

**T.C.
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**GÖRSEL MEDYA ENSTRÜMANLARI VE DAVRANIŞ
İLİŞKİSİ: DİZİ KARAKTERLERİ VE İNSAN
DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR ANALİZ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mehmet ŞAHİN

**Enstitü Ana Bilim Dalı : Psikoloji
Enstitü Bilim Dalı : Psikoloji**

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. İsak PARDO

MART-2017

T.C
NİŞANTAŞI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GÖRSEL MEDYA ENSTRÜMANLARI VE DAVRANIŞ
İLİŞKİSİ: DİZİ KARAKTERLERİ VE İNSAN
DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR ANALİZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mehmet ŞAHİN

Enstitü Ana Bilim Dalı : Psikoloji
Enstitü Bilim Dalı : Psikoloji

"Bu tez 15/05/2017 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu ile kabul edilmiştir."

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ	İMZA
Prof. Dr. Ersin ALTINTAŞ	Barın	
Doç. Dr. Ali Haydar SAR	Barın	
YRD. DOÇ. DR. İsmail Paro	Barın	

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Mehmet ŞAHİN

25/03/2017



ÖNSÖZ

Türkiye'de izleyici kitlesinin artışı, yapımcıları harekete geçirmiş ve televizyon dizilerinde dikkat çekici bir yoğunluk yaşanmıştır. Gerek görsel gerek ise işitsel değişimin yanında, dizilerin konuları ve oyuncularını izleyiciyi ekranlara kilitlemektedir. Öyle ki; kamuoyunda dizi karakterlerini gerektiğinden fazla benimseyip, onların dizideki rollerine bürünen vatandaşların suç işlediklerine dahi şahit olmuşuzdur. Ortaya çıkan tablo bu olunca, toplumsal etkinin göz ardı edilmemesi gerektiği kanısına varılmıştır.

Araştırmada psikolojik odaklı bir süreci değerlendirmek üzere; izlenme rekorları kıran dizilerin izleyici üzerinde ne denli etkili olduğu, gerçek yaşamla ilişkisi, senaryo ve müziklerinin örneklem bazda seçilen kitle üzerinde etkisi ortaya konulmak istenmiştir. Örneklem bazda seçilen kitle ise araştırmada verileri değerlendirilen üç farklı lisenin öğrencileri olmuştur.

Temel olarak dizilerin; ergenlik çağındaki lise gençliğinin davranışlarını, olumlu-olumsuz olarak şekillendirdiği ispatlanmaya çalışılmıştır.

Çalışmam sürecinde bana yol haritası olan değerli hocam Yrd. Doç. Dr. İsak PARDO'ya teşekkürü bir borç biliyorum.

Mehmet ŞAHİN

25/03/2017

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR LİSTESİ.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	v
ÖZET.....	vii
SUMMARY.....	viii
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM: DAVRANIŞ KAVRAMINA İLİŞKİN TEORİK ARKAPLAN.....	3
1.2. Kavramsal Olarak Davranış.....	3
1.3. İnsan Davranışı.....	3
1.3.1. Bilim Olarak Davranış.....	3
1.3.2. İnsan Bilimi.....	3
1.3.4. Psikoloji.....	4
1.3.5. Sosyoloji.....	4
1.3.6. Sosyal Psikoloji.....	4
1.4. İnsan Davranışlarını Anlama.....	5
1.5. Medya Olgusuna İlişkin Teorik Arka Plan.....	5
1.5.1. Yaklaşımlar Açısından Medya ve Kültür	5
1.5.2 Medyanın Liberal Yaklaşım Basamağı.....	6
1.6. Eleştirel Medya Basamağı.....	6
1.7. Medyanın Ekonomik-Politik Basamağı.....	7
1.8. Frankfurt Okulu.....	8
1.9. Yapısalcılar Açısından Medya Değerlendirmesi.....	8
İKİNCİ BÖLÜM: KAPSAM VE KAVRAM AÇISINDAN KÜLTÜR.....	9
2.1. Genel Olarak Kültür.....	9

2.2. Yaşam Tarzı, Alışkanlıklar, Tutumlar ve Toplumsallaşma Açısından Kültür.....	10
2.3. Medya ve Kültür.....	11
2.3.1. Popüler Kültür Tartışmaları.....	12
2.4. Medyanın Fonksiyonları.....	13
2.4.1. Kamuoyu Oluşturma.....	14
2.4.2. Eğlendirme.....	14
2.4.3. Bilgilendirme ve Haberdar Etme.....	14
2.4.4. Toplumsallaşma.....	15
2.5. Televizyon ve Bakış Açıları.....	16
2.5.1. Tarihsel Süreçte Televizyon.....	16
2.5.2. Televizyon ve Olumlu Yaklaşımlar.....	17
2.5.3. Televizyona Yönelik Olumsuz Yaklaşımlar.....	17
2.6. Televizyon ve Kültürel Etkileşim.....	19
2.7. Son Dönem Televizyon Dizileri Ve Değerlendirme.....	19
2.8. Yerli Diziler.....	20
2.9. Televizyon ve Şiddet.....	22
2.9.1. Televizyondaki Şiddetin İzleyicide Korku ve Güvensizlik Oluşturması.....	23
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SON DÖNEM TELEVİZYON DİZİLERİNİN YAŞAM TARZINA ETKİLERİ ALAN ARAŞTIRMASI BULGULARI.....	25
3.1. Araştırmanın Metodolojisi.....	25
3.1.1. Evren ve Örneklem.....	25
3.1.2. Araştırmaya Katılanların Sosyo – Demografik Özellikleri.....	26
3.2. Dizilerdeki İmgelerin Yaşam Tarzına Etkilerine İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi.....	29

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİ.....	53
4.1. Sonuç ve Öneri.....	53
KAYNAKÇA.....	56
EKLER.....	66
ÖZGEÇMİŞ.....	78



KISALTMALAR LİSTESİ

C. : Cilt

MEB : Milli Eğitim Bakanlığı

SBB : Öğrenci Seçme Sınavı

S. : Sayı

s. : Sayfa

ss. : Sayfalar

TC : Türkiye Cumhuriyeti

Vb. : Ve Benzeri

Vd. : Ve Diğerleri

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Ankete Katılanların Cinsiyeti.....	26
Tablo 2: Sınıflarına Göre Ankete Katılanların Oranı.....	27
Tablo 3: Deneklerin Haftalık Harcama Tutarları.....	28
Tablo 4: Deneklerin Dizi İzleyip İzlemediğine İlişkin Cevapları.....	29
Tablo 5: “Her Öğrencinin Samimi Olduğu Bir Arkadaşı Ya Da Arkadaş Gurubu Olmalıdır”.....	30
Tablo 6: “Gelir Ve Sosyal Sınıf Farkı Olan Öğrenciler Birbirlerine Aşık Olamazlar”.....	31
Tablo 7: “Ağabeyler Kız Kardeşlerinin Gönül İşleri Üzerinde Belirleyici Olabilmelidir”.....	32
Tablo 8: “Devletin Ya Da Kamunun Yararı İçin Gerektiğinde Yasalarda Çiğnenmelidir”.....	33
Tablo 9: “Mafyanın Kendi İçerisinde İşleyen Çok Acımasız Kanunları Vardır”.....	34
Tablo 10: “Türkiye'nin Yönetiminde Asıl Güç Derin Devlettedir”.....	35
Tablo 11: “Beğendiğim Dizi Müziklerinin Bulunduğu Bir Cd Varsa Alırım”.....	36
Tablo 12: “Cep Telefonumda, Mutlaka Sevdiğim Bir Dizinin Müziğini Bulundururum”.....	37
Tablo 13: “Dizi karakterinin üzerindeki kıyafetin aynısını almak isterim”.....	38
Tablo 14: “Dizi Karakterinin Saç Modelini Kendi Saçıma Da Uygularım”.....	39
Tablo 15: “Bazı dizileri izledikten sonra kendimi daha saldırgan hissediyorum”.....	40
Tablo 16: Kurtlar Vadisi Dizisinde Yaşanan Olaylar Hakkında Ne Düşünüyorsunuz?.....	41
Tablo 17: Arkadaşlarınız Arasında Dizi Filmlerdeki İsimleri Ya Da Lakapları Kullanıyor Musunuz?.....	42
Tablo 18: “Günlük Yaşantınızda, Bu Karakterin Davranışlarından Etkilendiğinizi Düşündünüz Mü?”.....	43
Tablo 19: “Televizyon Dizilerini İzlemenizdeki En Önemli Sebep Nedir? Hangi Okulda Öğrenim Görüyorsunuz?” Çapraz Tablolama.....	44
Tablo 20: “Günde, Yaklaşık (Ortalama) Kaç Dakika Tv Seyredersiniz? Hangi Okulda Öğrenim Görüyorsunuz?” Çapraz Tablolama.....	46

Tablo 21: “Sevdiğim Oyuncunun Saç Modelini Kendi Saçıma Da Uygularım” Hangi Okulda Öğrenim Görüyorsunuz? Çapraz Tablolama.....	48
Tablo 22: “Erkeğin Sevgilisi Olmalı, Kız Kardeşinin Sevgilisi Olmasına Müsaade Etmemelidir.” Çapraz Tablolama.....	50
Tablo 23: Bu Karakterin Hangi Özelliği Hoşunuza Gidiyor? Günlük Yaşantınızda, Bu Karakterin Davranışlarından Etkilendiğinizi Düşündünüz Mü? Çapraz Tablolama.....	52



Tezin Başlığı: Görsel Medya Enstrümanları ve Davranış İlişkisi: Dizi Karakterleri ve İnsan Davranışı Üzerine Bir Analiz	
Tezin Yazarı: Mehmet ŞAHİN	Danışman: Yrd. Doç. Dr. İsak PARDO
Kabul Tarihi: 25.03.2017	Sayfa Sayısı: viii(ön kısım) + 68 (tez) +11(ek)
Anabilimdalı: Psikoloji	Bilimdalı: Psikoloji
<p>İstanbul'un Avrupa yakasında lisede okuyan öğrencilerin kimlik oluşumları sürecine kitle iletişim araçlarından televizyonun etkisini belirlemek bu araştırmanın problemini oluşturmaktadır. Çalışmadaki asıl amaç en çok izlenen programların gençlerin kimlik oluşumu sürecindeki etkilerini saptamaktır.</p> <p>Bunun yanında öğrencilerin arkadaşlık ilişkileri, aile ilişkileri, okul ve öğretmen ilişkilerinin de kimlik oluşumu üzerine etkileri değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Çalışmada gözlem ve tarama yönteminin yanında anket çalışması da uygulanmıştır. Çalışma evrenini 2015-2016 yılında İstanbul'da okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Anket çalışması değişik sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik özellikler taşıyabileceği düşünülen üç farklı lise türünde okuyan 600 öğrenciye uygulanmıştır.</p> <p>Anket çalışmasının sonucunda elde edilen veriler okul, sınıf, cinsiyet, aile yapısı gibi bağımsız değişkenler doğrultusunda SPSS 12.0 kullanılarak tablo haline dönüştürülmüştür. Araştırmada anlamlılık düzeyi 0.5 olarak kabul edilmiştir.</p> <p>Araştırma sonucunda;</p> <ol style="list-style-type: none">1. Televizyon programları ergenlerin kimlik oluşumu sürecini etkilemektedir.2. Öğrenciler boş zamanlarında en çok televizyon izlemektedirler.3. Öğrenciler televizyonu daha çok eğlenme amaçlı kullanmaktadırlar.4. Öğrenciler en az haftada birkaç gün televizyon izlemektedirler.5. Öğrenciler televizyonda program türü olarak en çok dizileri izlemektedirler.6. Öğrenciler televizyonda en çok izledikleri programları oyunculardan dolayı izlemektedirler.7. Öğrenciler televizyonda izledikleri programların karakterlerinin yerinde olmak istemektedirler.8. Öğrenciler televizyonda değişik nitelikteki diziler arasında en çok şiddet içerikli diziler izlemektedirler.9. Öğrenciler kimliklerini oluşturma süreçlerinde dini programlardan etkilenmektedirler. <p>Araştırma sonunda, ortaya çıkan sorunlara dayalı olarak araştırmacı tarafından ortaya konulan önerilere yer verilmektedir.</p>	
Anahtar Kelimeler; psikoloji, dizi, sosyal medya, davranış, izleyici	

