin izlenme süresi arttıkça, televizyon izleyicilerinin değer yargıları, televizyonun bütünsel bir ideolojik kültürel içeriği yönünde olacaktır” şeklinde oluşturulan çalışmanın genel varsayımı kabul edilmiş, alternatif varsayım ise reddedilmiştir. Benzer şekilde “Türkiye’de televizyon dizileri, televizyonun genel içeriğini yansıtacak ölçüde, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki televizyonların egemen içeriğini temsil eden şiddet, erkek egemenliğı, azınlıkların marjinalize edildiğı ve yaş ayrımcılığı imgelerine

yoğun olarak yer vermektedir” şeklindeki Mesaj Sistem Çözümlemesine yönelik varsayım kabul edilmiş ve alternatif varsayım reddedilmiştir. Bu varsayım ile ilişkili olarak, Yetiştirme Çözümlemesine yönelik oluşturulan “Türkiye’deki televizyon dizilerinin günlük yaşamın önemli bir bölümünde insanlara yaşam, insan ilişkileri ve değer yargıları ile ilgili önemli mesajlar vermesinden dolayı, izleyicilerin televizyon izleme süreleri arttıkça, değer yargıları da televizyon içeriği paralelinde olacaktır” şeklindeki varsayım da kabul edilmiş ve alternatif varsayım reddedilmiştir. Bununla birlikte, “Demografik gerçekler ile kıyaslandığında, televizyon dizilerinde yaşlı bireyler çok az temsil edilmelerinin yanında, yaşlı kadınlar bu konuda çifte dozda ayrımcılığa maruz kalmaktadır” şeklinde belirlenen varsayım kabul edilmiş ve alternatif varsayım reddedilmiştir. Son olarak, “Televizyonu çok izleyen kişiler az izleyenlere kıyasla daha fazla yaş ayrımcı dünya görüşüne sahiptir” şeklinde belirlenen varsayım kısmen kabul edilmiştir, zira yukarıda da sözü edildiği gibi, televizyonu çok izleyen aynı kişiler yaşlıların saygı duyulan insanlar oldukları ve toplumsal olarak izole edilmedikleri hususunda ortak algıya sahip oldukları için, bu durum televizyon izlemenin yaşlılık algısına olan olum katkısı olarak yorumlanmıştır.

Sonuç olarak televizyon endüstrisinde birçok yeni teknolojinin ortaya çıkmasına ve etkileyici dönüşümlerin yaşanmasına rağmen, Yetiştirme Kuramı geçerliğini sürdürmeye devam etmektedir (Morgan, vd., 2015). Gerçekten de ortaya çıkan bu sonuçlar, yeni medya çağında televizyonun yetiştirme etkisinin hala ne kadar kuvvetli olduğunu göstermesi açısından çok önemlidir. Televizyon popüler bir içerik dağıtıcısı olduğu sürece, Yetiştirme Kuramı güncelliğini ve geçerliğini korumaya devam edecek ve yeni araştırmalara ışık tutacaktır. Televizyon izlemenin insanların şiddet, genel yaşam ve kişilik özellikleri hakkında sahip oldukları gerçeklik algılarına katkısının olup olmadığını araştıran bu çalışmanın iletişim çalışmaları için örnek teşkil etmesi beklenmektedir. Ayrıca gerontoloji alanına katkısı olacağı düşünülen bu çalışmanın, televizyon izlemenin yaşlılık algısına olan katkısını araştıran ilk çalışma olması nedeniyle, gelecekte yapılacak olan yaşlılık özelindeki iletişim çalışmalarına ilham kaynağı olması beklenmektedir.

Bu noktada Türkiye’nin, dünyanın en çok televizyon izleyen ülkeleri arasında yer almasından dolayı, belirli zaman aralıklarıyla televizyonun yetiştirme etkisini araştıran çalışmaların yapılması elzemdir. Bununla birlikte, insanların yaşlılığa ilişkin yargıları televizyon içeriğinden ziyade kişisel deneyimleri ve demografik özellikleri ile belirleniyor olabilir. Yaşlılık çalışmaları literatürü, insanların yaşlılığa ilişkin algılarının 0-12 yaş arasında oluştuğunu, bu yaş döneminde yaşlılar ile ilgili deneyimin daha sonraki algıları belirlediğini göstermektedir. Bu bağlamda, televizyon kaynaklı kültürlenmenin boyutunu ölçebilmek için

kişilerin yerleşik deneyimlerini de araştırmaya dâhil eden çalışmaların yapılması gerekmektedir. Son olarak diğer ülkelerde yapılan bazı araştırmalar, dindar bir ailenin üyesi olmanın, televizyonun yetiştirme etkisini ortadan kaldırdığını ortaya koymuştur. Barem araştırma şirketinin Win/Gallup International ile 2015 senesinde gerçekleştirmiş olduğu araştırmada, Türkiye'nin % 74 ile dünyadaki en dindar ülkeler arasında yer aldığını raporlamıştır. Bu anlamda, dindar dünya görüşüne sahip olmanın, televizyonun yetiştirme etkisini ortadan kaldırıp kaldırmadığının araştırılması son derece önemlidir.



KAYNAKÇA

- Akçay, C. (2011). *Yaşlılık: Kavramlar ve Kuramlar*. Kriter Yayınları, İstanbul.
- Arkonaç, S.A. (1999). “Genç ve Yaşlı Yetişkinde Yaş Stereotipleri”. *Psikoloji Çalışmaları* Cilt: 21 Sayı:1
- Aronoff, C. (1974). “Old Age in Prime-time”. *Journal of Communication*, 24 (4): 86-87
- Arun, Ö. (2013). “Türkiye’de Yaşlanma ve Yaşlılık: Peter Pan Sendromu mu?”. *ODTÜ’lüler Bülteni*
- Arun, Ö. (2017). “Senex’le Tanışmak: Yaşlılık Çalışmaları için Düşünümsel Bir Alan”. *Senex Yaşlılık Çalışmaları Dergisi*, 1:1-3
- Arun, Ö. (2018a). *Yaşlanmayı Aşmak*. Siyasal Kitabevi, Ankara
- Arun, Ö. (2018b). “21. Yüzyılın Türkiye’ye Sunduğu Armağan”, *Yaşlanmayı Aşmak*. Ö. Arun (drl.). Siyasal Kitabevi, Ankara
- Arun, Ö. (2018). “Türkiye’de Yaşlanmak Bir Armağan Ya da Lanet?”. *Yaşlanmayı Aşmak*. Ö. Arun (drl.). Siyasal Kitabevi, Ankara
- Ayalon, L. and Tesch-Römer, C. (2018). “Introduction To The Section: Ageism: Concept and Origin”. Ayalon, L. and Tesch-Römer, C. (ed.). *Contemporary Perspectives on Ageism*. Springer, Switzerland, 1-11.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Bandura, A. (2001). “Social Cognitive Theory of Mass Communication” *Mediapsychology* 3: 265-299
- Batmaz, V. ve Aksu, A. (1995). *Türkiye’de Televizyon ve Aile*. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, Ankara
- Blain, B. E. and Brenchley, K. J. M. (2017). Understanding Age Stereotypes And Ageism. 175-187 Blain, B. E. And Brenchley, K. J. M., Understanding the psychology of diversity., Chapter.9, 3rd Edition, Sage Publications, England.
- Blum, L. (2004). “Stereotypes And Stereotyping: A Moral Analysis”. *Philosophical Papers*, 33(3): 251-289

- Bradley, S. (2007). "Neural Network Simulations Support Heuristic Processing Model of Cultivation Effects". *Media Psychology Journal*, 10(3): 449-469
- Branco, K. J. and Williamson, J. B. (1982). "Stereotyping and the life cycle: Views of aging and the aged". A. G. Miller (Ed.), *In the eye of the beholder: Contemporary issues in stereotyping*. Praeger, New York, 364-410.
- Bryant, J. and Miron, D. (2004). "Theory And Research In Mass Communication". *Journal of Communication*, 54(4): 662-704
- Bullock, E. H., Wyche, K.F. and Williams, W. (2001). "Media Images of Poor". *Journal of Social Issues*, 57(2): 229-246
- Butler, R.N. (2006). "Combating Ageism: A Matter of Human and Civil Rights", *Ageism in America*. International Longevity, New York.
- Calasanti, T., Sorensen, A. and King, N. (2012). "Anti-ageing Advertisements and Perceptions of Ageing", *Representing Ageing: Images and Identities*. V. Yläanne (ed.). St Martin's Press, New York.
- Calzo, J.P. and Ward, L. (2009). "Media Exposure and Viewers' Attitudes Toward Homosexuality: Evidence For Mainstreaming Or Resonance ?" *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(2), 280-299
- Cengiz, K., Küçükural, Ö. ve Tol, U. (2003). "Yaşlılık Söylemi ve Yaş Ayrımcılığı". *II. Ulusal Yaşlılık Kongresi*. 9-12 Nisan 2003, Denizli, 194-207
- Chasteen, A. (2000). "The Role of Age and Age-Related Attitudes in Perceptions of Elderly Individuals". *Social Psychology*, 22(3): 147-156
- Cohen, J. and Weimann, G. (2000). "Cultivation Revisited: Some Genres Have Some Effects On Some Viewers". *Communication Reports Journal*, 13(2): 99-114
- Croucher, M. S. (2011). "Social Networking and Cultural Adaptation: A Theoretical Model". *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4): 259-264
- Cruikshank, M. (2009). *Learning To Be Old Gender, Culture, and Aging*. Rowman & Littlefield Publishers, USA.
- Cuddy, C. and Fiske, T. (2002). "Doddering but Dear: Process, Content, and Function in Stereotyping of Older Persons", *Ageism : Stereotyping and Prejudice Against Older Person*. T.D. Nelson (ed.). MIT Press, England. 3-26

- Çolakoğlu, E.B. (2011). *Reklamlarda Sosyal Temsil Alanı Olarak Yaşlı Kuşağın Sunumu*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın
- Diefenbach, L.D. and West, M.D. (2007). "Television and Attitudes Toward Mental Health Issues: Cultivation Analysis and the Third-Person Effect". *Journal of Community Psychology*, 35(2): 181–195
- Gerbner, G. (1990). "Epilogue: Advancing on the Path of Righteousness (Maybe), Cultivation Analysis". *New Directions In Media Effects Research* (içinde) Edited by N. Signorielli and M. Morgan
- Gerbner, G. (2003). "What Do We Know?", *Television and Its Viewers* J. Shanahan, and M. Morgan, Cambridge University Press
- Gerbner, G. Gross, L. Melody, W. (1973). "Cultural Indicators: The Third Voice", *Communications Technology and Social Policy*, Edited By G. Gerbner L.Gross W.H. Melody
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. (çev. H. Özel). Kırmızı Yayınları, İstanbul
- Gorham, B. W. (1999). "Stereotypes in the Media: So What?" *Howard Journal of Communications* 10(4): 229-247
- Greenber, J., Schimel, J. and Mertens, A. (2002). "Ageism: Denying the Face of the Future", *Ageism: Stereotyping and Prejudice Against Older Person*. T. D. Nelson (ed.). MIT Press, England. 27-48
- Gürbilek, N. (2001). *Vitrinde Yaşamak-1980'lerin Kültürel İklimi*. Metis, İstanbul.
- Hawkins, P. and Suzanne P. (1982). "Television's Influence on Social Reality" içinde *Television and Behaviour: Ten Years of Scientific Process and Implication for 80'*, Vol. II Technical Reviews , Ed. Pearl vd.,Rocville 224-227.
- Harwood, J. and Giles, H. (1992). "Don't Make Me Laugh": Age Representations In A Humorous Context". *Discourse & Society*, 3(4): 403-436.
- Hoonard, D. K. (2018). "Learning To Be Old: How Qualitative Research Contributes to Our Understanding of Ageism". *International Journal of Qualitative Methods*, (17): 1–8
- İrfanoğlu, V.H. (2017). *Televizyon Dizilerinin İzlenme Durumu Ve Televizyon Dizilerindeki Şiddet Eğiliminin İzleyici Üzerindeki Etkisi: Acımasız Dünya Sendromu Ekseninde Bir*

Araştırma. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

- Karakaş, M. (2013). “Türkiye’nin Kimlikler Siyaseti ve Sosyolojisi, Akademik İncelemeler Dergisi”. *Journal of Academic Inquiries*, 8(2): 1-44
- Kayacan, G. (2017). “Modern Toplumlarda Yaşlılık, Ölüm Algısı ve Yaşçılık”. *MSGSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(15): 15-29
- Khan, H. (2013). “Ageing And Globalization: A Global Analysis”. *Journal of Globalization Studies*, 4(1): 137-146
- Kılınç, Ö. ve Uztuğ, F. (2016). “Televizyon Dizilerinde Yaşlılığın Temsili”. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 36(2): 477-506
- Kite, M. E., Wagner, L. S. and Nelson, T. (2002). “Attitudes Toward Older Adults”, *Ageism: Stereotyping And Prejudice Against Older*. T. D. Nelson (ed.), 129–161 MIT Press, Cambridge.
- Korkmaz, N. (2014) “Türkiye’de Yaşlılık ve Sosyal Politika: Yaşlılık Politikadan Ayrı Düşünülebilir mi?”, *Küreselleşme ve Yaşlılık Eleştirel Gerontolojiye Giriş*. N. Korkmaz ve S. Yazıcı (drl.). Ütopya Yayınları, Ankara
- Kuroğlu, H. ve Salman, S. (2017). “Medyada Yaşlılık ve Türk Sinemasında Yaşlılık Temsili”. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(3): 1-23
- Kurzban, R. Ve Leary, M. (2001). “Evolutionary Origins of Stigmatization: The Functions of Social Exclusion”. *Psychol Bull Journal*, 127(2): 187–208.
- Lee, O., Kim, B.C. and Han, S. (2006). “The Portrayal Of Older People In Television Advertisements: A Cross-Cultural Content Analysis Of The United States And South Korea”. *International J. Aging And Human Development*, 63(4): 279-297
- Lee, C. and Niederdeppe, J. (2010). “Genre-Specific Cultivation Effects: Lagged Associations Between Overall TV Viewing, Local TV News Viewing, And Fatalistic Beliefs About Cancer Prevention”. *Communication Researches*, 38(6): 731-753
- Lev, S., Wurm, S. And Ayalon, L. (2018). “Origins Of Ageism At The Individual Level”. *Contemporary Perspectives on Ageism*, L. Ayalon and C. Tesch-Römer (eds.). 51-73 Springer, Switzerland.
- Levy, R. (2001). “Eradication of Ageism Requires Addressing the Enemy Within”. *The Gerontologist*, 41(5): 578-579

- Lien, S.C., Zhang, Y.B. and Hummert, M.L. (2009). "Older Adults In Prime-Time Television Dramas In Taiwan: Prevalence, Portrayal And Communication". *Journal of Cross Cultural Gerontology*, 24(4): 355-372
- Malhotra, N. K. (2009). *Marketing Research an Applied Orientation*, 6. Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Mendonça, J., Marques, S. and Abrams, D. (2018). "Children's Attitudes Toward Older People: Current and Future Directions", *Contemporary Perspectives on Ageism*. L. Ayalon and C. Tesch-Römer (eds.). 517-549 Springer, Switzerland.
- Milner, C., Norman, K.V. and Milner, J. "The Media's Portrayal of Ageing", (erişim tarihi: 10.03.2019).
- Minkler, M. and Robertson, A. (1991). "The Ideology Of "Age/Race/Wars," Deconstructing A Social Problem". *Ageing and Society*, 11: 1-22
- Monaco J. (2014). *Bir Film Nasıl Okunur?*. (çev. E. Yılmaz), Oğlak Yayıncılık, İstanbul.
- Morgan, M. (2014). *Medyaya Karşı*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Morgan, M. and Signorelli, N. (1990). *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*. Sage Publications, England.
- Morgan. M. and Shanahan, J. (1997). "Two Decades of Cultivation Research: An Appraisal and Meta-Analysis". *Annals Of The International Communication Association Jorunal*, 20(1): 1-45
- Morgan, M. and Shanahhan, J. (2010). "The State of Cultivation". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2): 337-355
- Morgan, M., Signorelli, N. and Shanahan, J. (2015). "Yesterday's New Cultivation, Tomorrow". *Mass Communication and Society*, 18(5): 674-699
- Morgan, M. and Shanahhan, J. (2017). "Television and the Cultivation of Authoritarianism: A Return Visit From an Unexpected Friend". *Journal Of Communication*, 67(3): 424-444
- Narmanlıoğlu, H. (2016). "Televizyon İmajı ve Sosyal Gerçeklik". *Turkish Studies*, 11(2): 935-950
- Nelson D.T (2005). "Ageism: Prejudice Against Our Feared Future Self". *Journal of Social Issues*, 61(2): 207-221

- North, S.M. and Fiske, T.S. (2012). “An Inconvenienced Youth ? Ageism and Its Potential Intergenerational Roots”, *Psychological Bulletin*, 138(5): 982-997
- Okoyeke, U. and Obikeze, D. (2005). “Stereotypes and Perceptions of the Elderly by the Youth in Nigeria: Implications For Social Policy”. *Journal of Applied Gerontology*, 24(5):439-452
- Özer, Ö. (2003). “Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi”. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özer, Ö. (2005a). “Yetiştirme Kuramı: Televizyonla Yaşamın İdeolojik Kültürel Sonuçlarına Yönelik Yapılan Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 5(1)
- Özer, Ö. (2006). “Televizyonun Şiddet Özeline Bilinç Altına yaptığı Etkiye Yönelik Yetiştirme Kuramı Çerçevesinde Yapılan Araştırma”, *I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı Marmara İletişim Fakültesi*, 23-25 Mayıs 2005, İstanbul.
- Özer, Ö ve Geresimova, S. (2010). “Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Türkiye ve Rusya’da Yapılan Araştırma”, *Medyada Şiddet Kültürü*. Ö. Özer (ed.). Literatürk, Konya.
- Özer, Ö. (2011). “Cultivation Theory And Hegemony: A Research From Turkey On Cultivational Role Of Television”, *İnformatologia Journal* 44(3): 187-192
- Özkul, M. ve Kalaycı, I. (2015). “Türkiye’de Yaşlılık Çalışmaları”, *Sosyoloji Konferansları*. 52(2): 259-290
- Palmore, E. (2001). “The Ageism Survey: First Findings”. *The Gerontologist*, 41(5): 572–575
- Pekman, C. (2001). Çokuluslu Reklamcılık, Uluslararası Düzenlemeler ve Ulusal Uygulamalar: Kuralları Kim İster? D. Beybin Kejanlıoğlu, Sevilay Çelenk ve Gülseren Adaklı (Ed.), *Medya Politikaları* (205-243), İmge, Ankara.
- Phillipson, C. (2006). “Ageing and Globalization”, *The Futures of Old Age*. Edit: J. A. Vincent, C. Phillipson and M. Downs (Eds.). Sage Publications, England.
- Pınarbaşı, E., Cevher, R., Yardım, G. ve Enkhtuya, N. (2018). “Şiddet Öğelerinin Televizyonda Kullanılması: Ana Haber Bültenleri Örneği”. *16. International Symposium Communication in The Milenium*. 25-28 Nisan 2018, Eskişehir, 364-378
- Potter, W. J. (1991). “The Relationships Between First And Second Order Measures of Cultivation”. *Human Communication Research*, 18(1): 92–113.