Title of the Thesis: Visual Media Instruments and Behavioral Relation: An Analysis of Sequence Characters and Human Behavior	
Author: Mehmet ŞAHİN	Supervisor: Asst. Assoc. Dr. İsak PARDO
Date: 25.03.2017	Nu. of pages: viii(front section) + 68 (thesis) +11(ek)
Department: Psychology	Subfield: Psychology
<p>This research care about the effect of the relevison as a mass media device on high school students educated in İstanbul.Real aim of this study is to determine effect of the most watched tv programs on young people identity process.</p> <p>In addition to this, the effect of relations with friends, school, family have been tried to be appraised. Study universe consists of students educated in İstanbul between 2015-2016. Questionnaire have been applied on 600 student from various social –cultural and social-economic environment.</p> <p>The data obtained at the end of the questionnaire have been converted to table in direction of independent vairables like school, class, sex, family structure using SPSS 12.0.</p> <p>As a result of the research;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Television programs effect adolescent identity process. 2. Students mostly watch television on their spare time. 3. Students mostly use television as an amusement. 4. Students watch television at least a few days in a week. 5. Students mostly watch television series as a program. 6. Students mostly watch television series due to adress. 7. Students want to be the actress of television programs. 8. Students mostly watch violent content television series. 9. Students in identity process also effected by religious television programs. <p>At the end of this research, researcher has given advises based on the problems revealed.</p>	
Key Words; psychology, series, social media, behavioral, audience	

GİRİŞ

Günümüzde kitle iletişim araçları denildiğinde akıllara ilk olarak televizyon gelir. Görüntünün yanında, sesin birleşmesiyle televizyon; iletişim araçları arasında kendini bir adım öteye taşımıştır. Kendince barındırdığı mesajları geri bildirimli olarak hızlı ve noktasal boyutta yerine ulaştırır. İzleyici tek tuşla dünyayı ayağına getirir. Diğer taraftan şu açıklama da yapılabilir; Medya unsurları arasında gösterilen televizyon insanların bilincinde yer etmiş ve amacına ulaşmıştır. Bireyler genel çerçevede geçecek soyutu bir arada tutup, bu gerçekliğe bu kadar dâhil olmamıştır. Ses, görüntü veya kurgu insan bilincini adeta ele geçirmiştir. Ele geçirmekle kalmamış yönlendirmiştir. Bu açıdan televizyon kişiyi kendine çeken ve onu yönlendiren bir araç olarak kabul görmektedir. Hatta ve hatta bu durum bir sorunluluktur (Aziz, 1977: 198). Yaşantımızda yer alan simgeler, alışlagelmiş kültür ve doğal dilin her anki görüntü ve sesleri, öte yandan görsel bazda insanın bilincinde yer alan simgeler... Özetle gündelik yaşama yansıyan tüm unsurlar. İşte her faktörün insan zihnine ulaşmasında büyük ve can alıcı önemi vardır (Mutlu, 2001: 80).

Televizyonun etkileri söz konusu olduğunda, belirtilen olguyu destekleyen etkenlerden biri de dizilerdir. Farklı olarak Türkiye'de izleyicinin bakış açısı daha fazla değişkenlik gösterir. Çünkü izleyici, dizi karakterlerini gerçek hayatla özleştirir. Verilecek en iyi örnekler; sezon finalini gerçekleştiren Muhteşem Yüzyıl dizisinde kullanılan Hürrem Sultan takılarının satış rekorları kırması ya da Kurtlar Vadisi Pusu dizisinden etkilenen ergenlik çağındaki gençlerin şiddete olan meyilleri gösterilebilir. Kaldı ki yıllar öncesinde dizide ölen Süleyman Çakır karakteri için gerçek yaşamda yas tutulmuş ve gıyabında cenaze namazı dahi kılınmıştır.

Psikoloji tabanlı bu araştırmanın ana konusu; diziler ve birey bilinci arasındaki köprüyü irdelemektir.

Kapsam olarak düşünüldüğünde;

Televizyon ve psikoloji arasındaki bağ,

Yerli dizilerin sosyal realizmle ilişkisi,

İzlenme oranı yüksek dizilerde yer alan imgelerin bireyin davranışının neler olduğunun tespiti hedeflenmiştir.

Araştırmada dizi senaryosunun gerçeklikle ilişkisi irdelenirken, karakterlerin davranış özelliklerinin (jest, mimik, ifade... vs.) ne denli benimsendiği tartışılmaktadır. Çalışmada zaman ve maliyet açısından güçlükler yaşanabileceği göz önünde bulundurulmuştur. Bu nedenle araştırmaya dâhil olacak bireyler sınırlandırılmıştır. Araştırma evrenini gençler, örneklemini ise, lise çağındaki gençler oluşturmuştur. Özellikle belli yaş gruplarındaki bireylerin özdeşim kurarak kendilerini yeni bir kimliğe büründürme arayışı içinde oldukları herkesçe bilinen bir gerçektir.

Çalışmayla ilişkili olarak; dizilerin senaristleri senaryoları oluştururken yaşadıkları toplumun sosyo – kültürel yapısından beslenirler ve katkılar yaparak öyküler oluştururlar. Dolayısıyla izleyen herkesin kendisinden bir şeyler bulacağı diziler; özellikle gençlerinden hayatında önemli bir yer tutmaktadır.

Bireyler, izledikleri dizilerde sevdikleri karakteri kendilerine model alabilmektedir. Oyuncuların dizilerdeki davranış kalıpları (yürüyüş, jest ve mimikler, kıyafet, konuşma tarzı v.s) izleyicinin bunları günlük yaşam tarzlarında kullanmalarına ve taklit ederek onlar gibi hareket etmelerine kadar giden bir süreci içermektedir.

Araştırmada, gerekli verileri elde edebilmek için, anket tekniği uygulanmıştır. Ankette, tutum soruları ve açık uçlu sorular hazırlanarak, 600 kişi üzerinde yapılmıştır. Sosyo - ekonomik durumlar da göz önüne alınarak, İstanbulda bulunan; Cihangir Koleji (üst gelir seviyesi), Halkalı Toki Anadolu İmam Hatip Lisesi (orta gelir seviyesi) ve Kadriye Moroğlu Lisesi (alt gelir seviyesi) olmak üzere, 2015 yılı Haziran ayında, her okulda ortalama 200 anket yapılmıştır.

Kanal D'de yayınlanan Kurtlar Vadisi Pusu ve Arka Sokaklar; TRT 1 televizyonunda yayınlanan Diliş "Ertuğrul", Star Tv'de sezon finalini gerçekleştirmiş olan Muhteşem Yüzyıl adlı diziler ele alınmıştır. Bu dizeler, izlenme oranları ve popülerlik oranlarının yüksek olması nedeniyle araştırma kapsamına alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM: DAVRANIŞ KAVRAMINA İLİŞKİN TEORİK ARKA PLAN

Bu bölümde davranış kavramı ele alınmıştır. Kavramsal çerçeve daraltılıp, insan davranışı ile psikoloji ve sosyoloji arasındaki bağ irdelenmiştir.

1.1. Kavram Olarak Davranış

Bu başlığı kavram olarak irdelersek; izlenimlerle ortaya çıkan ve çıkmayan birçok unsuru da değerlendirme fırsatımız olacaktır. Eğer psikolojik olarak tanımlamak gerekirse; bu bireyin farkında olduğu, bilinçli olarak gerçekleştirdiği bir eylemdir. Bu eylem aslında uyarıcı ile tepki arasında yer alan köprünün ta kendisidir. İşlevsel olduğunda ise psikolojiye dayandırılan bu kavram insan güdüsünü tatmin etmektedir. Bir çeşit doyurucu diyebiliriz. (Powell, 2002: 78).

1.3. İnsan Davranışı

İnsan davranışına ilişkin farklı bilim dallarında yaklaşımlar söz konusudur. Bu bilim dalları aşağıda başlık olarak sunulmuş ve detaylandırılmıştır.

1.3.1. Bilim Olarak Davranış

Davranış bilimleri, konu bakımından esas alındığında insana özgü davranışları detaylandırır biçimde veriler sağlar. İnsan ve davranışı dikkate alındığında bilim olarak bu alanda bütün bilim dallarını kapsamaktadır. Ana hedef de bireyin düşünce süreci ile bu süreç sonrası ortaya çıkan eylemi açıklayıp aydınlatmaktır. Araştırma sistematik şekilde ilerler bu nedenledir ki açıklayıcıdır.

1.3.2. İnsan Bilimi

İnsan bilimi başlığı altında antropolojik bakışa atıfta bulunmak gerek.

Detaylı ve farklı bir perspektif sunmaktadır antropoloji. İnsanlar antropolojinin sadece fosil incelediği kanısındadır. Aslında bu kanı bir açıdan doğrudur.

Ancak bu bilim dalı sanayileşmiş halklar için inceleme sahası olmaktan çok farklı bir anlam taşımaktadır. Modern, modern olmayan, karmaşık... Tüm toplumları inceleyen, bu toplumları karşılaştıran bir perspektif sunmaktadır (Papalia ve Ark, 2004: 387).

İnsan bilimine dair açıklamalar insanın toplumsal bazda ele alınıp toplum davranışlarının nasıl şekillendiğini göstermektedir. Çalışmamda bu bilim dalının önemi daha da artmaktadır. Ancak bireye irdelendiğinde nasıl bir tablo çıkacağı ilerleyen süreçte karşımıza çıkacaktır.

1.3.4. Psikoloji

İnsan davranışına dair bu araştırmada; belki de en dikkat çeken ve irdelenmesi gereken bilim dalı psikolojidir. Çünkü verileri genelleştirildiğinde araştırmanın sonucuna ayak uyduracak bir harita niteliği taşıyacaktır. Bu bilim dalı kişilik bütünlüğü ve bireyin eylemleri ile faaliyetleri arasındaki bağlantıları inceler. “psikoloji; yaşamın ve eylemlerin devamlılığı ile sosyal çevrenin etkileşimi sonucu, bireyin yaşam dünyasını inceleyen bilim dalıdır.” (Susman ve Rogol, 2004: 20; Uğurel Şemin, 1992: 24).

1.3.5. Sosyoloji

Toplumsal bir kavram vardır. Bu kavram “mozaik” olarak nitelendirilir. Aslında bir örnektir bu. Sosyolojik bir detaylandırma. Mozaik bir derlemenin birleşimidir. Ancak bu toplamdan ibaret değildir. Belli bir sistemi vardır bu mozağin. Taşların rengi ve şekilleri farklı olabilir. Farklı toplum ve insanları anlatır. Bu da farklı yaşam ve farklı karakterler demektir (Susman ve Rogol, 2004: 21; Onur,1987:114).

Peki, insan davranışını yönlendiren ve etkisi yadsınamaz unsurlar nelerdir? Bu sorunun cevabı, tek cümlede, ucu açık şekilde şöyle sıralanabilir.

Toplumların dini, o toplumun aile yapısı, ekonomileri, buldukları kültür ve sosyal hayatlarındaki eğitimleri...

1.3.6. Sosyal Psikoloji

Günümüzün insanı bir etkileşim ortamı içerisinde bulunan ve bulunduğu çevreye uygun davranışlar göstermek durumunda kalan kişi görünümündedir. Tüm güncel olayların temelinde etkileşimin bulunduğunu, bireysel ve sosyal tatminin, bu etkileşim ilişkisinin sonucunda ortaya çıkan davranışsal ürüne bağlı olduğunu belirtebiliriz. Birey öncelikle kendi istekleri ile yetenek ve özelliklerine, kişiliğine göre gerçekleştirdiği davranışla, gerçekleştirebileceği davranışların karşılıklı uyum alanı ve nihayet bireysel amaçlarını gerçekleştirmek için dâhil olduğu grupların davranış biçimlerinin etkisi altındadır. Kısaca

belirtmeye çalıştığımız bu ve benzeri etkileşimler bir davranışsal sonuç, hareket, olgu sosyal ürün ortaya koyacaktır (Ferron,1997:735).

1.4. İnsan Davranışlarını Anlama

Sadece bir davranışa yönelik insanları betimlemeyin. Onları etiketlemeyin. Yargılamayın... Bunları yaptığınızı düşünürsek nasıl bir tablo ortaya çıkacaktır?

İnsan davranışını tahlil etmek için, bireyle vakit geçirmek gereklidir. Yüz yüze konuşmak en önemli iletişim şeklidir. İlişkiyi detaylandırmak açısından bu bir kural niteliği taşır. İletişim araçları yetersiz kalacaktır. Ancak bu haliyle ilişki derinleşir (Papila ve Ark., 2004:397).

Genel geçer manzarayı bozan bazı ayrıntılar vardır. Bu ayrıntılara dikkat edilmesi gerekir.

- Bilişsel bağlı olma durumu,
- İhtiyaç halinde bağlı olma durumu,
- Korkunun getirdiği bağlılık hali,
- Savunmaya dayalı bağlılık hali,

Sadece tek bir noktaya da odaklanmamak gerek. Verileri detaylı incelemek gerekir. Gözlem yapın ve yargılarınız arasında bir bağ kurun (Akt: Özgüroğlu, 1991:17; Mussen ve ark., 1990: 585).

1.5. Medya Olgusuna İlişkin Teorik Arka Plan

Medyanın iletişim tabanlı siyasal, ekonomik ve kültürel bağlamdaki etkileşimi farklı cephelerden ele alınmıştır. Bu şekilde medya, kültür ve izleyici psikolojisi öncesinde nasıl bir anlam ve süreç yaşadığının anlaşılabilirliği ortaya çıkarılmak istenmiştir.