- Potter, W. J. and Riddle, K. (2007). "A Content Analysis Of The Media Effects Literature". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84: 90–104.
- Powell, J.L. (2014). "Küresel Yaşlanma: Eğilimler, Sorunlar ve Karşılaştırmalar", *Küreselleşme ve Yaşlılık*. N. Korkmaz ve S. Yazıcı (der.). 135-166, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Rakoczy, K. and Staudinger, U. (2004). "The Portrayal Of Older People in prime-time Television Series: The Match With Gerontological Evidence". *Ageing and Society*, 24(4): 531-552
- Prieler, M., Ivanov, A. and Hagiwara, S. (2017). "The Representation of Older People in East Asian Television Advertisements". *The International Journal Of Aging and Human Development*, 85(1): 67–89
- Raina, D. and Balodi, G. (2014). "Ageism and Stereotyping of the Older Adults". *Scholars Journal of Applied Medical Sciences*, 2(2): 733-739
- Rozanova, J. (2010). "Discourse Of Successful Aging in The Globe & Mail: Insights From Critical Gerontology". *Journal of Aging Studies*, 24(4): 213-222
- Seate, A.A. and Mastro, D. (2016). "Media's Influence On Immigration Attitudes: An Intergroup Threat Theory Approach". *Communication Monographs Journal*, 83(2): 194-213
- Shanahhan, J. and Morgan, M. (2003). *Television And Its Viewers*. Cambridge Universty Press.
- Shrum, L. J. (2009). "Media Consumption and Perceptions of SocialReality: Effects and Underlying Processes", *Media Effects. Advances in Theory and Research*. J. Bryant and D. Zillmann (Ed.). 69-96, Lawrence Erlbaum Associates.
- Shrum, L. J. And Lee, J. (2011). "The Stories TV Tells: How Fictional TV Narratives Shape Normative Perceptions and Personal Values", *The Psychology Of Entertainment Media*. 147-167
- Shrum, L.J, (2007). "The Implications of Survey Method for Measuring Cultivation Effects". *Human Communication Research*, 33(1): 64-80
- Signorelli, N. (1979). Portroyal of Elderly.
- Signorelli, N. (2004). "Aging on Television: Messages Relating to Gender, Race, and Occupation in Prime-Time". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(2): 279-301

- Sönmez, M. (2013). *Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı*. Yordam Kitap, İstanbul
- Stearns, P. J. (1986). “Old Age Family Conflict: The Perspective Of The Past”, *Elder abuse: Conflict in the Family*. K. A. Pillemer and R. S. Wolf (eds.), 3–24. Dover, MA: Auburn House Publishing
- Taylan, H. H. (2011). *Televizyon Programlarındaki Şiddetin Yetiştirme Etkisi: Konya Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Vernon, A.J., Williams, J.A., Phillips, T. and Wilosn, J. (1990). “Media Stereotyping: A Comparison Of The Way Elderly Women And Men Are Portrayed on Prime-Time Television”. *Journal of Women&Aging*, 2(4): 55-68
- Vickers, K. (2007). “Aging And The Media: Yesterday, Today and Tomorrow”. *Californian Journal of Health Promtion*, 5(3): 100-104

İnternet Kaynakları

- Achenbaum, A. (2015). *A history of ageism since 1969*. <https://www.asaging.org/blog/history-ageism-1969> (erişim tarihi: 24.03.2019)
- Deloitte Türkiye. (2014).“Dünyanın En Renkli Ekranı: Türkiye’de Dizi Sektörü.” <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/tr-media-tv-report.pdf>
- Eisensdadt N. S. (2014). *Modernleşme: Başkaldırı ve Değişim*, (Çev: U. Coşkun). Doğu Batı, İstanbul. http://www.ttb.org.tr/mevzuat/index.php?option=com_content&view=article&id=686:engeller-haklarina-k-slee&catid=6:uluslararasılge&Itemid=36 (erişim tarihi: 10.08.2018).
- Gerbner, G. (1959). “Education And The Challenge Of Massculture”. <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=167> (erişim tarihi: 10.10.2018).
- Gerbner, G. (1960a). “The Individual İn A Mass Culture”, <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=12> (erişim tarihi: 11.10.2018).
- Gerbner, G. (1960b). “The Interaction Model: Perception and Communication”. <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=12> (erişim tarihi: 11.10.2018).

- Gerbner, G. (1963). "A Theory of Communication and Its Implications for Teaching", <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=12> (erişim tarihi: 06.02.2019).
- Gerbner, G. (1966). "Education About Education by Mass Media1". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=164> (erişim tarihi: 11.05.2019).
- Gerbner, G. (1969). "Toward "Cultural Indicators": The Analysis of Mass Mediated Public Message Systems". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=164> (erişim tarihi: 19.04.2019).
- Gerbner, G. (1970). "Cultural Indicators: The Case Of Violence In Television Drama". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=165> (erişim tarihi: 21.05.2019).
- Gerbner, G. and Gross, L. (1976a). "The Scary World of TV's Heavy Viewer". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=27> (erişim tarihi: 01.09.2018).
- Gerbner, G. and Gross, L. (1976b). "Living With Television: The Violence Profile". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=27> (erişim tarihi: 06.01.2019).
- Gerbner, G. (1977). "Television: The New State Religion?". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=27> (erişim tarihi: 06.01.2019).
- Gerbner, G. (1979). "Aging With Television". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=27> (erişim tarihi: 06.05.2018).
- Gerbner, G. (1980). "Death in Prime-time: Notes on the Symbolic Functions of Dying In The Mass Media". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=168> (erişim tarihi: 06.05.2018).

- Gerbner, G. (1992), "Violence and Terror In And By The Media".
<http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=17> (erişim tarihi: 11.05.2018).
- Gerbner, G. (1994). "Cultural Indicators Project Tv Message Analysis".
<http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=17> (erişim tarihi: 11.05.2018).
- Gerbner, G. (2000). "Cultivation Analysis: An Overview".
<http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=200> (erişim tarihi: 07.05.2019).
- Gerbner, G. Gross, L. Morgan, M. and Signorelli N. (1977). "Aging With Television"
<http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=27> (erişim tarihi: 06.05.2018).
- Gerbner, G. Gross, L. Morgan, M. and Signorelli, N. (1979). "Aging With Television Images".
<http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=27> (erişim tarihi: 26.02.2019).
- Gerbner, G. Gross, L. Morgan, M. and Signorelli N. (1980). The "Mainstreaming" of America: Violence Profile No.11".
<http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=168> (erişim tarihi: 16.10.2018).
- Gerbner, G. Gross, L. Morgan, M. and Signorelli N. (1982). "Charting The Stream: Television's Contributions To Political Orientations".
<http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=168> (erişim tarihi: 10.10.2018).
- Gerbner, G. Gross, L. Morgan, M. and Signorelli N. (1994). "Growing Up With Television: The Cultivation Process".
<http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=17> (erişim tarihi: 21.02.2019).
- Gerbner, G. Gross, L. Morgan, M. and Signorelli, N. (1981a). "Aging With Television Commercials: Images on Television Commercials And Dramatic Programming".
<http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=168> (erişim tarihi: 22.02.2019).