1.5.1. Yaklaşımlar Açısından Medya ve Kültür

Bireylerin yaşam tarzını etkilediğini düşündüğümüz medya iletişim aracı televizyonun, bir medya unsuru olduğunu belirlemek gerek. Bu bağlamda tez süresince yapılan açıklamalara medya ve kültür kavramını açıklamayla devam edilmeli.

Kavramların açıklanmasının yanı sıra, tarihte birçok yaklaşım sergilenmiştir ve bu yaklaşımların da değerlendirilmesi gerekmektedir. İletişimi bir sınır olarak belirlersek;

yaklaşımların detaylandığı siyasi, ekonomik, kültürel ilişkiler irdelenmelidir. Psikoloji tabanlı bu çalışmada medyanın ana işlevi ve ona olan yaklaşımları yansıtılmıştır. Bu başlıklar medya ve kültür başlığının minimize edilip, psikolojik tabanlı bir zeminde tutarlı veriler verecektir (İspirli, 2002: 117).

1.5.2. Medyanın Liberal Yaklaşım Basamağı

Liberal bağlamda tarihi bir araştırma karşımıza çıkar. 19. yüzyılda toplumun gerekleri ve oluşan gelişmelerle var olan bir sistemdir. Aslında Amerikan düşünce yapısına atıfta bulunulursa, Amerikan düşünce özgürlüğü tabanında bütünleşir. Şunu söylemek de yanlış olmaz; "Amerikan kitle iletişim sürecinde bir felsefedir". Diğer yandan araştırıldığında bir diğer durak olarak İngiltere karşımıza çıkmaktadır. Basın hükümetten bağımsızdır. Basın denem organının tek işlevi aydınlatmaktır (İspirli, 2002: 117).

Liberal sistemde çoğulcu bir yaklaşım olarak detaylandırırsak; toplumsal olaylar nesnel bir gerçekliğin aynasıdır. Bu nedendir ki haberler tarafsız, dengeli ve nesnel olmalıdır. (Çebi, 2003: 21).

Çalışma, konusu gereği dizileri ele almaktadır. İnsan bilincinde nasıl yer ettiğinin ispatı yapılmaya çalışılmıştır. Ancak basın da toplumu yönlendirmek için etkili bir medya iletişim aracıdır.

1.6. Eleştirel Medya Basamağı

Bir diğer basamak da 19. yüzyılda liberal felsefenin önermeleridir. Gerçek hayatı benimsemiş ve önemli noktalarda ilişkilendirmiştir. Günlük sorunlar, toplumsal yaşam tarzı, ekonomi ve en önemlisi birey psikolojisi genel sorunlarla var hissettirmiştir kendini. Önermeler, tartışmalarla var olmuştur (Evirgen, 2002: 42).

Medya yönetimde sözü gecen kişi veya kişilerin, yani iktidarın dünyaya bakış açılarını tahlil eder. Önemli olan şudur ki iktidarın görüşlerini, değerlendirmelerini birey gözünde doğallaştırır. Öyle bir sistem kurulur ki iktidarın yapısı meşruiyet kazanmış olur. Bu başlığı özetlemek gerekirse medyanın etkileri sınırları zorlayacak bir noktaya ulaşmıştır. Bu bağlamda psikolojik boyutu tekrar tartışmaya açılmalıdır (İnal, 2005: 62).

Diğer taraftan İngiliz kültür incelemelerinde kültürün kalıbı daraltılmıştır. Örneğin işçi sınıfı kültür için şu eleştiri yapılmaktadır; "kültür ekonomik bir araç değildir. Siyasal bir araç da değildir. Kendine özdür. Kendine yeten grupların cemaatlerin kültüründen

bahsedilebilir. Metinde gecen cemaatler kendi farklı değerlerini çıkartırlar ve aktif değildir (Alemdar - Erdoğan, 1998: 286).

1.7. Medyanın Ekonomik-Politik Basamağı

Eleştirel alanda incelendiğinde medyanın sürekli iktidardaki sistem tarafından yönlendirildiği, bir kültür değişimi, yaşam tarzı yönlendirmesi olarak görüyoruz. Kitlelerden çok onları yönlendirmeyi amaçladığı görülüyor. Kitleleri yönlendirme, siyasi ve ekonomik alanda ilişkileri değerlendirmiştir. Ekonomi ve politika daha kapsamlı ele alınır; bir kodsız sistem olarak ortaya çıkar. Çünkü kodlanan veya bu şifreleri çözen izleyicidir. Ancak şifreleyen taraf odur. Bu şifreler gerçek ekonomik ve siyasal durumu maskeler. Bir hile olarak tanımlanabilir. İzleyici sayısı medya unsuru için bir kar niteliği taşır ve baskı görünüşte yoktur. Popüler olmayan bazı konular vardır ve bu konuların aynası olmaktansa onu engeller. Medya aslında yanlış bir düşünceyi normalmiş gibi yansıtır. Bir nevi meşrulaştırır (Tılıç, 1998: 48).

Ekonomi ve politik yaklaşıma dayalı isim vermek gerekirse; yaklaşımın iki popüler ismi vardır. Bunlar Edward Herman ve Noam Chomsky'dir. Peki, bu isimlerin savundukları durumlar nedir? Şu ana kadar tez aşamasında yapılan açıklamaları destekler mi? İşte bu olası sorulara dair bu açıklama karşımıza çıkar.

Bunlar;

1. Medya yapılarının firmasal bazda büyük oluşu, medya sahibinin maddi anlamda zenginliğe ulaşmış olması,
2. Bu zenginliğin ana gelirinin reklam olması,
3. Medyanın iktidar ve ekonomik bağıllığı,
4. Medyayı kendine getirmek amacıyla yapılan olumsuz eleştiriler,
5. Komünizme karşı saldırgan tutum (Shoemaker ve Reese, 1997: 114).

1.8. Frankfurt Okulu

Öncelikle kültür bir endüstridir. Bu görüşe göre bireylerin tüketici olarak onaylayacağı hiç bir şey kalmamıştır. Yaratıcılık söz konusu değildir. Olanak olarak yaratıcılık alansal olarak kapalı kutu olmuştur.

Her şey en ufak detayına kadar olması gereken yapısında bir şekilde sokulmuştur. Birey eğer tüketiciyse bir kurbandır. Çaresizdir. Sisteme ayak uydurma zorunluluğundan ziyade bu ayak uydurma durumunu dahi tartışma fırsatı bulamamıştır.

Toplumların kandırılma süreci dikkat çekicidir. Masalsi bir tablo çizilir ve bu manzara karşısında esir olarak karşımıza çıkar ve bu endüstride bir şey uygun görülüyorsa ortaya çıkması düşünülemez (Alemdar – Erdoğan, 1990: 217).

1.9. Yapısalcılar Açısından Medya Değerlendirmesi

Yapısalcılarda durum biraz daha farklıdır. İnsanın ele alındığı; yaşam tarzı ve kültürün geçmişten bu yana izlerini taşıyan her adımında eleştiriye ön planda tutan analiz şekli olarak tanımlanır (Mutlu 1998: 360).

Başlığın detayında kişi, sosyal realizmde eylemcisi ve şekillendiricisi olarak değildir. Kişiler, söylemlerin ve söylemler arasındaki ilişkilerin ürün olarak kavramsallaştırılır.

Örnek olarak göstermek gerekirse; yapısalcılar açısından insan dili kullanmaz. Dil insanı kullanır. Karmaşık ancak yerinde bir tanımdır. Aynı zamanda da tartışmaya açıktır (Tekinalp, 2003: 150).

İKİNCİ BÖLÜM: KAPSAM VE KAVRAM AÇISINDAN KÜLTÜR

Şu ana kadar medya iletişimi üzerine değerlendirmeler ve yaklaşımlardan bahsedildi. Ancak medya unsuru olan kitle iletişim araçlarından bahsetmek gerekir.

Kitle iletişim araçlarının bireyler üzerinde nasıl bir etki bıraktığının, daha doğrusu bu sürecin nasıl işlediğine yönelik tanımlar yapılmalıdır. Bu araçlar; bireyler olarak düşünülen alıcıların inançları, duyguları, kültürleri, davranış ve tutumları üzerinde değişiklik yaparak etki ettiğini irdeleyerek anlaşılmaktadır. Bu nedenle mesajları bu tanımlamadaki etkide yer alacak şekilde izleyiciyi etkileyip onların davranışlarında etki ettiğinde amaca ulaşmış olur. Sosyal yaşam ve hayata bakış açıları dâhil inançlarına kadar sızır (Kepplinger, 2003: 9).

Sorulması gereken bazı sorular vardır.

Bunlar;

Kitle iletişim araçları bazı mesajlar içermektedir. Peki, bu mesajlar insan hayatında ne gibi değişiklikler içerir?

Böyle bir güçten söz edilebilir mi?

Bireyin hiç yapamayacağı davranışları yaptırabilir mi?

Hayatı kolaylaştırır mı? Yoksa zorlaştırmak mıdır görevi? (Özerkan, 2001: 71).

2.1. Genel Olarak Kültür

Kültürü kavram olarak tanımlamak güçtür. Çünkü farklı algılar, farklı eleştiriler vardır. Bu eleştirileri bir kenara bırakırsak, literatür taramalarında karşımıza şu ifadeler çıkar.

Medya ve kültür ilişkisine girmeden önce, kültürün tanımlanması gereklidir. Bazı tanımlar; tarihsel bir miras olarak görmektedir. Bazı tanımlarsa örf-adet olarak özetler. Kimileri ise yaşam biçimi olarak kısa bir tanım yapar ve paragraf paragraf yazı yazar. İşte tüm bu kısa tanımlar, tartışmaya açıktır. Özetle kültür kavramının ortak bir tanımı yoktur. Farklı bilim alanları kendi dallarında kültüre yaşlar. Litaretürlerde yüzlerce tanıma rastlanmaktadır.

Tanımların çokluğu nasıl izah edilir diye tartışılırken, farklı tanımların gündeme gelmesi de yine farklı açıklamalarla izah edilir. Bozkurt Güvenç, tanılarının güçlüğünü kültür kavramının çok anlamlı olmasına bağlar. Analitik bir tarza sahip olduğunu belirtmek gerekirse, toto lojik olduğunu inkâr etmemek gerekir. Terim üzerindeki anlaşmazlığın nedeni, terim olarak mensup oldukları ilmin değişime uğramasıdır (Türküne, 1986: 38). Kültür; ürün kültürü, hayvanlara itafen kültür ve birey hafızasında aktif gelişim tanımlarını taşıyan bir süreçtir. 18. Yüzyıl'da İngiltere ve Almanya'ya atıfta bulunmak gereklidir. "Genelleştirilmiş bir yaşam tarzı" belki de bir "ruh" yapılanmasına yol açan bir genel ruh isimleştirilmiştir (Yılmaz, 2001: 19).

Latin anlamı "cultura" olan tanım, kültür olarak günümüze gelmiştir. "Herhangi bir şeyi büyütme ve ona bakma sürecidir." Bu anlamda kullanılmıştır. Ancak "şey" kelimesinin yeri doldurulamamıştır. Kavram 19. yüzyıl sonlarında antropoloji biliminin ivme kazanmasıyla daha derin bir anlam kazanmıştır (Alemdar - Erdoğan, 1994: 167 - 168).

Antropolojinin tarihsel sürecinde litaretürlerde kültür şu şekilde açıklanmıştır:

- 1 – Kültür, ortak veya ortak yaşamda olmayan insanların, toplumsal birikimidir.
- 2 – Kültür, insanların ta kendisidir. Bu bir sosyolojik bakıştır.
- 3 – Kültür, bireylerin belli sınırları içerisinde yaşadığı süreçtir.
- 4 – Kültür, bireyler ve oluşturdukları toplulukların kuramıdır (Yılmaz, 2001: 18).

Şu ana kadarki tüm tanımlar ve bilgilere göre kültür belirli kelimelerle açıklanabilir, bilgi, din, sanat, ahlak, hukuk, örf, adet, cemiyetleşmiş insan topluluğunun üyesi olması sebebiyle bütün maharet ve birikimin bütünüdür (Güngör, 1980: 77).

2.2. Yaşam Tarzı, Alışkanlıklar, Tutumlar ve Toplumsallaşma Açısından Kültür

Kültür kavramının temelinde yaşam yatmaktadır. Bireyin hatayı boyunca her alanda bir birikim ve kendisine ait olan var oluş sebebinin genel ifadesidir. İnsanın kendi yaşamının geçmişten deneyim ve birikimlerini kendini var ettiği düşündüğü, kendini oluşturan nedenleri anlatır. İnsan, birey, toplum ne üretiyorsa, bu onun kültürüdür (Erdoğan, 1999: 19).