- Gerbner, G. Gross, L. Morgan, M. and Signorelli, N. (1981b). "Television's Contribution To Sex-Role Stereotypes And Public Morality: Toward A Theory Of Conditional Effects". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=168> (erişim tarihi: 22.08.2019).
- Hawkins, P., Pingree, S. and Adler, I. (1987). "Searching For Cognitive Processes In The Cultivation Effect". *Human Communication Research*, (13): 553-577. http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015_Report.pdf (erişim tarihi: 20.05.2018)
- Lent, A. (1992). "Interview With George Gerbner". <http://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=39&packageID=17> (erişim tarihi: 04.04.2019).
- Minnebo, J. and Eggermont, S. (2007). "Watching The Young Use Illicit Drugs: Direct Experience, Exposure To Television And The Stereotyping Of Adolescents' Substance Use". <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/110330880701500202?journalCode=youa> (erişim tarihi: 13.06.2019).
- Nielsen Wire, Nielsen Estimates 119.9 Million Tv Homes in The U.S. For The 2018-2019 Tv Season <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2018/nielsen-estimates-119-9-million-tv-homes-in-the-us-for-the-2018-19-season/> (erişim tarihi: (08.08.2019).
- Ofcom. (2017). International Communications Market Report. <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/multi-sectorresearch/cmr/cmr-2017/international> (erişim tarihi: (08.08.2019).
- Pickering, M. (2015). "Stereotyping and Stereotypes". https://www.researchgate.net/publication/316367765_Stereotyping_and_Stereotypes (erişim tarihi: 14.12.2018).
- RTÜK, https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyuarastirmalari/3890/5776/televizyon_izleme_egilimleri_arastirmasi_2018.html (erişim tarihi: 02.04.2019).
- RTÜK, Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri (erişim tarihi: 23.05.2019).
- Singh, V. (2007). Women And The Glass Ceiling, <https://Www.Researchgate.Net/Publication/265291871> (erişim tarihi: 01.03.2019).

Statista, Number of TV Households in Europe From 2009 to 2017 (in million households)

<https://www.statista.com/statistics/370199/households-with-a-television-in-europe/>

(erişim tarihi: 01.03.2019).

Şentürk, R. (2018). “*Türk Televizyon Dizisi Efsaneler ve Gerçekler*”

<https://www.academia.edu/37658228> (erişim tarihi: 20.01.2019).

Tüik, (2018). Nüfus Oranı <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> (erişim tarihi:

12.02.2019).

Tüik, (2017). Yoksulluk Oranı <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27823>

(erişim tarihi: 12.02.2019).

U.N.http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2015_

Report.pdf

U.N.[https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-the-](https://www.un.org/development/desa/publications/world-population-prospects-the-2017-revision.html)

2017-revision.html

We Are Social, <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (erişim tarihi: (01.08.2019).

EK 1- Anket Soruları

Aşağıdaki anket Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde Prof. Dr. Seçil DEREN VAN HET HOF'un danışmanlığında Hasan Cem Çelik tarafından yürütülmekte olan doktora çalışmasının araştırma sorularını oluşturmaktadır. Araştırmaya katılmak tamamen gönüllülük ilkesine bağlıdır. Bu çalışmadan elde edilen bilgiler, doktora tezinde ve bu tezden üretilen makale ve bilimsel toplantılarda kullanılacaktır. Veriler toplu olarak değerlendirilecek ve kesinlikle kişisel bilgiler değerlendirilmeyecektir. Ankete katılmak için ad, adres, telefon, elektronik posta gibi kişisel bilgiler verilmesi gerekmemektedir. Ankete katılmayı kabul ediyorsanız aşağıdaki onay butonuna tıklayarak devam edebilirsiniz.

Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Aşağıda 1 ve 32 arasında yer alan sorularda 1: "Tümüyle Katılmıyorum" ve 5: "Tümüyle Katılıyorum" uçları arasında sizi en çok yansıttığını düşündüğünüz seçeneklerden birisini işaretleyiniz. Eğer konu hakkında fikriniz yok ise lütfen 3 şıkkını işaretleyiniz

1. Genel olarak söylersek günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.
1 2 3 4 5
2. Genel olarak söylersek günümüzde insanlara güvenilmez.
3. Genel olarak söylersek birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır.
4. Genel olarak söylersek insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler.
5. Genel olarak söylersek toplumda başarılı olmak için, kıyasıya yarışmak gerekir.
6. Genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur.
7. Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir.
8. Genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır.
9. Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır.
10. Genel olarak söylersek artık, gündüzleri de tehlikeli olmaya başlamıştır.
11. Genel olarak söylersek günümüzde artık, kadına yönelik şiddet sıradan bir şey haline gelmiştir.
12. Genel olarak söylersek günümüzde İstanbul tehlikeli bir şehirdir.
13. Genel olarak söylersek günümüzde büyük şehirler tehlikeli olmuştur.

14. Genel olarak söylersek, yetişkin nüfusu artmaktadır.
15. Genel olarak söylersek, zenginlerin sayısı artmaktadır.
16. Genel olarak söylersek, aile önemini hâlâ korumaktadır.
17. Genel olarak söylersek, karşı cinsle ilişki yaşamak insan için önemlidir.
18. Genel olarak söylersek, başarılı olmak için ciddi olmak gerekir.
19. Genel olarak söylersek, suç işleyen insanların oranı yükselmektedir.
20. Genel olarak söylersek, yaşam şartları suç işlemeye yöneltmektedir.
21. Genel olarak söylersek, mutlu insanlar başarılı olmaktadır.
22. Genel olarak söylersek, kahramanlar mutlu insanlardır.
23. Genel olarak söylersek, ciddi olmak sempatik olmak için engel değildir.
24. Genel olarak söylersek, güçlü olmak için soğuk olmak gerekir.
25. Genel olarak söylersek, yaş ilerledikçe boşanma oranı da artmaktadır.
26. Genel olarak söylersek, zenginler daha uzun yaşamaktadırlar.
27. Genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması kanunsuz işler yapmasına engel değildir.
28. Genel olarak söylersek, bir insanın yaşlı olması mutlu olmasını sağlamaz.
29. Genel olarak söylersek, yaşlılar sert mizaçlıdır.
30. Genel olarak söylersek, zengin yaşlı olmak romantik ilişki yaşamının önünde engel değildir.
31. Genel olarak söylersek, yaşlanma sosyal ilişkilere engel değildir.
32. Genel olarak söylersek, yaşlı insanlara saygı duyulmaktadır.
33. Yaşınız (açık uçlu)
34. Cinsiyetiniz:
35. En son mezun olduğunuz okul:
 - İlkokul
 - Terk
 - İlkokul
 - Ortaokul
 - Lise
 - Yüksekokul
 - Üniversite
 - Yüksek Lisans
 - Doktora
36. Aylık hane geliriniz: (açık uçlu)
37. Günde ortalama ne kadar televizyon izliyorsunuz? Lütfen belirtiniz. (açık uçlu)

- 38.** Televizyonda dizi izliyor musunuz? Evet – Hayır (koşullu soru – hayır denmesi durumunda anket sonlandırılacaktır)
- 39.** Evinizde televizyon kaç saat açık kalıyor? (açık uçlu)
- 40.** Son 1 ay içerisinde ana haber sonrası yayınlanan kaç diziyi düzenli olarak takip ettiniz? (açık uçlu)
- 41.** Son 1 ay içinde düzenli olarak izlediğiniz televizyon dizisi/dizileri hangisidir? Aralarında boşluk bırakarak istediğiniz miktarda dizi ismi yazabilirsiniz. (Araştırmada incelenen 24 dizinin adı ve ek olarak “diğer” seçeneği / çoklu seçim)



EK 2- Program Kodlama Çizelgesi

Tarih:					
Kanalın Adı:					
Programın Türü:					
Programın Adı:					
Programın Konusu:					
Haber No:					
Reklam No:					
P1	Programın Tonu	0 Kodlanamaz 1 Çoğunlukla mizahi, komik, açık (hafif) 2 Karışık: Ne hafif ne ciddi 3 Oldukça ciddi			
P2	Olayın Geçtiği Yer	0 Kodlanamaz 5 Güney Doğu	1 İstanbul 6 Amerika	2 Ankara 7 Avrupa	3 İzmir 8 Diğer
P3	Olay Tarihi	0 1900 öncesi 1 1900-1939 2 1939-1973 3 1973-2018 4 Şimdi 5 Gelecek			
P4	Habitat	0 Belirsiz 3 Kırsal alan (köy, çiftlik vb.) 5 Hareketli (uçak, gemi vb.) 6 Karışık ise: Transatlantik, İstanbul ve kasaba yazabilirsın			
1 Büyük şehir 2 Kasaba 4 Yerleşime açık olmayan (çöl vb.)					
Konular, temalar, başlıklar ve 5 ile 24 arasında sıralanan yaşamın yönleri, programda (eğer varsa) vurgulanmalarına göre kodlanacaktır					
0 Konuya hiçbir önem verilmemiş 1 Konu tesadüfi olarak çok az yer almış 2 Konu gayet belirgin 3 Konu programın odak noktası					
P 5	Doğa: Hayvanlar, element, doğal kaynak, çiftçilik, avcılık	0	1	2	3
P 6	Doğaüstü: Mistisizm, hurafe, hayalet, astroloji, mucize, büyü vb.				
P 7	Bilim: Teknoloji, icat vb.				
P 8	Siyaset: Devlet, yasama				
P 9	Yasa Uygulayıcı ve Adalet Uygulayıcı: Polis, yargılama, mahkeme				
P 10	Suç: Yolsuzluk, yasadışılık				
P 11	Kitle İletişimler ve Eğlence: Basın, radyo-tv, gösteri, popüler sporlar				
P 12	İş Dünyası (Ekonomi): Sanayi, iş gücü, üretim				
P 13	Okullar: Eğitim, öğrenci, öğretmen				
P 14	Din: İbadethaneler, ruhban sınıfı				
P 15	Finansal Başarı: Ödül, miras, fakirlik, finansal zorluk				
P 16	Cinsiyetler Arası Yakın İlişkiler ve Dostluklar: İşbirlikçi veya düşmanca olup olmadığı, aşk, seks, fuhuş, sadizm				
P 17	Ev: Aile, evlilik, aile içi sorunlar, çocuklar, gençlik yaşlanma				
P 18	Azınlık Gruplar: Yabancı ülkeler ve insanlar, beyaz olmayanlar, dini ve etnik azınlıklar				
P 19	Silahlı Kuvvetler: Düzenli ya da düzensiz, savaşta ve barışta				
P 20	Ailenin Önemi: Aileye sahip olmanın ya da ait olmanın olumlu yönleri				
P 21	Yaşlanma Korkusu: Yaşlandığını inkar ve yaşlanmaktan korku				
P 22	Eksantrik Davranış: Tuhaf davranışlar				
P 23	Anne ve Babaya Karşı Suçlar				
P 24	Ölüm				