Kültür benliğinde semboller ve imgeler barındırır. Farklı ve özgürdür. Bu bir yana bireyin kendi dünyası ve dış dünya ile temasını irdeler. Anlamlı bir tanımın yanı sıra kültür

kavramının tanımı asında sembollerdir. Bu semboller tarihten bu yana kendi izleri öne çıkarır ve bir çerçeve oluşturur. (Güneş, 2001: 135)

Tezle ilgili araştırmalar yapıldığında; insan psikolojisine giden yolda davranış bilimi irdelenmiş ve bu bağlamda kişinin ait olduğu kültür değerlendirilmek istenmiştir. Süreçte kültür tanımına geniş yer ayrılmıştır.

Örnek olarak gençlik kültüründen bahsedilirse; dil kullanımı, saç şekli, giysi, söylemler, yaşam tarzı değişiklikleri etkilenmektedir. Bu sembolik tanımın özetleyicisi şeklindedir (Güngör, 2001: 111 -112).

2.3. Medya ve Kültür

Medya ve kültürün iç içe olduğu yadsınamaz. Ancak akıllardaki asıl soru şudur; medya mı kültürü yoksa kültür mü medyayı etkiler? Medya kültürel anlamda etkileşimde olduğu kültürü aktarırken o kültüre ayak uydurmaya çalışır. Tabloyu biraz daha daraltırsak günlük yaşantı karşımıza çıkar. İşte bu sorulara verilecek cevap başlıklar altında şu şekilde aktarılmıştır.

2.3. Medya ve Kültür

Günümüz toplumunu nitelerken popüler kültürü ön plana çıkarmak gerekmektedir. Verilerimiz için de iyi bir güzergâh çizecektir popüler kültür araştırmaları; kitlesel kültür, popüler yaklaşımların ele aldığı kültür ve tüketim kültürü.

Aslında bu bağlamda incelemek gerekir. Tüm bu kavramlar ifadeler ve litaretürler sanayi toplumu algısıyla ortaya çıkmıştır. Bireyin konumu tüketimine bağlı olarak belirlenir ve konumda tüketime yönlendirilmek sosyolojik değil bir psikolojik etkileşimin sonucudur. Sonuçtan farklı olarak bir amaç da denilebilir (Güneş, 2001:50).

'Medya ve Kültür' ilişkisi bağlamında son dönem televizyon dizilerinin yaşam tarzı üzerindeki imgelerinin ele alındığı bu araştırmada açıklanması gereken bir konu da Popüler Kültür'dür. Çünkü televizyon dizilerinin toplum tarafından izlenmesindeki en

önemli faktörler dizinin, oyuncularının birer popülerlik kazanması, toplumsal ve kültürel etkilerde bulanmasıdır.

Popüler kültür terimi, İspanyolca'da ve Portekizce'de halkın kültürü anlamına gelir. Bu anlamda popüler, yaygın olan ana akım, egemen olan ya da ticari olarak başarılı olan anlamına gelmez. Ama Latin dillerinde ve kültürlerinde “popüler” terimi kültürün, sıradan halkın yaratıcılığından kaynaklandığı yönündeki görüşten daha fazlasını anlatır. Buna göre popüler kültür kaynağını halktan alandır, ona verilen değil. Bu yaklaşım kültürel ürünlerin üreticileri ve tüketicileri arasındaki farklılıkları gündeme getirir. Biz hepimiz popüler kültürü üretiriz. Popüler kültürün inşası, kültürel iktidar içindeki bir uygulamadır (Güngör, 2001: 103).

Popüler kültürün topluma olan olumsuz etkilerini söyleyenler: Popüler kültürün yığınsal dağıtımı, salt, toplumun kültürel niteliklerini aşağılaştırmaz, aynı zamanda, edilgen bir insan kümesi oluşturarak, kitle ikna yöntemlerine duyarlı, dikta heveslilerine boyun eğici totaliterlik tutumları oluştururlar ya da bu tutumları pekiştirirler (Batmaz, 1981: 178).

2.3.1. Popüler Kültür Tartışmaları

Günümüzde kültürü nitelerken kitle kültürü, popüler kültür, tüketim kültürü, enformatik kültür gibi kavramlaştırmalara başvurulur. Sanayi toplumu olgusuyla birlikte ortaya çıkan bu tür tanımlar, kurumsal ilişkiler, bireyin konumu, üretim ilişkileri gibi köklü toplumsal değişimleri de içine alan kültür tanımlarıdır (Güneş, 2001: 50).

‘Medya ve Kültür’ ilişkisi bağlamında son dönem televizyon dizilerinin yaşam tarzı üzerindeki imgelerinin ele alındığı bu araştırmada açıklanması gereken bir konu da Popüler Kültür’dür. Çünkü televizyon dizilerinin toplum tarafından izlenmesindeki en önemli faktörler dizinin, oyuncularının birer popülerlik kazanması, toplumsal ve kültürel etkilerde bulanmasıdır.

Popüler kültür terimi, İspanyolca'da ve Portekizce'de halkın kültürü anlamına gelir. (de la gente, del pueblo da gente, do pova). Bu anlamda popüler, yaygın olan ana akım, egemen olan ya da ticari olarak başarılı olan anlamına gelmez. Ama Latin dillerinde ve

kültürlerinde “popüler” terimi kültürün, sıradan halkın yaratıcılığından kaynaklandığı yönündeki görüşten daha fazlasını anlatır. Buna göre popüler kültür kaynağını halktan alandır, ona verilen değil. Bu yaklaşım kültürel ürünlerin üreticileri ve tüketicileri arasındaki farklılıkları gündeme getirir. Biz hepimiz popüler kültürü üretiriz. Popüler kültürün inşası, kültürel iktidar içindeki bir uygulamadır (Güngör, 2001: 103).

Popüler kültürün topluma olan olumsuz etkilerini söyleyenler: Popüler kültürün yığınsal dağıtımı, salt, toplumun kültürel niteliklerini aşağılaştırmaz, aynı zamanda, edilgen bir insan kümesi oluşturarak, kitle ikna yöntemlerine duyarlı, dikta heveslilerine boyun eğici totaliterlik tutumları oluştururlar ya da bu tutumları pekiştirirler (Batmaz, 1981: 178).

2.4. Medyanın Fonksiyonları

Medya, bugün günlük yaşamda insanlar için vazgeçilmez bir konuma gelmiş; kamuoyu oluşturmadan eğlendirme fonksiyonu ve bilgi vermeye kadar, farklı işlevleri yerine getiren geniş bir yelpazeye sahiptir. Çoğu zamanda hangi konuda, ne zaman düşüneceğimizi bile medya yönlendirebilmektedir.

Medya Latince kökenli bir sözcük olup; halka, kamuoyuna ait medium, mediae sözcüğünden gelmektedir. Kavram en geniş anlamı ile kullanıldığında karşımıza, çok kişiye ulaşabilen her türden sözlü, yazılı, basılı, görsel metin ve imgeleri (kitaplar, gazeteler, dergiler, broşürler, billboardlar, radyo, film, televizyon, internet gibi) içeren çok geniş bir iletişim yelpazesi çıkıyor (Alankuş, 2003: 22).

Modern medya görüntüsünün, ilk olarak 18. yüzyılda İngiltere'nin kırsal kapitalist topluma dönüşmesi sürecinde belirginleştiği kabul ediliyor. Sanatsal ürünler ilk kez o dönemlerde bir meta olarak algılanır ve sanatsal edebi eserin bir fiyatı oluşur. Endüstrileşme, kitle iletişim araçlarının kendi ayakları üzerinde durmalarını sağladı. Genelleşme ve genişleme oldu. Böylece kitle iletişim araçları ya da medya; kültür üretiminin ve dağıtımının temel araçları ve kanalları olarak belirginleşti. Ancak medya içeriğinde reklam verenlerin yani uluslararası sermayenin belirleyiciliği, medyanın gelişim sürecini kamu yararına olmayacak şekilde etkiledi (Özdemir, 1998: 38).

2.4.1. Kamuoyu Oluşturma

Günümüzde basın toplumunun seçim yoluyla ortaya koyduğu kurumların çalışmalarını gözlemek için, ortaya çıkardığı bir denetim kurumu olarak kabul edilmektedir (Güz, 1997: 49). Kitle iletişim araçları, toplumda meydana gelen olayları, ülke sorunlarını hedef kitesine ulaştırarak kamuoyunu bilgilendirir. Haber kaynağı olan medya bireylerin aynı konular hakkında bilgi sahibi, ülke ile ilgili olarak benzer duygu ve düşüncelerin paylaşılmasını sağlar (Güz, 1996: 982).

Sözlük tanımı ile kamuoyu, toplumda oluşan görüşlerin belirli doğrultulara yönelmesidir. Milyonlarca bireyden oluşan toplumların tek doğrultuya yönelmesi mümkün olmadığına göre yönelme fiilini yönlendirme olarak değiştirmemiz daha doğru olabilir. Son yıllarda günlük konuşma literatürümüze girmiş olan “kamuoyu oluşturma” deyimini de bu anlamda kullanılmaktadır (Asna, 1996: 854).

2.4.2. Eğlendirme

Medyanın en önemli işlevlerinden biri eğlendirmedir, diğer bir deyişle medya insanların boş zamanını eğlenerek geçirmelerini sağlar. Burton’a göre “...bu işlev izleyiciye sağlıklı bir eğlence ve zevk sunar.” Ancak boş zaman kavramının medyanın temel dayanaklarından biri olduğu düşünülürse, boş zamana atfedilen ticari değerin insanların boş zamanlarını fazlalığı ve onu değerlendirme alışkanlıklarıyla doğru orantılı olduğu kolayca görülebilir (Eltugay, 1999: 55). Bireylerin eğlenme ve stres atma bağlamında başvurduğu en önemli kaynak medyadır. Medya (kitle iletişim araçları), toplumsal yaşamın baskıcı temposunda bunalan bireylere, hoşça zaman geçirtme, dinlendirme olanaklarını daha ucuz ve çeşitlilik içinde sunabilirler (Kaya, 1985: 16). Birey yaşama mücadelesinden değişimden etkilenir, bunalır. İnsanlık tarihi boyunca da eğlenceyle bu bunalımdan uzaklaşma, rahatlama çabasında oldu. Kitle iletişim kendi gerçeklik alanından alır ve eğlendirir (Özdemir, 1998: 35).

2.4.3. Bilgilendirme ve Haberdar Etme

Bugün tüm dünyada olup biten gelişmelere ulaşmada ve haberdar olmada medya kilit bir noktada rol oynamaktadır. İnsanların bugün, ulaşmak istedikleri bir bilgiye, habere medya organları aracılığıyla sahip olabilmektedir.

Medya (kitle iletişim araçları), olaylar ve koşullar hakkında haber ve bilgi aktararak, ulusal ve uluslararası koşulların anlaşılmasını, bilerek tepkide bulunulmasını sağlayabilirler. Bu işlev, haberlerin, verilerin, imgelerin, görüş ve yorumların toplanmasını ve işlem görmesini içerir (Kaya, 1985: 15).

Haberler, güncel olaylardan hazırlanan programlar, belgeseller, insanı öncelikle dünya hakkında (doğru ya da yanlış) bilgilendirir ve düşüncelerine zemin hazırlar. Her türlü bilimsel bilgi de aktarılır (Özdemir, 1998: 35).

Burton, medyanın haber verme işlevini de “... Dünya hakkındaki gerekli bilgileri sağlar.”, şeklindeki formüle ederek, bu bilgilerin de izleyici üzerinde dünyanın coğrafi, toplumsal ve politik haritasını” çıkarmak gibi bir etkide bulunduğunu aktarırken şu noktayı da eklemektedir; “... Dünyaya ilişkin belirli bir bakış açısı oluşturur ve izleyiciyi edilgin kılar.” (Eltugay, 1999: 56).

2.4.4. Toplumsallaşma

İnsan doğduğu, büyüdüğü çevreyle birlikte yaşadığı topluma ayak uydurma süreci ile toplumsallaşma evresini yaşar. Bu toplumsallaşma sürecinde medyanın üstelendiği bir rol vardır.

Bireylerin toplumları hakkında genel bilgi ve değerleri edinebilmeleri ve toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmelerinde medya (kitle iletişim araçları)’nın önemli bir yeri bulunmaktadır (Kaya, 1985: 15). Medya toplumdan, toplumsal gruplar arasında etkileşimlerden örnekler sunarak, toplumsallaşmayı sağlar, bireyin anlama düzeyini ve uyarlanma becerisini örgün – yaygın eğitimle ve diğer içerikleriyle yükseltilebilir (Özdemir, 1998: 36).

Çağdaş insan içinde bulunduğu dünyaya ister yazılı araçlardan, ister televizyon ekranından baksın, modern toplumun kitle iletişim araçları diğer bir adıyla medyası, dünyayı çağdaş insan adına kategorize eder, bir sıraya dizer, nelerin önemli nelerin

önemsiz olduğunu saptar. Kısacası modern toplumun insanı dünyayı medyanın istediği şekilde algılar (Çevirir, 1995: 15).

2.5. Televizyon ve Bakış Açıları

Televizyonun yaygınlaşması kısa bir tarihsel süreç izlese de bu yaygınlaşma irdelenilesi bir aşamayı gözler önüne serer.