P 25	Fiziki Handikap: Objektif olarak belirlenebilen handikapları kapsar						
P 26	Fiziki Hastalıklar: Yaralanma, silahla vurulma, kırık bacak gibi. Tedavi, terapi tıbbi müdahale gerektirenler. Detay ver:						
P 27	Zihinsel Hastalıklar: Detay ver:						
28 ve 29. temaların prezentasyonlarını ve eğer varsa bunların zararlı etkilerini kodla							
0 Temaya önem verilmemiş							
1 Temaya değinilmiş ancak zararlı etkilerine değinilmemiş							
2 Zararlı etkilerine dikkat çekilmiş ancak bunlar uygun olarak gösterilmiş							
3 Zararlı etkilerine gereken dikkat çekilmiş ve bu da ana yoğunlaşma konusu olmuş							
P 28	Uyuşturucu ya da Narkotik	0	1	2	3		
P 29	Alkol	0	1	2	3		
P 30	Silahlı Kuvvetlerin Yapısı	0 Silahlı kuvvetler gösterilmemiş 1 Resmi (düzenli), devlet tarafından organize edilen silahlı kuvvetler gösterilmiş 2 Resmi olmayan düzensiz güçler gösterilmiş 3 Hem düzenli hem de düzensiz güçler gösterilmiş					
P 31	Silahlı Kuvvetlerin Rolü	0 Silahlı kuvvetler gösterilmemiş 1 Barış dönemindeki silahlı kuvvetler gösterilmiş 2 Savaş döneminde olan ancak gerçek savaşta olmayan silahlı kuvvetler gösterilmiş 3 Savaşan silahlı kuvvetler gösterilmiş: Çatışma görüntüsü gereklidir					
P 32	Format Göz Önüne Alınmaksızın Şiddetin Ciddiyeti	0 Şiddet yok 1 Kesin bir biçimde ciddi 1 Kesin bir biçimde mizahi 2 Kısmen mizahi 3 Komedi olsa bile çoğunlukla gerçek şiddet					
P 33	Şiddetin Anlamlılığı	0 Şiddet yok 1 Kısmen şiddet var ama kazara gösterilmiş 2 Gösterilen şiddet anlamlı, hikâye ve ana karakterler açısından önemli 3 Şiddet gösterimin ana özelliği					
34 ve 38. Temalar cinsel davranış ya da etkileşimin görünüşü ya da seksin tanımlanması üzerine yoğunlaşır.							
P 34	Cinsel Tasvirin Tipi	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Cinsel hiçbir tasvir yok 2 Sadece heteroseksüel tasvir 3 Sadece homoseksüel tasvir 4 Karışık: Hem heteroseksüel, hem homoseksüel hem de biseksüel tasvir					
P 35	Ciselliğin Tasvir Ediliş Biçimi	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Cinsel hiçbir etkileşim yok 2 Sadece sözel ifadeler var ancak çok aleni değil 3 Sadece sözel ifadeler var ve çok aleni 4 Sadece sözel ifadeler var, karışık açık ve kapalı 5 Hem fiziksel hem de sözel					
P 36	Cinsel Tasvirin Ciddiyeti	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Cinsel hiçbir tasvir yok 2 Çoğunlukla yalın veya komik seksüel tasvirler var 3 Karışık 4 Çoğunlukla ciddi seksüel tasvirler var 5 Diğer:					
P 37	Cinsel Tasvirin Derecesi	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Cinsel hiçbir tasvir yok 2 Bazı cinsel tasvirler var ancak kazara gösterilmiş 3 Gösterilen belirgin seksüel tasvirler var, hikaye ve ana karakter açısından önemli 4 Seksüel tasvir hikayenin ana özelliği					
P 38	Şiddet ve Seksüel Etkileşim	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Seksüel hiçbir etkileşim yok 2 Şiddet içermeyen seksüel etkileşim 3 Şiddetle bağlantılı seksüel etkileşim 4 Şiddetle bağlantılı sözel seksüel etkileşim 5 Şiddetle bağlantılı hem sözel hem de fiziksel seksüel etkileşim					
39 ve 51 arasında yer alan seksüellikle ilişkili değişkenlerin görüntülenmesini kodla. Her değişkenin her iki görünüşünü de kodladığından emin olmalısın.							
İMA			ACIKCA				
0 Kodlanamaz, Açıklama:			0 Kodlanamaz, Açıklama:				
1 Hiçbir ima yok			1 Hiçbir açık referans yok				
2 Sözel ve fiziksel imalar yapılmıştır			2 Sözel ya da fiziksel açık referans var				
P 39	Fiziksel Temas: El kol tutma, saç okşama	0	1	2	0	1	2
P 40	Öpme						
P 41	Kucaklama						
P 42	Flört-Ayartma						
P 43	Sosyo Seksüel Normlar: Evlilik öncesi, evlilik dışı, yaş farklılıkları						

P 44	Heteroseksüellik					
P 45	Cinsel Yetersizlik: Soğukluk					
P 46	Homoseksüellik					
P 47	Tecavüz					
P 48	Cinsel Ticaret					
P 49	Sadizm, Mazoşizm, vb.					
P 50	Çıplaklık: Kısmen					
P 51	Çıplaklık: Tamamen					
52 ve 54. Seksüel temaları verilen şıklara göre kodla						
0 Kodlanamaz, Açıklama:						
1 Görünmez						
2 Görünür						
P 52	Gebelikten Korunma		0		1	2
P 53	Okşama Terimleri		0		1	2
P 54	Teşhire yönelik seksi giyim eşyaları		0		1	2

EK 3- Ana Karakter

AK 1	İnsanlık	0 Kodlanamaz 1 İnsan 2 İnsanlaştırılmış konuşan hayvan, makine, şey veya yaratık 3 İnsanlaştırılmamış hayvan, makine, şey veya yaratık
AK 2	Cinsiyeti	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Kadın 2 Erkek 3 Diğer, Cinsiyet yok
AK 3	Kronolojik Yaş	
AK 4	Sosyal Yaş	0 Kodlanamaz 1 Delikanlılık öncesi ve delikanlılık dönemi 2 Genç Yetişkin, (20'lerin ortası 30'ların başı) 3 Yetişkin (aile ve kariyeri oturmuş) 4 Yaşlı
AK 5	Irkı	0 Türk ve Ülkenin Batısı 1 Kürt 2 Arap 3 Laz 4 Egeli 5 Doğulu 6 Batılı 7 İç Anadolu'lu 8 Yabancı
AK 6	Sosyo Ekonomik Statü	0 Kodlanamaz, Diğer: 1 Açıkça üst sınıf 2 Orta Sınıf 3 Açıkça alt sınıf
AK 7	Meslek	0 Ayırt edici iş faaliyeti yok, karışık, Diğer: 1 Eğlence, sanat, spor, kitle iletişim 2 Tarım, çiftçilik, doğa, hayvanlar 3 İşletme, sanayi, finans, taşıma, özel acente 4 Devlet, mahkemeler, hukuk, resmi görevli 5 Sağlık, tıbbi, sosyal refah ve hizmetler 6 Eğitim (öğrenci, öğretmen vb.) 7 Bilim 8 Din 9 Yasadışı işler
AK 8	Fiziksel Handikap	0 Var 1 Yok
AK 9	Fiziki Hastalık	0 Var 1 Yok
AK 10	Zihinsel Hastalık	0 Var 1 Yok
AK 11	Uyuşturucu	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Referans yok 2 Kullanıyor 3 Çok Kullanıyor 3 Kullanmıyor
AK 12	Sigara	0 Kodlanamaz 1 İhtiyine yada içmediğine dair spesifik bilgi yok 2 Kullanıyor 3 Tiryaki
AK 13	Alkol	0 Kodlanamaz 1 İhtiyine yada içmediğine dair spesifik bilgi yok 2 Kullanıyor 3 Alkolik olduğu anlaşılıyor 4 Alkol bağımlısı olduğuna dair spesifik bilgi var
AK 14	Görüntü Bozukluğu	0 Kodlanamaz 1 Karakterin herhangi bir görüntü bozukluğu yok 2 Karakterde az miktarda görüntü bozukluğu var 3 Karakterde orta miktarda görüntü bozukluğu var 4 Karakterde ciddi miktarda görüntü bozukluğu var