2.5.1. Tarihsel Süreçte Televizyon

Küresel alanda bir köy olarak dünyayı ele aldığımızda, bu süreci yönlendiren önemli bir iletişim ağının zirvesinde yer almıştır televizyon. Özellikle farklı toplumlar arasında kültürel bir bağ diyebiliriz. En önemlisi demek yanılığa düşürmeyecektir.

Televizyondan önce kitle iletişim araçları incelendiğinde, bireyleri bu denli etkilemediği aşikârdır. Ses bir yana görüntü birlikteliği ve kurgusal sistemde anında bir iletişimden bahsedilir. Bu anlamda TV, farklı amaçlara hizmet etse dahi, sürekli izlenme gereksinimi yaratacak bir sürece dâhil eder izleyiciyi (Aziz, 1975: 198).

Fransızlar ilk olarak "la tele" demişlerdir. Diğer yandan İngilizler "tell" demekle yetinirken, farklı ifadeler de kullanılmıştır. "Ahmaklaştıran kare kutu" televizyonun diğer adı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Peki, kastedilen nedir? Birçok lakap kullanılmıştır. Neden eleştirel yanı ağır basmaktadır? İşte o tartışmaya açık televizyon tanımları;

-Çocukları uyutmak için bir bakıcı.

-Tek gözü olan bir morfin.

Bu iki ifade televizyonun insan bilincine ne deni etki ettiğini tarihsel bazda sorgular (Suer, 1984: 3 - 6).

Genel bir tanım yapılırsa, televizyon için şunlar söylenebilir; "elektronik bir sistemde görüntü ve sesin uzun süreli ve an be an veya tekrarlanarak izleyiciye aktarılmasıdır (Yücel, 1998: 17).

Diğer yandan televizyon Latin kökenli bir sözcüktür. Uzağı görmektir bir yandan. Yaşam deneyiminin sınırlarını aşar. Bireyin yaşamında farklı bir bakış kazandırır. Teknolojik olanakların çizgisi televizyonla aşılmıştır (Mutlu, 1991: 15).

Televizyon için tanımlar belirtildiği gibi açıktır. Eleştiriye açık, karmaşık ve tartışılması an meselesi olan bir tabloyu ortaya çıkarabilir. Farklı bir literatürde şu iki tanım vardır.

-İnsanların aptallaşmasına neden olan bir kutu.

-Kültür bir bilinç ise televizyon bu bilincin çöplüğüdür.

-Devletin bir aracı hatta ideolojik yaptırımıdır.

-Televizyon bir peri, kumanda sihirli değnektir (İspirli, 2000: 112).

Türkiye için renkli televizyon dönemi 1973'te başlamıştır. 1983-1984 Tarihleri arasında ise geçişin en net yıllarıdır. Çünkü bazı programlar renkli yayınlanmış, bazıları ise siyah beyaz kalmıştır. 1 Temmuz 1984 Türkiye'de televizyon açısından bir milattır (Kandemir, 1993: 87).

2.5.2. Televizyon ve Olumlu Yaklaşımları

Televizyonun olumlu anlamda pek savunulduğu söylenemez. Araştırmalarda elle tutulur bilgiler küresel bazda olduğundan, genellikle yönlendiren bir araç olarak nitelendiriliyor. McQuail ise televizyonu yaklaşımsal ve niteliksel boyutta şöyle ifade eder;

-Televizyon bir olumlu araçtır. Özellikle iktidara karşı, geleneksel sınırdan uzak bir iş görmektedir. Kötüye kullanımları açığa çıkarır.

-Sansür muhakkak olmalıdır. Ölçüleri kesin ve sınırlı olmalı. Ancak doğası gereği karşıt bir duruşu vardır. (Mutlu, 1999: 80).

2.5.3. Televizyona Yönelik Olumsuz Yaklaşım

-Televizyon karşısında bir hipnoz seansındaymış gibi hissediyorum kendimi.

-Televizyon, izlediğim süre ne kadar artarsa enerjim o zamana bağlı azalıyor.

-Televizyon izlediğimde beynimin yıkandığını biliyorum.

-Televizyona takılıp kaldığımda bir zerzevat olduğumun farkındayım.

-Televizyon aslında benim için bir afyon ve ben de bu uyuşturucunun bağımlısıyım.

-Özellikle çocuklarım bu aptal kutusuna bakınca onları birer zombi gibi görüyorum.

- Dizi izlerken zihnimin mahvolduğunun farkındayım.
- Diziler insanları aptallaştırıyor.
- Televizyonun açık kaldığı sürede gözlerimi ondan alamıyorum.
- Televizyonun karşısında bir sersem olduğumun farkındayım.

Yukarıdaki ifadeler Jerry Mander'e aittir. "Televizyonu Yok Etmek İçin Dört Neden" kitabında yukarıdaki yorumlardan bahseder. İşin ciddiye alınması gereken durum şudur ki; örnek olarak alıntıladığımız bu ifadeler 3000 kişinin yorumunu barındırmıştır (Mutlu, 1999: 78).

Birde televizyonun girdiği evlerde bulunan insanların yetişkinlikleri önem taşır. Bir babanın algısı bir ergenin algısı ile aynı olmayacaktır. Özellikle çocuklar üzerindeki etkisini irdelemek adına şöyle bir örnek verilebilir. Susam sokağı programı çocuklar için bağlayıcıdır. Ancak bu program eğlendirmenin yanında çocukları okula gitmeye özendirmez. Okulu sevdirecek bir yaptırımı yoktur. Aksine çocuklar ders çalışmak yerine bu tarz çocuk programlarını ödev yapmaktan önce tutar. Amaç sadece televizyonu sevdirmektir (Postman, 2004: 161).

Türkiye'de birçok araştırma yapılmıştır. Bu araştırma genelde kimlik arayışında olan bireylerdir. Çünkü etki kendini net olarak ortaya çıkarır. 5-15 yaş arası grubunda 200 çocuk üzerinde gerçekleştirilen araştırmada şu veriler elde edilmiştir.

Bu araştırma sonucunda televizyon izleyen çocuklarda ve ergenlerde ders dikkati olmadığı gözlenmiştir. Aynı zamanda sosyalleşmeleri de geri planda kalmıştır. Hatta ve hatta psikomotor becerilerinde bile yavaşlama gözlemlenmiştir.

Yüzde 50 den fazlası yani minimum 1500 kişi uykusuzluk ve dikkat eksikliği saptanmıştır. Uzun süre bir noktaya bakmalarında da sorunlar vardır. Odaklama problemi tamamıyla bu araştırmada televizyona bağlanmıştır (Öztürk, 2000: 56 – 57).

Televizyon denildiğinde olumsuz eleştiriler sıralanır. Bu eleştiriler teknolojik tabanlı değildir. Sosyal ve kültür boyutunda ayrıca ekonomik tabanlı eleştirilerdir. Özetle

televizyon bir teknolojik ürün değildir. Aynı zamanda kültürü endüstrileştiren bir araçtır (Mutlu,1991: 15 -16).

Olumsuz tepkilere yapılan atıflardan biride, insan ilişkilerindeki gıyotin rolüdür. Bu bir darbedir. Aile içerisinde dahi ilişkileri sekteye uğratmıştır. Samimiyeti bütüne yakın olarak yok etmiştir. Bireylerin özel hayatına el atar noktaya gelmiştir ve bu teknolojinin ilerlemesiyle giderek daha da keskin bir hal almıştır. İnsanların kendi sonlarına dahi çözüm bulmalarını güçleştirir (Anık, 2003: 136).

2.6. Televizyon ve Kültürel Etkileşim

Günümüzde kitle iletişimi denildiğinde en etkili araç olarak televizyon karşımıza çıkar. Televizyon; ürünlerini o kadar kültüre uygun uyarlar ki bu teknolojik yapı kültürün içinde yer alıp ondan beslenir. İzleyicinin alışkanlıklarını değiştirebilir. Kendi rol modelini ortaya koyabilir. Büyük bir güce sahiptir.

Raymond Williams'ın televizyonu nasıl nitelediğine bakmak gerekir. Televizyon genel olarak teknik bir araçtır. Ama en önemli yanı kültür üretimi yapmasıdır (Mutlu, 1999: 11).

Sistemin tüm yapısını benimseyip, kültürü özümledikten sonra televizyon, tüm kolaylıkları kullanır. İzleyicinin bağlılığı bir tutkuya dönüşür. Aralıksız bir iletişim süreci başlar (Tekinalp, 2003: 302).

2.7. Son Dönem Televizyon Dizileri ve Değerlendirme

Seyirlik televizyon dünyasını cazip hale getirmenin çok bildik bir yolu da, bu dünyayı “popüler kişilikler”le tıka basa dolu hale getirmektir. Televizyon, kendisi bizzat popüler kişilik üretme aracı olduğu için bu konuda hiçbir sıkıntı çekmez. Popüler kişiliklerin kendi aralarındaki samimi muhabbetlerine tanık olmak seyirci için çok cazip bir tecrübedir. Televizyonun seyirlik dünyası nereye bakılsa karşımıza bir “ünlü”nün çıktığı, popüler isimler, yüzler ve seslerin birbirine geçtiği bir ünlüler resmi geçididir. (Mutlu, 1999; 154)

Ünlüler geçidinin en yoğun olduğu programların başında, televizyon dizileri gelmektedir. Bu noktada televizyon dizileri, toplumun her kesimi tarafından günlük hayatın vazgeçilmez unsurları arasında yer almaya başlamış, her televizyon kanalında, hemen hemen her akşam boy göstermektedir. Reytinglerin önemli bir bölümünün dizilerden sağlandığı günümüzde, halkın dizilere gösterdiği ilgi her geçen gün artmaktadır.

Dizilerde, sürekli, çizgisel bir zaman anlayışı egemendir. Dizilerin her bir bölümünde genel olarak sadece bir öykü anlatılmaktadır. Dizilerde öyküye konu olan, her bölümde anlatılan öykü / olay, o bölümün sonunda bitmekte, el alınan sorun çözümlenmekte; ancak dizi sona ermemektedir; çünkü bir sonraki bölümde aşağı yukarı aynı başoyuncular, farklı öykülerle karşımıza çıkmaktadır yine.

Bir başka ifadeyle sözdizimsel olaylar zinciri, belli bir sonuca ulaşabilir; fakat öykü anlatma süreci/ durumu, yani karakterlerin paradigmatik olarak birbirlerine karşı olmaları hiçbir zaman kesintiye uğramadan sürebilir. Seriyallerin aksine, dizilerde zaman; bir araya sıkıştırılıp, her şey sadece bölümde anlatılır ve oyuncuların başından geçen olayları ve başarılarını gerçekleştirebilecekleri bir ortam, iklim oluşturmakta kullanılır. (Kaplan, 1992; 55)

2.8. Yerli Diziler

Televizyonun etkilerinin en fazla görüldüğü, hem eğlendirme işlevinin, hem de günlük hayata etkisinin yüksek olduğu program türlerinin başında televizyon dizileri gelir. Türk televizyonlarında yerli üretim dizilerin nispeten yeni olmasına rağmen dizi yayınlama ve izleme alışkanlığı bundan çok daha eskilere, radyo zamanlarına kadar dayanmaktadır.

Dizileri diğer program türlerinden ayıran en önemli özellik, süreklilik faktörüdür. Dizinin konusunu takip edebilmek amacıyla sürekli olarak izlemek gerekmektedir. Konular bir bölümde başlar ve çoğunlukla diğer bölümlere, hatta son bölüme kadar çözülmez. Bu nedenle izleyicide konuyu takip edebilmek için bir bağlılık yaratır.

İzleyici eğer bir önceki bölümü kaçırmışsa, aradaki bağlılığın zedelenmemesi, izleyicinin konudan kopmaması için özet bölümler yeni bölümün başında yayınlanır, bu sayede kişi

konuda kaçırdığı yerleri toparlayıp yeni bölümü tamamen takip edebilir duruma gelir. Bu sayede, izleyiciler, dizileri kaçırmamak için günlük işlerini dizilerin yayınlanma saatlerine göre ayarlamaya, diziyi kaçırmamak için işlerini ve planlarını ertelemeye, dizinin yayınlandığı saatlerde sadece televizyona dikkatlerini vermeye başlarlar.

Türk televizyonlarında yayınlanan tüm programlar arasında izlenme oranı en yüksek olanlar genelde milli maçlar olmuştur. Örneğin 2005 yılının tüm günlerde en yüksek izlenme oranı alan programları sıralandığında ilk onda 9 tane futbol maçının arasında 7. Sırada sadece bir yerli dizi girebilmiştir. Kurtlar Vadisi dizisi, 3 milli maçtan daha yüksek izlenme oranı alarak 7. Sırada izlenmiştir (Yıldırım, 2010).

Televizyonun gündem belirlemedeki gücünü vurgulayan Cohen (1963), medyanın çoğu zaman insanlara ne düşüneceklerini empoze etmekte başarılı olamadığını, ama ne hakkında düşüneceklerini çok başarılı bir şekilde söylediğini ifade etmektedir (Mutlu, 2004: 50). Bir önceki akşam yerli dizilerde konu olan durumlar, o hafta ülke gündemine taşınmakta, hatta bu konuda tartışma programları bile düzenlenmektedir.

Örneğin, Bin bir Gece adlı televizyon dizisinde çocuğunun sağlığı için paraya ihtiyacı olan Şehrazat karakterine zengin bir işadamı tarafından ahlaksız bir teklif yapılır; işadamı, Şehrazat'a kendisiyle bir gece birlikte olması karşılığında 400.000 TL teklif eder. Çocuğu için bu paraya ihtiyacı olan Şehrazat da teklifi kabul edip etmemek konusunda çelişkiye düşer.

Aslında çok temel bir ahlaki problemi dile getiren bu teklifin gösterildiği bölüm yayınlandıktan sonra ülke gündeminde gazetelerde, televizyonlarda, radyolarda ve kişilerarası günlük konuşmalarda hep “kişi çocuğunun iyiliği için bu teklifi kabul etmeli mi” tartışmaları yapılmaya başlanmış, hatta bu konuyu tartışmak üzere dizinin oynadığı televizyon kanalında bir tartışma programı bile düzenlenmiştir. Artık diziler ve televizyon gündelik yaşamımızın içine öyle girmiştir ki, gündelik konuşmaları anlayabilmek için bile gündemdeki dizileri ve televizyon programlarını takip ediyor olmak gerekmektedir.

Gerçek hayatta istediğini elde edemeyen bireyler, dizilerde arzuladıkları hayatları ve yaşam standartlarını izleyerek kendilerini onlarla özdeşleştirmekte, bu sadeye gerçek hayatta tatmin edemedikleri bir doyum yaşamaktadırlar (Yıldırım, 2010).

Türkiye’ de dizi kültürünün ilk olarak tefrika romanlarıyla başladığı söylenebilir. Günümüzde nasıl izleyici bir dizinin yeni bölümünün yayınlanmasını bekliyorsa, geçmişte de gazetede tefrika edilen romanların devamının yayınlanması beklenirdi. Birçok ünlü romancının ünlü romanları gazete tefrikaları şeklinde yayınlanmış, sonradan kitap haline getirilip basılmıştır.

Tefrika romanlarını, radyo dizileri, radyodaki tiyatrolar izlemiştir. Televizyonun henüz yaygınlaşmadığı, en etkin kitle iletişim aracının radyo ve gazeteler olduğu dönemlerde radyolarda sürekli dizi dramalar seslendirilir, halk yine bugünkü dizilerde olduğu gibi bu dizileri takip eder, merak ederdi. O dönemde arkası yarın kuşakları ve radyo oyunları en çok rağbet gören yapımlardı (Yıldırım, 2010).

Televizyonda dizi izleme alışkanlığı ise Türk toplumuna önce yurtdışında üretilmiş dizilerin yayınlanmasıyla yerleşmiştir. Pembe dizi formatındaki Köle İsaura gibi uzun süren Brezilya dizileriyle başlayan bu serüven, Yalan Rüzgarı, Hayat Ağacı gibi dizilerle devam etti. 70’li yılların sonları, 80’lerin başlarında Amerika’ da çekilen bir dizi olan Dallas, Türk izleyicisi tarafından yoğun ilgi görmüş, o dönemde bile gündemi meşgul etmiştir (Yıldırım, 2010).

2.9. Televizyon ve Şiddet

Gerbner ilk çalışmalarında televizyondaki şiddet ile toplumdaki güç odaklarının emelleri arasında bir bağıntının varlığından söz etmektedir. Gerbner bir anlamda toplum yapısının oluşumunda televizyonun çeşitli güç odakları tarafından kullanıldığını iddia etmektedir. Sosyal bilimciler arasında televizyondaki şiddetin bazı izleyicilerin gerçek hayatlarında saldırganlığa başvurmalarını kolaylaştırdığı konusunda ortak görüş bir yandan şiddetin programın izlenme oranını artırdığı yönünde de çok sayıda araştırma bulgusu mevcuttur (Wober 1988, 2-3).

Çeşitli araştırmalarda sıklıkla medyada şiddet içeren materyallerin popüler oldukları sonucu alınmıştır. Psikoloji alanında önde gelen Aronson ise televizyondaki şiddetin tehlike potansiyeli olduğunu ve özellikle çocuklar için davranış modeli olarak algılandığını belirtmektedir (Aronson 1995, 265).

Televizyondaki şiddet sonrasında ortaya çıkan acılar, kurbanların ve suç işleyenlerin ailelerinin çektikleri, vb. gibi şeylerin arka plana itilmesi veya bu sonuçların gerektiği biçimde ele alınmaması, izleyicinin zihninde yıkıcı bir kodlama sürecini başlatmaktadır. İzleyiciler sanki şiddeti uygulayanın istediğini alarak hayatına daha mutlu bir şekilde devam ettiği izlenimine kapılmaktadır.

İzleyiciler bu şekilde şiddete karşı duyarsızlaşmakta, saldırganlarla ve saldırganların çeşitli sorunlar karşısındaki çözümleriyle özdeşleşmektedir. Böylece şiddet içerikli davranışlar ve tutumlar izleyicilerin zihinlerinde kodlanmakta ve kişilerin günlük tüm durumlarında saldırganlık en muhtemel yaklaşım haline gelmektedir. Örneğin televizyonda şiddet ve etkileri ile ilgili olarak İngiltere’de yapılan araştırmada, yatılı okulda kalan 13–16 yaş grubundaki çocuklar ikiye ayrılarak birinci gruba 15 gün süreyle yalnız komik ve sosyal programlar izlettirilmiş, ikinci gruba ise şiddet içeren filmler gösterilmiştir. Yapılan testler sonucunda birinci grupta hoşgörü, tartışma, iletişim ve gülme düzeyinin; ikinci grupta ise, sözel ve fiziksel saldırganlık düzeyinin yüksek olduğu saptanmıştır (Gerbner ve ark. 1976, 34).

Televizyon ve şiddet konusunda son 30 yılda pek çok araştırma yapılmıştır (Gerbner ve ark., 1980; Potter ve ark., 1995; Signorielli, 1990). Bunlardan en geniş kapsamlısı ve günceli birbirini izleyen 3 yıl içerisinde saldırganlığın ve şiddetin kanıksanmasına, öğrenilmesine ve taklit edilmesine yol açan ortam çeşitlilikleriyle birlikte Amerikan televizyonlarında gösterilen şiddetin miktarının ve içeriğinin incelendiği Natural

2.9.1. Televizyondaki Şiddetin İzleyicide Korku ve Güvensizlik Oluşturması

Televizyonun en yıkıcı ve sinsi etkilerinden biri de izleyiciye dünyanın olduğundan daha vasat bir yer olduğu izlenimini vermesidir. Son 20 yılda yayınlanan raporlarda özellikle şiddet içerikli macera-aksiyon filmlerini izleyen ağır televizyon izleyicilerinin içerisinde

yaşadıkları dünyayı hafif izleyicilerden çok daha farklı algıladıkları belirtilmektedir (Gerbner ve Gross, 1976).

Bu raporlarda ağır izleyicilerin şiddete veya suça kurban gideceklerine dair daha fazla korku hissettikleri görülmektedir. Televizyonda görülen şiddet korkuyu besleyici bir yapıya sahiptir, kurbanların sayısı şiddeti veya suçu işleyenlere göre fazladır. Bu gibi sebeplerden dolayı televizyondaki şiddete sürekli ve uzun süreli maruz kalma izleyicide güvensizlik ve tehlikeye kurban gitme korkusunu besleyebilir. Gerbner ve arkadaşları tarafından 1978 yılında American National Study başlığıyla yapılan bir araştırmada günde dört veya daha fazla saat televizyon izleyen kişilerle günde iki saatten az TV seyreden kişilerin karşılaştırılması sonucunda ağır izleyicilerin tutarlı bir şekilde dünyaya daha güvensiz bir gözle baktıkları ortaya çıkmıştır (Gerbner ve ark., 1979).

Benzer sonuçlar gençler, çocuklar ve yaşlılar üzerinde yapılan araştırmalarda elde edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SON DÖNEM TELEVİZYON DİZİLERİNİN YAŞAM TARZINA ETKİLERİ ALAN ARAŞTIRMASI BULGULARI

Davranış ve televizyon hakkındaki literatür taramalarında elde edilen veriler; 2016 yılının anketi ile desteklenmeye çalışılmıştır. Bu aşamada yapılan alan araştırması ve süreci başlıklar olarak detaylandırılmıştır.

3.1. Araştırmanın Metodolojisi

Televizyon dizilerinin günlük yaşamda bireyler üzerindeki bıraktığı imgelerin, etkilerin neler olduğuna ilişkin hazırlanan bu çalışmada, elde edilen veriler, özellikle son dönemlerde sıkça tartışılan bir konuya da ışık tutacağı düşünülmektedir. Dizilerin özellikle gençleri olumsuz yönde etkilediği kamuoyu gündeminde sık sık ele alınmaya başlanmıştır. Dizilerin konularının gerçek hayatla olan ilişkisi ve bunun seyirciler (ergenlik çağındaki gençler) açısından nasıl algılandığı, dizilerde işlenen konular, olaylar hakkında hem fikir olup olmadıklarını, dizi oyuncularının hangi ölçüde ve hangi açıdan taklit edilip benimsendiği noktasında açıklık getirilmesi hedeflenmiştir. Araştırma kapsamında verileri elde etmek için anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu bir yargıyı ifade etmekle birlikte, deneklerin bu yargılara katılıp katılmama dereceleri ölçülmeye çalışılmıştır. “ Hiç Katılmıyor – Katılmıyor – Kanaati Yok – Katılıyor – Tamamen Katılıyor” şeklindeki 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır. Sorularda, dizilerde işlenen konular kesin yargı ifadesiyle deneklere yöneltilmiş ve düşünceleri elde edilmeye çalışılmıştır. Anket formları belirlenen okullarda sınıflara girilerek, öğrencilere elden dağıtılmış, anketle ilgili gerekli açıklamalar yapılarak, anket sorularına ilişkin öğrencilere detaylı bilgi verilmiştir. Aynı şekilde formlar elden toplanmış, veriler SPSS programında girilerek, frekansları ve çapraz sorguları alınarak yorumlanmıştır.

3.1.1 Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evrenini dizilerden en çok etkilendiği düşünülen, lise öğrenimi gören gençler oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini ise İstanbul Avrupa yakasında bulunan 3 değişik lise öğrencileridir. Anketin uygulanmasından önce sosyo – ekonomik durumlar göz önünde bulundurularak lise tercihi yapılmıştır. Kurtlar Vadisi’nin en çok tutulduğu, özellikle

maddi geliri az olan bölgeler olması gibi faktörler, dizilerin hangi sosyo – ekonomik yapıda bulunan gençlere etkide bulunduğunun tespiti için bu yola başvurulmuştur.

Bu nedenle anket, öncelikle üst gelir seviyesine sahip, Özel Cihangir Koleji; alt gelir seviyesine sahip olduğu için Kadriye Moroğlu Lisesi ve Muhafazakâr kesime yönelik Halkalı Toki İmam Hatip Lisesi’nde 2015 yılı Haziran ayında, her lisede ortalama 200 olmak üzere toplam 600 öğrenciye uygulanmıştır.

3.1.2 Araştırmaya Katılanların Sosyo – Demografik Özellikleri

Tablo 1: Ankete katılanların cinsiyeti

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
GEÇERLİ				
ERKEK	244	40,7	40,7	40,7
KIZ	356	59,3	59,3	100,0
TOPLAM	600	100,00	100,00	

Tablo 1’de yer aldığı üzere; araştırmaya katılan toplam 600 öğrenciden 249’ü erkek, 351’si ise kızdır. Bireyler seçilirken oranlarda birbirine yakın olunması konusunda hassasiyet gösterilmiştir. Çünkü bay-bayan davranış şekilleri farklılık göstermektedir. Bir kadın dizi oyuncusunun davranışları ve bir erkek dizi oyuncusunun davranışları da paralel şekilde farklılık gösterecektir. İzleyici bayan ise karaktere dair estetik kaygılar daha ön planda olabilecekken (saç şekli, giyim tarzı gibi), erkeklerde davranış direkt olarak etkili olabilir (mafya babası, aile reisi veya bir polisin karakteri gibi).

Tablo 2: Sınıflarına Göre Ankete Katılanların Oranı

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLATİF YÜZDE
GEÇERLİ				
CEVAPSIZ	8	1,3	1,3	1,3
LİSE 1	184	30,7	30,7	32,0
LİSE 2	152	25,3	25,3	57,3
LİSE 3	256	42,7	42,7	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Anketin 184'sı Lise 1 öğrencisi, 152'si Lise 2 öğrencisi ve 256'i ise Lise 3...