AK 15	Kiminle Birlikte Yaşıyor	0 Kodlanamaz ya da zorla bir yerde yaşamaya tabi tutulmuş, Açıklama: 1 Kiminle yaşadığı tam olarak belirlenemiyor 2 Yalnız yaşıyor 3 Yalnız çocukları ile yaşıyor 4 Yalnız eşi ile yaşıyor 5 Çocukları ve eşi ile yaşıyor 6 Sadece annesi ile yaşıyor 7 Sadece babası ile yaşıyor 6 Eşi, çocukları ve diğerleri ile yaşıyor 7 Sadece aile üyesi olmayan diğerleri ile yaşıyor 8 Sadece aile üyesi olmayan yaşlılar ile yaşıyor 9 Yukarıdakilerin karışımı, Açıklama:
AK 16	Eğer Ailesi Var İse	0 Kodlanamaz 1 Karakterin aileye sahip olduğuna dair hiçbir referans yok 2 Karakterin ailesi olmadığına dair spesifik bilgi var 3 Karakterin ailesi var ama onlar ile görüşmüyor 4 Karakterin ailesi var, onlarla ilişkisine değiniliyor ancak görünen bir şey yok 5 Karakterin ailesi var onlarla ilişkisi görünüyor
AK 17	Medeni Hali	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Evli değil 2 Yakın zamanda evlenecek 3 Evli 4 Ayrı yaşıyorlar 5 Dul veya boşanmış 6 Yeniden evlenmiş 7 Şu an birisiyle birlikte yaşıyor 8 Biten ilişkisinin hala etkisinde ve onu seviyor 9 Karışık, Açıklama:
AK 18	Bakıcı	0 Karakter ev bakıcısı olarak gösterilmemektedir 1 Karakter ev bakıcısı olarak gösterilmektedir
AK 19	Anne ve Babalar	0 Kodlanamaz 1 Karakterin anne ve babası görülmektedir 2 Sadece anne görülmekte 3 Sadece baba görülmekte 4 Anne ve babaya değinilmekte ancak gösterilmemektedir 5 Anne ve babaya dair hiçbir referans yok
AK 20	Öz Çocuklar	0 Kodlanamaz, çocuk sahibi olup olmadığına dair bilgi yok, hiç çocuğu olmamış 1 Karakterin öz çocuğu var ya da daha önce olmuş
AK 21	Üvey Çocuklar	0 Kodlanamaz karaktere bağımlı çocuk yok 1 Karakterin yasal sorumluluğunda çocuğu var 2 Karakterin sınırlı sorumlulukta olan çocuğu var, Açıklama:
AK 22	Diğer Akrabalar	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Akrabalar görünüyor 2 Akrabalara dair referans var ancak görünmüyor 3 Akrabalara dair referans yok
AK 23	Karakter için Aile Yaşamı Önemli mi?	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Evet 2 Hayır
AK 24	Seksüel Oryantasyon	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Kanıt veya referans yok 2 Karakterin heteroseksüel olduğuna dair kanıt ya da davranışlar var 3 Karakterin biseksüel olduğuna dair kanıt ya da davranışlar var 4 Karakterin homoseksüel ya da lezbiyen olduğuna dair kanıt ya da davranışlar var
AK 25	Romantik Katılım	0 Kodlanamaz, Açıklama 1 Karakterin hiçbir romantik ilişkisi yok 2 Karakterin karşılıklı bir ilişkisi var 3 Başkasının aşık olduğu biri ile ilişkisi var

		4 Karakterin platonik bir ilişkisi var 5 Biten ilişkisinin hala etkisinde ve onu seviyor 6 Birisinden hoşlanıyor ama bu durumu ona açıklayamıyor 7 Karışık, yukarıdakilerin herhangi birinden fazla	
AK 26	Cinsel Çekiciliği	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Seksi değil 2 Çekici ancak seksi resmedilmemiş 3 Cinsel çekiciliği var ama abartılmamış 4 Kışkırtıcı kıyafetler, duruşlar, cinsel olarak çekici davranışlar, sözlü anlatımlar sergiliyor	
AK 27	Karakterin Rolü	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Çoğunlukla az komik 2 Ne ciddi ne ciddi değil, karışık, çok açık değil 3 Genellikle ciddi	
AK 28	Karakterin Tipi	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 İyi, kahraman, pozitif 2 Karışık, çok net değil, hem iyi hem kötü 3 Kötü, hain, negatif	
AK 29	Başarı	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Karakter açıkça başarılı 2 Karışık, hem başarılı hem başarısız 3 Karakter açıkça başarısız	
AK 30	Mutluluk	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Karakter açıkça mutlu 2 Karışık, çok net değil 3 Karakter açıkça mutsuz	
AK 31	Karakter Tarafından İşlenen Suç	0 Karakter suç işlememiştir 1 Karakter suç işlemiştir	
AK 32	Karakter Tarafından Yapılan Şiddet Hareketleri	0 Şiddet uygulamamış 1 Ölümcül olmayan şiddet uygulamış 2 Öldürücü şiddet uygulamış ancak sonucunda ölüm olmamış 3 Öldürücü şiddet uygulamış	
AK 33	Karakterin Maruz Kaldığı Şiddet Hareketleri	0 Karakter şiddete maruz kalmamış 1 Ölümcül olmayan yâda tedavi edilebilir şiddete maruz kalmış 2 Öldürücü bir şiddete maruz kalmış ancak ölmemiş 3 Öldürülmüş	
AK 34	Antipatik		
AK 36	Adil Değil		
AK 38	Asosyal		
AK 40	Soğuk		
AK 42	Zayıf Karakterli		
AK 44	Kuvvetsiz		
AK 46	Kısa		
AK 48	Aptal		
AK 50	Rasyonel Değil		
AK 52	Dengesiz		
AK 54	Beceriksiz		
AK 56	Kadımsı		
AK 58	Yaşlı		
AK 60	Mutsuz		
AK 62	Fakir		
			Sempatik
			Adil
			Sosyal
			Sıcak
			Güçlü
			Kuvvetli
			Uzun
			Zeki
			Rasyonel
			Dengeli
			Becerikli
			Erkeksi
			Genç
			Mutlu
			Zengin

AK 64	Kirli						Temiz
AK 66	Şiddetçi						Barışçı
AK 68	Engelleyici						Destekleyici
AK 70	Kilolu						Zayıf
AK 71	Agresif						Sakin
AK 72	İddiasız						İddialı



EK 4- Yan Karakter

YAN 1	İnsanlık	0 Kodlanamaz 1 İnsan 2 İnsanlaştırılmış konuşan hayvan, makine, şey veya yaratık 3 İnsanlaştırılmamış hayvan, makine, şey veya yaratık			
YAN 2	Cinsiyeti	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Kadın 2 Erkek 3 Diğer, Cinsiyet yok			
YAN 3	Kronolojik Yaş				
YAN 4	Sosyal Yaş	0 Kodlanamaz 1 Delikanlılık öncesi ve delikanlılık dönemi 2 Genç Yetişkin, (20'lerin ortası 30'ların başı) 3 Yetişkin (aile ve kariyeri oturmuş) 4 Yaşlı			
YAN 5	Irkı	0 Türk ve Ülkenin Batısı 5 Doğulu	1 Kürt 6 Batılı	2 Arap 7 İç Anadolu'lu	3 Laz 4 Egeli 8 Yabancı
YAN 6	Sosyo Ekonomik Statü	0 Kodlanamaz, Diğer: 2 Orta Sınıf			
YAN 7	Meslek	0 Ayırt edici iş faaliyeti yok, karışık, Diğer: 1 Eğlence, sanat, spor, kitle iletişim 2 Tarım, çiftçilik, doğa, hayvanlar 3 İşletme, sanayi, finans, taşıma, özel acente 4 Devlet, mahkemeler, hukuk, resmi görevli 5 Sağlık, tıbbi, sosyal refah ve hizmetler 6 Eğitim (öğrenci, öğretmen vb.) 7 Bilim 8 Din 9 Yasadışı işler			
YAN 8	Medeni Hali	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Evli değil 2 Yakın zamanda evlenecek 3 Evli 4 Ayrı yaşıyorlar 5 Dul veya boşanmış 6 Yeniden evlenmiş 7 Şu an birisiyle birlikte yaşıyor 8 Karışık, Açıklama:			
YAN 9	Bakıcı	0 Karakter ev bakıcısı olarak gösterilmemektedir 1 Karakter ev bakıcısı olarak gösterilmektedir			
YAN 10	Fiziksel Handikap	0 Var	1 Yok		
YAN 11	Fiziki Hastalık	0 Var	1 Yok		
YAN 12	Zihinsel Hastalık	0 Var	1 Yok		
YAN 13	Alkol ?	0 Referans Yok	1 Kullanıyor	2 Kullanmıyor	3 Alkolik
YAN 14	Mutluluk	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Karakter açıkça mutlu 2 Karışık, çok net değil 3 Karakter açıkça mutsuz			
YAN 15	Öz Çocuklar	0 Kodlanamaz, çocuk sahibi olup olmadığına dair bilgi yok, hiç çocuğu olmamış 1 Karakterin öz çocuğu var ya da daha önce olmuş			
YAN 16	Üvey Çocuklar	0 Kodlanamaz karaktere bağımlı çocuk yok 1 Karakterin yasal sorumluluğunda çocuğu var			
YAN 17	Karakterin Tipi	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 İyi, kahraman, pozitif 2 Karışık, çok net değil 3 Kötü, hain			
YAN 18	Başarı	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Karakter açıkça başarılı 2 Karışık, çok net değil 3 Karakter açıkça başarısız			

YAN 19	Karakter Tarafından Yapılan Şiddet Hareketleri	0 Şiddet uygulamamış 1 Ölümcül olmayan şiddet uygulanmış 2 Öldürücü şiddet uygulanmış
YAN 20	Karakterin Maruz Kaldığı Şiddet Hareketleri	0 Karakter şiddete maruz kalmamış 1 Ölümcül olmayan yada tedavi edilebilir şiddete maruz kalmış 2 Öldürücü bir şiddete maruz kalmış
YAN 21	Cinsel Çekiciliği	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Seksi değil 2 Çekici ancak seksi resmedilmemiş 3 cinsel çekiciliği var ama abartılmamış 4 kışkırtıcı kıyafetler, duruşlar, cinsel olarak çekici davranışlar, sözlü anlatımlar sergiliyor
YAN 22	Romantik Katılım	0 Kodlanamaz, Açıklama 1 Karakterin hiçbir romantik ilişkisi yok 2 Karakterin karşılıklı bir ilişkisi var 3 Başkasının aşık olduğu biri ile ilişkisi var 4 Karakterin platonik bir ilişkisi var 5 Biten ilişkisinin hala etkisinde ve onu seviyor 6 Birisinden hoşlanıyor ama bu durumu ona açıklayamıyor 7 Karışık, yukarıdakilerin herhangi birinden fazla

EK 5- Yaşlı Karakter

YŞA 1	Mesleği ?	0 Kodlanamaz 1 Bilgi yok 2 Emekli ya da çalışmıyor 3 Part-time çalışıyor 4 Tam zamanlı çalışıyor 5 Ev hanımı				
YŞA 2	Gelir Kaynağı	0 Kodlanamaz	1 Geliri Yok	2 SSK	3 Emekli Maaşı	4 Aile Desteği
YŞA 3	Nerede Yaşiyor	0 Kodlanamaz	1 Görünmüyor	2 Ev	3 Diğer aile üyelerinin yanında	4 Devlet Kurumu (Huzurevi)
YŞA 4	Kiminle Yaşiyor?	0 Kodlanamaz	1 Yalnız	2 Eşi ve Çocukları ile	3 Sadece eşi ile	4 Sadece çocukları ile
YŞA 5	Kısa Dönemli Bulunduğu Ortam	0 Kodlanamaz	1 Hemşire Yardımı	2 Hastane	3 Akıl Hastanesi	4 Hapishane
YŞA 6	Öldü mü?	0 Kodlanamaz	1 Ölmedi	2 Yalnız Başına Öldü	3 Ailesinin Yanında Öldü	4 Başkalarının Yanında Öldü
YŞA 7	Ölüm Nedeni	0 Ölmedi	1 Kısa Dön. Hastalık	2 Uzun Dön. Hastalık	3 Kaza ya da Afet	4 Cinayet
YŞA 8	Ölmeden Önce Acı Çekti mi?	0 Ölmedi	1 Bilmiyoruz	2 Çekmedi	3 Biraz Çekti	4 Çok Çekti
YŞA 9	Nerede Öldü?	0 Ölmedi	1 Hastanede	2 Ambulansta	3 Herhangi bir yerde (sokak vb.)	
YŞA 10	Öleceğini Nasıl Biliyordu?	0 Ölmedi	1 Bilmiyordu	2 Kendisi	3 Doktor Söyledi	4 Ailesi Söyledi
YŞA 11	Herhangi Bir Hastalığı?	0 Yok	1 Var: Açıklama:			
YŞA 12	Hafıza Kaybı?	0 Yok	1 Ara Sıra	2 Sık Sık	3 Mental Hastalık Sonucu	Alkol vb Sonucu
YŞA 13	Uyumsuz Konuşma, Kahkaha?	0 Yok	1 Ara Sıra	2 Sık Sık	3 Mental Hastalık Sonucu	Alkol vb Sonucu
YŞA 14	Gerçeklikle Temas Kaybı?	0 Yok	1 Ara Sıra	2 Sık Sık	3 Mental Hastalık Sonucu	Alkol vb Sonucu
YŞA 15	Halüsinasyon, Takıntı, Duyguları Kontrolsüzlük	0 Yok	1 Ara Sıra	2 Sık Sık	3 Mental Hastalık Sonucu	Alkol vb Sonucu
YŞA 16	Konsantrasyon Kaybı?	0 Yok	1 Ara Sıra	2 Sık Sık	3 Mental Hastalık Sonucu	Alkol vb Sonucu
YŞA 17	Mental Problemler?	0 Yok	1 Ara Sıra	2 Sık Sık	3 Mental Hastalık Sonucu	Alkol vb Sonucu
YŞA 18	Paranoya, Şizofreni vb.	0 Açık Belirti Yok	1 Açık Belirti Var			
YŞA 19	Bunama?	0 Açık Belirti Yok	1 Açık Belirti Var			
YŞA 20	Fiziksel Hareketliliği Kısıtlı mı?	0 Yok	1 Kısmen, Ancak Yardımsız Yürür	2 Yardımlı Yürür	3 Sandalyede	

YŞA 21	Fiziksel Acı?	0 Yok	1 Çekmiyor	2 Biraz Çekiyor	3 Çok Acı Çekiyor	
22 ve 41 arasında yer alan aktivitelere denk gelen şıkkı işaretleyiniz						
0 Kodlanamaz						
1 Hayır						
2 Evet						
YŞA 22	Tv İzliyor mu?	0	1	2		
YŞA 23	İnsanları Ziyaret Ediyor mu?	0	1	2		
YŞA 24	İnsanlar Onu Ziyaret Ediyor mu?	0	1	2		
YŞA 25	Bağ Bahçe işi?	0	1	2		
YŞA 26	Yürüyüşe Çıkıyor mu?	0	1	2		
YŞA 27	Yazıyor ya da okuyor mu?	0	1	2		
YŞA 28	Araç Kullanıyor mu?	0	1	2		
YŞA 29	Dans Ediyor mu?	0	1	2		
YŞA 30	Müzik Dinliyor mu?	0	1	2		
YŞA 31	Müzik Aleti Kullanıyor mu?	0	1	2		
YŞA 32	Şarkı Söylüyor mu?	0	1	2		
YŞA 33	Sinema Opera ?	0	1	2		
YŞA 34	Spor?	0	1	2		
YŞA 35	Alışveriş?	0	1	2		
YŞA 36	Temizlik?	0	1	2		
YŞA 37	Kart Oyunu?	0	1	2		
YŞA 38	Restoran, Gece Kulübü?	0	1	2		
YŞA 39	İbadethane?	0	1	2		
YŞA 40	Seyahat?	0	1	2		
YŞA 41	Aktiviteleri Kendisi mi yapıyor?	0	1	2		
YŞA 42	Karakterin Tipi?	0 Kodlanamaz	1 İyi	2 Karışık	3 Kötü	
YŞA 43	Romantik İlişkisi Var mı?	0 Kodlanamaz	1 İlişkisi Yok	2 Karşılıklı İlişkisi Var	3 Platonik	
YŞA 44	Karakter kendini acındırıyor mu?	0 Kodlanamaz	1 Hayır	2 Evet		
YŞA 45	İyi Bir Hayat Sürüyor mu?	0 Kodlanamaz	1 Hayır	2 Evet		3 Ortalama

YŞA 46	Yaş Ayrımcılığa Uğradı mı?	0 Hayır	1 Ciddiye Alınmadı	2 İşe Alınmadı	3 Diğer:		
<p>47 ve 60 arasında yer alan muamele ya da resmedişlere denk gelen şıkkı işaretleyiniz</p> <p>0 Kodlanamaz 1 Asla 2 Kısmen 3 Sıklıkla 4 Her zaman</p>							
YŞA 47	Karakter diğerlerine oranla daha fazla acınası mıdır?	0	1	2	3	4	
YŞA 48	Diğer karakterlere oranla daha kötü muamele görüyor mu?	0	1	2	3	4	
YŞA 49	Ciddiye alınmaz, genellikle hükmedilir mi?	0	1	2	3	4	
YŞA 50	Diğerlerine oranla daha fazla saygısızlıkla karşılaşır mı?	0	1	2	3	4	
YŞA 51	Başkalarına yararlı resmedilmiş mi?	0	1	2	3	4	
YŞA 52	Başkalarına rahatsızlık verici resmedilmiş mi?	0	1	2	3	4	
YŞA 53	Yalnız Resmedilmiş mi?	0	1	2	3	4	
YŞA 54	İnatçı Resmedilmiş mi?	0	1	2	3	4	
YŞA 55	Tuhaf Resmedilmiş mi?	0	1	2	3	4	
YŞA 56	Soytarıca Resmedilmiş mi?	0	1	2	3	4	
YŞA 57	Aşağılanmış Resmedilmiş mi?	0	1	2	3	4	
YŞA 58	Aile Aktivitelerine Katılıyor mu ?	0	1	2	3	4	
YŞA 59	Ailenin eylemlerini ya da hayatını yönlendirmeye çalışır mı?	0	1	2	3	4	
YŞA 60	Geçmişte mi yaşıyor?	<p>0 Kodlanamaz 1 Geçmişe önemli ölçüde bağlı değil 2 Karışık 3 Geçmişe sıkı sıkıya bağlı</p>					
YŞA 61	Yaşından dolayı onur kırıcı bir durum yaşamış mı?	<p>0 Kodlanamaz 1 Referans yok 2 Yaşıyla ilgili direk mağduriyeti var, Açıklama: 3 Yaşa özel mağduriyetleri var ancak arkasından söyleniyor, Açıklama: 4 Karakter yaşıyla alakalı olarak kendini küçültücü hareketler yapar Açıklama: 5 Yukarıdakilerin karşımı: Açıklama:</p>					
YŞA 62	Şu an ailesi var mı? Eğer öyleyse katılım derecesi?	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Ailesi yok	3 Ailesi var ama etkileşimde değil	4 Etkileşim halinde ailesi var ama görünmüyor	5 Ailesi ile etkileşim halinde ve görünüyor