Denilebilir ki bu sınıf farklılığı, yaş faktörü ile orantılı olarak değişecektir. Sınıf derecesinin sorulmasının en büyük sebebi, ergenlik dönemindeki gençlerin aileleri ile olan bağlarının ne şekilde değişkenlik gösterdiğinin saptanmasıdır. Çünkü yeni dizi karakterlerini kendisine model edinmiş bir lise 1. Sınıf öğrencisinin davranışıyla lise 3. Sınıf öğrencisinin davranışı aynı olmayabilir. Cevapsız 8 kişi ise neden sınıflarını belirtmemişlerdir ayrı bir soru olarak karşımıza çıkıyor.

Tablo 3: Deneklerin haftalık harcama tutarları

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
CEVAPSIZ	131	21,8	21,8	21,8
30 TL'DEN AZ	368	61,3	61,3	83,2
30-50 TL	83	13,8	13,8	97,0
51-75 TL	10	1,7	1,7	98,8
75 TL ÜSTÜ	8	1,3	1,3	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Sosyo – ekonomik şartlar göz önüne alındığında, öğrencilerin yüzde 61,3'ünün ortalama haftalık harcama tutarı 30 TL'nin altında, yüzde 13,8'nin 30 – 50 TL arasında, yüzde 1,7'sinin 51 – 75 TL arasında ve yüzde 1,3'nün 75 TL'den fazla olduğu tespit edilmiştir.

3.2. Dizilerdeki İmgelerin Yaşam Tarzına Etkilerine İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi

Tablo 4: Deneklerin Dizi İzleyip İzlemediğine İlişkin Cevapları

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
EVET İZLİYOT	600	100,0	100,0	100,0
HAYIR İZLEMİYOR	0	0	0	
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 4'te yer aldığı üzere araştırma konusunu incelemek için adayların özellikle dizi izleyip izlemediği irdelenmiş ve beklenildiği gibi deneklerin tamamı dizi izlediğini belirtmiştir. Bu oranlar daha sağlıklı sonuç alacağımıza işaret etmektedir.

Tablo 5: “Her öğrencinin samimi olduğu bir arkadaşı ya da arkadaş gurubu olmalıdır.”

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
HİÇ KATILMIYOR	9	1,5	1,5	1,5
KATILMIYOR	9	1,5	1,5	3,0
KANAATİ YOK	6	1,0	1,0	4,0
KATILYOR	118	19,7	19,7	23,7
TAMAMEN KATILYOR	458	76,3	76,3	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 5’e göre, Her öğrencinin samimi olduğu bir arkadaşı ya da arkadaş grubu olmalıdır yargısına katılanların toplam oranı 95,0’dır. Yukarıdaki yargı cümlesine katılmayanların oranı ise yüzde 3’tür. Diziler, buldukları toplumun gerçekliklerini işler, yansıtır, beslenir şeklindeki varsayımının geçerliliğini araştırmak için hazırlanan bu soru, net bir veri ortaya çıkarmıştır. Dizilerde işlenen konunun gerçek yaşamda da yer alıp almadığının geçerliliğini test etmek için hazırlanmış ve doğrulandığı gözlemlenmiştir.

Tablo 6: Gelir ve sosyal sınıf farkı olan öğrenciler birbirlerine âşık olamazlar.

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
HİÇ KATILMIYOR	330	55,0	55,0	55,0
KATILMIYOR	134	22,3	22,3	77,3
KANAATİ YOK	71	11,8	11,8	89,2
KATILYOR	36	6,0	6,0	95,2
TAMAMEN KATILYOR	29	4,8	4,8	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 6'ya göre, gelir ve sosyal sınıf farkı olan öğrencilerin birbirlerine âşık olamayacaklarına ilişkin soruya, hiç katılmayanların oranı yüzde 55,0, katılmayanların 22,3, kanaat belirtmeyenlerin 11,8 katılanların yüzde 6,0 tamamen katılanların ise yüzde 4,8'dir. Dizilerde, gelir ve sosyal sınıf farkı bulunan iki öğrenci birbirine âşık olması, ancak ailelerin buna karşı çıkması dizide işlenen ana konulardan biridir. Dizideki karakterler ise konusu gereği böyle düşünmemektedir. Ankete katılan öğrencilere de bu yargıya katılıp katılmadıkları sorulmuş, dizide olduğu gibi öğrencilerin gelir ve sosyal sınıf farkının aşka engel olmayacağına ilişkin düşüncelerinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 7: Ağabeyler kız kardeşlerinin gönül işleri üzerinde belirleyici olabilmelidir

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
HİÇ KATILMIYOR	201	33,5	33,5	33,5
KATILMIYOR	118	19,7	19,7	53,2
KANAATİ YOK	83	13,8	13,8	67,0
KATILIYOR	92	15,3	15,3	82,3
TAMAMEN KATILIYOR	106	17,7	17,7	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 7'ye göre, Ağabeyler kız kardeşlerinin gönül işleri üzerinde belirleyici olabilmelidir ifadesine katılım düzeyi yüzde 33 iken, katılmama düzeyi ise 43,2, kanaat belirtmeyenlerin yüzde 13,8, ifadeye hiç katılmayanların yüzde 33,5 ve katılmayanların ise 19,7'dir. Türk toplumunda, erkek ve kadın arasındaki ilişkilere bakış açısı, bölge, örf, adet, sosyo – ekonomik yapı, gelişmişlik düzeyi, aile yapısı gibi birçok faktöre göre değişmektedir. Kadın ve erkek arasındaki duygusal ilişkilere, farklı yaklaşımlar içerisinde bakılmaktadır. Soruya verilen yanıtlarda ise, dizide işlenen bu olgunun deneklerce, gerçek hayatta da fazla savunulmadığı gözlenmiştir.

Tablo 8: Devletin ya da kamunun yararı için gerektiğinde yasalarda çiğnenmelidir.

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
HİÇ KATILMIYOR	157	26,2	26,2	26,5
KATILMIYOR	100	16,7	16,7	42,8
KANAATİ YOK	112	18,7	18,7	61,5
KATILYOR	108	18,0	18,0	79,5
TAMAMEN KATILYOR	123	20,5	20,5	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 8'e göre, devletin ya da kamunun yararı için gerektiğinde yasaların çiğnenebileceğine ilişkin yargıya tamamen katılanların oranı yüzde 20,5, katılanların yüzde 18,0, kanaat belirtemeyenlerin oranı yüzde 18,7, katılmayanların oranı 16,7 ve hiç katılmayanların oranı ise 26,2'dir. Yukarıda yer alan ve yargı bildiren bu cümle, Kurtlar Vadisi dizisinde işlenen ana konulardan biridir. Bu düşüncenin bireyler tarafından ne kadar benimsendiğini ortaya çıkarmak için hazırlanan soruya verilen yanıtlara göre, deneklerin 42,9'luk gibi yüksek bir oranı bu ifadeye katılmadığı gözlenmektedir.

Tablo 9: Mafyanın kendi içerisinde işleyen çok acımasız kanunları vardır

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
HİÇ KATILMIYOR	26	4,3	4,3	4,3
KATILMIYOR	27	4,5	4,5	8,8
KANAATİ YOK	119	19,8	19,8	28,7
KATILYOR	148	24,7	24,7	53,3
TAMAMEN KATILYOR	280	46,7	46,7	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 10'a göre, mafyanın kendi içerisinde işleyen çok acımasız kanunları olduğuna ilişkin yargı bildiren soruya hiç katılmayanların oranı yüzde 4,3, katılmayanların 4,5, kanaat belirtmeyenlerin 19,8, katılanların 24,7, tamamen katılanların ise 46,7'dir. Kurtlar Vadisi'nde işlenen bu temanın, halk tarafından da böyle görüldüğü, dizideki olayların günlük yaşamdan kesitleri sunduğu tespit edilmiştir. Söz konusu lise öğrenciler acımasız kanunlar ifadesinde neyin anlatılmak istendiğini dahi sahneleri derleyerek betimlemiştir. Ancak bu öğrencilerin bir mafya unsuru ile irtibatta olmadığı kesin olduğu bilinmektedir.

Tablo 10: Türkiye'nin yönetiminde asıl güç derin devlettir.

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
HİÇ KATILMIYOR	39	6,5	6,5	6,5
KATILMIYOR	46	7,7	7,7	14,2
KANAATI YOK	135	22,5	22,5	36,7
KATILYOR	176	29,3	29,3	66,0
TAMAMEN KATILYOR	204	34,0	34,0	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 11'e göre, Türkiye'nin yönetiminde asıl gücün derin devlette olduğuna ilişkin yargıya tamamen katılanların oranı yüzde 34,0, katılanların 101 29,3, kanaat belirtmeyenlerin 22,5, katılmayanların 7,7 ve hiç katılmayanların ise 6,5'dir. Kurtlar Vadisi dizisiyle, son yıllarda tartışma konusu olan en popüler terimlerden biri de derin devlet olmuştur. Siyasi kulislardan, sokaktaki vatandaşa kadar herkesin kendi arasında tartıştığı, her konuda yorumların içine katıldığı bir terim haline gelen derin devletin, dizide işlenmesiyle birlikte halk bazında ne gibi bir düşünceye doğru yönelttiğini test etmek için hazırlanan soruya verilen yanıtla örtüşmektedir.

Tablo 11: Beğendiğim dizi müziklerinin bulunduğu bir cd varsa alırım.

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ CEVAPSIZ	3	0,5	0,5	0,5
HİÇ KATILMIYOR	96	16,0	16,0	16,5
KATILMIYOR	65	10,8	10,8	27,3
KANAATİ YOK	68	11,3	11,3	38,7
KATILYOR	155	25,8	25,8	64,5
TAMAMEN KATILYOR	213	35,5	35,5	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 12'e göre, dizilerin gündelik yaşamda imgesel olarak nasıl ortaya çıktığına ilişkin ifadeye tamamen katılanların oranı yüzde 35,5, katılıyor'u işaretleyenlerin yüzde 25,8'i, hiç katılmadıklarını ifade edenler yüzde 16,0, katılmayanların ise 10,8'dir. Verile göre, beğendikleri dizi müziklerinin bulunduğu bir cd veya kaset varsa alacağını ifade edenlerin oranı en yüksektir. Bu ifade dizinin etkisinin lise öğrencileri üzerinde etkisinin devam ettiğini ortaya koyuyor. Öğrenciler ise bu etkiyi kendileri körükleyip daha da etkin hale getiriyor. Özetle vakit buldukları her an karakterlere dair zihinlerinde yeni kapılar açıyorlar.

Tablo 12: Cep telefonumda, mutlaka sevdiğim bir dizinin müziğini bulundururum.

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ CEVAPSIZ	2	0,3	0,3	0,3
HİÇ KATILMIYOR	149	24,8	24,8	25,2
KATILMIYOR	107	17,8	17,8	43,0
KANAATİ YOK	94	15,7	15,7	58,7
KATILYOR	112	18,7	18,7	77,3
TAMAMEN KATILYOR	136	22,7	22,7	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 13'e göre, cep telefonunda mutlaka sevdiği bir dizinin müziğini bulundururum yargısına tamamen katılanların oranı yüzde 22,7, katılanların 18,7, kanaat belirtmeyenlerin 15,7, yargıya katılmayanların 17,8 ve hiç katılmayanların ise 24,8'dir. Dizilerin izleyiciler üzerinde günlük yaşamada bıraktığı imgelerden biri de cep telefonu müzikleridir. Öyle ki, insanlar cep telefonu çaldığında sevdiği dizinin melodisiyle uyarılmak istemektedir. Milyonlarca kişiyi ekranlara bağlayan popüler diziler, kendilerine cep telefonlarında bile yer bulabilmekte ve her cep telefonu çaldığında diziyi hatırlatmaktadır. Bu varsayımın geçerliliğini test etmek için hazırlanan bu soruya verilen yanıtlarda da, 41,4 gibi bir oranı oluşturan gençlerin cep telefonunda sevdikleri dizinin melodilerini bulduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 13: Bir dizi oyuncusunda gördüğüm güzel bir kıyafet varsa, aynısını almak isterim

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
HİÇ KATILMIYOR	230	38,3	38,3	38,8
KATILMIYOR	127	21,2	21,2	59,5
KANAATİ YOK	85	14,2	14,2	73,7
KATILYOR	86	14,3	14,3	88,0
TAMAMEN KATILYOR	72	12,0	12,0	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 14'e göre, bir dizi oyuncusunda gördüğüm güzel bir kıyafet varsa, aynısını almak isterim ifadesine hiç katılmayanların oranı yüzde 38,3, katılmayanların 21,2, kanaat belirtmeyenlerin 14,2, katılanların 14,3 ve tamamen katılanların ise 12,0'dır. Sevilen dizi karakterlerinin kıyafetlerinin bireyler üzerinde nasıl bir etkide bulunduğunu, normal hayatlarında bu karakterde gördükleri kıyafeti almak isteyip istemediklerinin test edildiği bu soruda, 59,5 gibi bir çoğunluk bir dizi oyuncusunda gördükleri kıyafetin aynısını almayı düşünmediği sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 14: “Sevdiğim oyuncunun saç modelini kendi saçıma da uygulayacağım.”
Yargısına katılım oranları.**

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
HİÇ KATILMIYOR	250	41,7	41,7	41,7
KATILMIYOR	119	19,8	19,8	61,5
KANAATİ YOK	79	13,2	13,2	74,7
KATILYOR	89	14,8	14,8	89,5
TAMAMEN KATILYOR	63	10,5	10,5	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 15’e göre, sevdiği oyuncunun saç modelini kendi saçına uygulayacağına tamamen katılanların oranı yüzde 10,5, katılanların ise 106 14,8’dir. Katılmayanların 19,8, hiç katılmayanların 41,7 ve kanaat belirtemeyenlerin ise 13,2’dir. Dizilerin bireyler üzerinde gündelik yaşantılarında bıraktığı imgeleri tespit etmek için hazırlanan bu soruda, dizi karakterlerinin saç şekillerinin gençler tarafından örnek alınıp alınmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Deneklerin sadece yüzde 24,3 beğendiği oyuncunun saç şeklini kendi saçına da uygulayacağını ifade etmiştir.