YŞA 63	Ailenin karaktere tutumu nasıl?	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Aile var ama desteğe dair bilgi yok	3 Aile karaktere destekleyici tutumda	4 Aile hem destekleyici hem de tam tersi	5 Aile karaktere destek vermiyor	
YŞA 64	Karakterin aileye tutumu nasıl?	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Aile var ama desteğe dair bilgi yok	3 Aileyi destekleyici tutumda	4 Aileyi hem destekleyici hem de tam tersi	5 Aileye destek vermiyor	
YŞA 65	Karakter ailenin mali kaynaklarına nasıl etkide bulunur?	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Aile var ama etkiye dair bilgi yok	3 Herhangi bir etki yok	4 Genellikle yapılan bir katkı var	5 Genellikle tüketim var	6 Hem katkı hem tüketim var
YŞA 66	Karakter ailenin duygusal durumunu nasıl etkiliyor?	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Aile var ama etkiye dair bilgi yok	3 Herhangi bir etki yok	4 Genellikle olumlu bir etki var	5 Genellikle olumsuz bir etki var	6 Hem olumlu hem de olumsuz etki var
YŞA 67	Aile karakterin mali kaynaklarını nasıl etkiler?	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Aile var ama etkiye dair bilgi yok	3 Herhangi bir etki yok	4 Genellikle yapılan bir katkı var	5 Genellikle tüketim var	6 Hem katkı hem tüketim var
YŞA 68	Karakter ailenin boş zamanını nasıl etkiler?	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Aile var ama etkiye dair bilgi yok	3 Herhangi bir etki yok	4 Genellikle yapılan bir katkı var	5 Hem katkı hem tüketim var	
YŞA 69	Aile karakterin duygusal durumunu nasıl etkiler?	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Aile var ama etkiye dair bilgi yok	3 Genellikle olumlu etkiler	4 Genellikle olumsuz etkiler	5 Hem olumlu hem olumsuz etkiler	
YŞA 70	Aile Karakterin Boş Zamanını Nasıl Etkiler	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Aile var ama etkiye dair bilgi yok	3 Herhangi bir etki yok	4 Genellikle yapılan bir katkı var	5 Hem katkı hem tüketim var	
YŞA 71	Karakterin aile kararlarındaki rolü nedir?	0 Kodlanamaz	1 Aileye dair referans yok	2 Aile var ama katılımcılar belli değil	3 Karakterin ailesi var ve asla karar verme sürecine katılmaz	4 Karakterin ailesi var ve nadiren karar verme sürecine katılır	5 Aile kararlarında baskın olan taraf	
72 ve 87 arasındaki maddeler karakterin kişiliğini tanımlamak için kullanılırlar. Eğer ölçeğin sonunda karakterin çok yakın olarak tanımlandığına inanıyorsanız (X) işaretini koyarak kodlayınız.								
YŞA 72	İtaatkar						Lider	

YŞA 73	Bağımlı						Özgür
YŞA 74	İtici						Çekici
YŞA 75	Tutumlu						Savurgan
YŞA 76	Uyuşuk						Enerjik
YŞA 77	Eski Kafalı						Modern
YŞA 78	Uyumsuz						Uyumlu
YŞA 79	Kötümser						İyimser
YŞA 80	Acımasız						Vicdanlı
YŞA 81	Aptal						Bilge
YŞA 82	Narin						Katı
YŞA 83	Kibirli						Mütevazı
YŞA 84	Bencil						Fedakar
YŞA 85	Gençlerle anlaşamaz						Gençlerle Anlaşır
YŞA 86	Problem Yaratan						Problem Çözen
YŞA 87	Ciddiye Alınmayan						Ciddiye Alınan
YŞA 88	Antipatik						Sempatik
YŞA 89	Adil Değil						Adil
YŞA 90	Asosyal						Sosyal
YŞA 91	Soğuk						Sıcak
YŞA 92	Zayıf Karakterli						Güçlü
YŞA 93	Kuvvetsiz						Kuvvetli
YŞA 94	Kısa						Uzun
YŞA 95	Aptal						Zeki
YŞA 96	Rasyonel Değil						Rasyonel
YŞA 97	Dengesiz						Dengeli
YŞA 98	Beceriksiz						Becerikli
YŞA 99	Kadınsı						Erkeksi
YŞA 100	Yaşlı						Genç

YŞA 101	Mutsuz						Mutlu
YŞA 102	Fakir						Zengin
YŞA 103	Kirli						Temiz
YŞA 104	Şiddetçi						Barışçı
YŞA 105	Engelleyici						Destekleyici
YŞA 106	Kilolu						Zayıf
YŞA 107	Agresif						Sakin
YŞA 108	İddiasız						İddialı



EK 6- Şiddet Hareketi

Ş 1	Olay Yeri	0 İst	1 Ank.	2 İzmir	3 Ant.	4 Diğ:	5 ABD	6 Çin	7 Avrupa
Ş 2	Şiddetin Sürekliliği	0 Bu ayrı bir harekettir 1 Şiddet bir öncekinden devam etmektedir. Ancak işin içine başkaları girince tanım gereği ayrı bir şiddet hareketi olmuştur							
Ş 3	Şiddetin Sayısı								
Ş 3	Şiddetin Süresi Dakika Saniye							
Ş 4	Şiddetin Tonu	0 Kodlanamaz, Açıklama:	1 Çoğunlukla mizahi	2 Çoğunlukla ciddi			3 Ne komik ne ciddi		
Ş 5	Tabanca	0 Kullanılmıyor	1 Kullanılıyor						
Ş 6	Diğer Silahlar	0 Kullanılmıyor	1 Kullanılıyor						
Ş 7	Vücut, El, Tekme	0 Kullanılmıyor	1 Kullanılıyor						
Ş 8	Diğer Suç Aletleri	0 Kullanılmıyor	1 Kullanılıyor						
Ş 9	Şiddet Sonucu	1 Yaralandı		2 Sakat Kaldı			3 Öldü		
Ş 10	Polisin Tasviri	0 Vurgu yok 1 Şiddet Uyguluyor 2 Şiddete maruz kalıyor 3 Meşru sunuluyor 4 Suçlu sunuluyor							
Ş 11	Şiddete Katılanların Sayısı Kişi	98 Sayılamaz	99 Kodlayamıyorum					
Ş 12	Kaza	0 Hiçbiri	1 Kaza	2 Doğal afet			3 Karışık:		
Ş 13	Kanun Birimleri	0 Kodlanamaz 1 Gözükmemektedir 2 Resmi olmayan (özel) birimler gözükmemektedir 3 Resmi birimler gözükmemektedir 4 Hem resmi hem özel birimler gözükmemektedir							
Ş 14	Suç mu?	0 Suç Değil			1 Suç				
Ş 15	Şiddete Karışanlar Birbirini Tanıyor mu?	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Şiddet eylemine sadece bir kişi katılmış 2 Birbirlerini tanıyorlar 3 Birbirlerini tanımıyorlar 4 Karışık, Açıklama:							
Ş 16	Şiddete Karışanların Sınıfı	0 Vurgu yok	1 Alt sınıf	2 Orta sınıf	3 Üst sınıf	4 Alt ve orta sınıf			
Ş 17	İş Alanı	0 Vurgu yok	1 Özel sektör	2 Kamu Sektörü			4 Karışık, Açıklama:		
Ş 18	Şiddet Uygulayanın Cinsiyeti	0 Erkek	1 Kadın						
Ş 19	Şiddete Uğrayanın Cinsiyeti	0 Erkek	1 Kadın						

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Hasan Cem ÇELİK
Doğum Yeri - Tarihi	12.09.1979-YALOVA
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Gazi Lisesi, Konya, 1999
Lisans Diploması	Eskişehir Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi İşletmecilik Bölümü
Yüksek Lisans	Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı, Antalya, 2015
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
BİLİMSEL FAALİYETLER	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, Taşınır Kayıt Yetkilisi
E-Posta	cemcelikrts@gmail.com