**Tablo 15: “Bazı dizileri izledikten sonra kendimi daha saldırgan hissediyorum.”
Yargısına katılım oranları.**

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
CEVAPSIZ	5	0,8	0,8	0,8
HİÇ KATILMIYOR	221	36,8	36,8	37,7
KATILMIYOR	139	23,2	23,2	60,8
KANAATİ YOK	84	14,0	14,0	74,8
KATILIYOR	80	13,3	13,3	88,2
TAMAMEN KATILIYOR	71	11,8	11,8	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Tablo 16'ya göre, bazı dizileri izledikten sonra kendisini daha saldırgan hissediyorum ifadesine tamamen katılanların oranı yüzde 11,8, katılanların oranı 13,3, kanaat belirtmeyenlerin 14,0, katılmayanlar 23,2 ve tamamen katılmayanları ise 36,8'dir. Dizilerin gençleri şiddete yönelttiğine yönelik eleştiriler göz önüne alınarak hazırlanan bu soruya verilen cevaplara göre, yukarıdaki ifadeye katılmayanların toplamı yüzde 60, katılanların ise yüzde 25,1'dir.

Tablo 16: “Kurtlar Vadisi dizisinde yaşanan olaylar hakkında ne düşünüyorsunuz?” Sorusuna verilen cevaplar ve oranları.

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
CEVAPSIZ	71	11,8	11,8	11,8
GERÇEK OLAYLARI ANLATIYOR	147	24,5	24,5	36,3
TAMAMEN HAYAL ÜRÜNÜ	43	7,2	7,2	43,5
BAZI BÖLÜMLERİ ABARTILI	148	24,7	24,7	68,2
GENÇLERE KÖTÜ ÖRNEK OLUYOR	182	30,3	30,3	98,5
DİĞER	9	1,5	1,5	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Kurtlar Vadisi dizisinde yaşanan olaylar hakkında ne düşünüyorsunuz? Sorusuna Türkiye’de yaşanan gerçek olayların anlatıldığı yanıtını verenlerin oranı yüzde 24,5, Gerçeklik payı var; ama bazı bölümleri abartılı cevabı verenlerin oranı yüzde 24,7, dizide yaşanan olayların tamamen hayal ürünü olduğunu ifade edenlerin oranı ise sadece 7,2’dir. Kaldı ki dizi başlarken yer alan uyarı yazısında “yaşananlar tamamen hayal ürünüdür” ifadesi yer almasına karşın, öğrenciler bu senaryonun ve karakterlerin gerçek olduğunu düşünmektedir.

Tablo 17: “Arkadaşlarınız arasında dizi filmlerdeki isimleri ya da lakapları kullanıyor musunuz?” Sorusuna verilen cevaplar ve oranları.

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
CEVAPSIZ	61	10,2	10,2	10,2
HAYIR	381	63,5	63,5	73,7
EVET	158	26,3	26,3	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Arkadaşınız arasında dizi filmlerdeki isimleri ya da lakapları kullanıyor musunuz? Sorusuna evet yanıtını verenlerin oranı 26,3, hayır yanıtını verenleri ise yüzde 63,5'tir. Söz konusu bu tablo oransal bazda dizilerin ergenler tarafından ne kadar benimsendiğini gözler önüne sermektedir.

Tablo 18: “Günlük yaşantınızda, bu karakterin davranışlarından etkilendiğinizi düşündünüz mü?” Sorusuna verilen cevaplar ve oranları.

	FREKANS	YÜZDE	GEÇERLİ YÜZDE	KÜMÜLÂTİF YÜZDE
GEÇERLİ				
CEVAPSIZ	57	9,5	9,5	9,5
HİÇ	213	35,5	35,5	45,0
NADİREN	138	23,0	23,0	68,0
BAZEN	159	26,5	26,5	94,5
HER ZAMAN	33	5,5	5,5	100,0
TOPLAM	600	100,0	100,0	

Ankete katılanlara en sevdiği dizi karakterini ve bu karakterin günlük yaşantıda kendisini etkileyip etkilemediğini ilişkin soruya hiç etkilemediği yanıtı verenlerin oranı yüzde 35,5 nadiren etkilediğini belirtenlerin oranı 23,0, bazen etkilendiğini düşünenlerin 26,5 ve her zaman etkilendiğini ifade edenlerin ise yüzde 5,5 olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Toplamda yüzde 55,0’lık bir oranın günlük yaşantısında sevdiği karakterin davranışından etkilendiği gözlenmiştir.

Tablo 19: Televizyon dizilerini izlemenizdeki en önemli sebep nedir? * Hangi Okulda öğrenim görüyorsunuz? Çapraz tablolama

	TOPLAM	HALKALI T.İ.H LİSESİ	KADRİYE M. LİSESİ	CİHANGİR KOLEJİ
EĞLENMEK VE DİNLENMEK	92 100,0 % 15,3% 15,3%	25 27,2% 12,5% 4,2%	23 25,0% 10,6% 3,8%	44 47,8% 24,0% 7,3%
SIKINTIDAN	104 100,0% 17,3% 17,3%	46% 44,2% 23,0% 7,7%	32% 30,8% 14,7% 5,3%	26% 25,0% 12,2% 4,3%
ZAMAN GEÇİRMEK	89 100,0% 14,8% 14,8%	34 38,2% 17,0% 5,7%	32 36,0% 14,7% 5,3%	23 25,8% 12,6% 3,8%
KONUSU	101 100,0% 16,8% 16,8%	27 26,7% 13,5% 4,5%	48 47,5% 22,1% 8,0%	26 25,7% 14,2% 4,3%
OYUNCULARI	11 100,0% 1,8% 1,8%	4 36,4% 2,0% 0,7%	4 36,4% 1,8% 0,7%	3 27,3% 1,6% 0,5%
DİĞER	114 100,0% 19,0% 19,0%	38 33,3% 19,0% 6,3%	47 41,2% 21,7% 7,8%	29 25,4% 15,8% 4,8%
TOTAL	600 100,0% 100,0% 100,0%	200 33,3% 100,0% 33,3%	217 36,2% 100,0% 36,2%	183 30,5% 100,0% 30,5%

Televizyon dizilerinin izlenmesinin nedenlerine ilişkin soruya verilen yanıtlarda, Halkalı Toki İmam Hatip Lisesi'ndeki öğrencilerin 'sıkıntıdan', Kadriye Moroğlu Lisesi öğrencilerinin dizileri 'konusu'ndan dolayı izledikleri tespit edilmiştir. Cihangir Koleji ankete katılan öğrencilerin ise, büyük çoğunlukla dizileri 'eğlenmek ve dinlenmek' için seyrettiği gözlenmiştir. Bu da, gençlerin televizyon dizilerini daha çok hangi amaçla izlediğine ilişkin ipuçları vermektedir. Sosyo - ekonomik anlamda farklılık gösteren bu liselerde, televizyon dizilerini izleme nedenlerinin de farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Üst gelir seviyesine sahip bir yaşantı süren öğrencilerin, dizileri eğlenmek ve dinlenme amaçlı izlediği, alt gelir seviyesine sahip öğrencilerin ise, belki de dizilerin konularında kendilerine, çevrelerine ait hikâyeleri, karakterleri buldukları için konularından dolayı dizileri izlemektedir.

Tablo 20: Günde, yaklaşık (ortalama) kaç dakika tv seyredersiniz? * Hangi Okulda öğrenim görüyorsunuz? Çapraz tablolama

	TOPLAM	HALKALI T.İ.H LİSESİ	KADRIYE M. LİSESİ	CİHANGİR KOLEJİ
CEVAPSIZ	67 100,0% 11,2% 11,2%	22 32,8% 11,0% 3,7%	20 29,9% 9,2% 3,3%	25 37,3% 13,7% 4,2%
60 DAKİKA	145 100,0% 24,2% 24,2%	51 35,2% 25,5% 8,5%	53 36,6% 24,4% 8,8%	41 28,3% 22,4% 6,8%
120 DAKİKA	167 100,0% 27,8% 27,8%	53 31,7% 26,5% 8,8%	58 34,7% 26,7% 9,7%	56 33,5% 30,6% 9,3%
180 DAKİKA	55 100,0% 9,2% 9,2%	23 41,8% 11,5% 3,8%	23 41,8% 10,6% 3,8%	9 16,4% 4,9% 1,5%
240 DAKİKA	13 100,0% 2,2% 2,2%	7 53,8% 3,5% 1,2%	3 23,1% 1,4% ,5%	3 23,1% 1,6% ,5%
TOPLAM	600 100,0% 100,0% 100,0%	200 33,3% 100,0% 33,3%	217 36,2% 100,0% 36,2%	183 30,5% 100,0% 30,5%

Tablo 20 değerlendirildiğinde; Günde ortalama ne kadar televizyon izlendiğine ilişkin soruya verilen yanıtlarda, 30, 60 ve 120 dakikaya kadar dzenli bir artış olduğu; ancak; 180, 240 ve üzeri dakikalarda da izleme oranlarının dūřtūęu tespit edilmiştir. Buna gōre, ortalama ankete katılan her uę lise ōęrencilerinin günde ortalama, 120 dakika (2 saat) televizyon izledikleri gōzlenmiřtir. Farklı sosyo - ekonomik ve kōltrel tablodaki liselerin ōęrencilerinin, televizyon seyretme alışkanlıkları arasında uok bōyuk bir farkın olmadığı ortaya uıkmıştır. Seyretme saatlerine bakıldığında da, televizyonun genuğlerin gūndelik yaşamlarında 2 ila 3 saat arasında yer alabildiği gōrōlmektedir. Bu, seyretme zamanı da, televizyonun genuğler üzerinde ne kadar etkide bulunduğuna ilişkin yorumlar aauısından da ōnem taşımaktadır.



Tablo 21: Sevdiğim oyuncunun saç modelini kendi saçıma da uygulardım * Hangi Okulda öğrenim görüyorsunuz? Çapraz tablolama

	TOPLAM	HALKALI T.İ.H LİSESİ	KADRIYE M. LİSESİ	CİHANGİR KOLEJİ
HİÇ KATILMIYOR	247 100,0% 41,4% 41,4%	79 32,0% 39,5% 13,2%	97 39,3% 45,1% 16,2%	71 28,7% 39,0% 11,9%
KATILMIYOR	119 100,0% 19,9% 19,9%	39 32,8% 19,5% 6,5%	48 40,3% 22,3% 8,0%	32 26,9% 17,6% 5,4%
KANAATI YOK	79 100,0% 13,2% 13,2%	31 39,2% 15,5% 5,2%	22 27,8% 10,2% 3,7%	26 32,9% 14,3% 4,4%
KATILYOR	89 100,0% 14,9% 14,9%	26 29,2% 13,0% 4,4%	29 32,6% 13,5% 4,9%	34 38,2% 18,7% 5,7%
TAMAMEN KATILYOR	63 100,0% 10,6% 10,6%	25 39,7% 12,5% 4,2%	19 30,2% 8,8% 3,2%	19 30,2% 10,4% 3,2%
TOPLAM	597 100,0% 100,0% 100,0%	200 33,5% 100,0% 33,5%	215 36,0% 100,0% 36,0%	182 30,5% 100,0% 30,5%

Ankete katılanların, sevdiği oyuncunun saç modelini kendi saçına uygulayıp uygulamayacağına ilişkin verilerin yer aldığı yukarıdaki tabloya göre, Kadriye Moroğlu Liseli öğrencilerin yüzde 67,4'ü böyle bir davranış sergilemeyeceklerini ifade etmişlerdir. Sevdiği oyuncunun saç modelini uygulayabileceği konusunda ise, yüzde 29, 1 ile Cihangir Koleji ön plana çıkmıştır. Burada, Kadriye Moroğlu Liseli öğrencilerin belki de yaşadığı çevre nedeniyle, bu tür bir davranış içerisine giremeyeceği, dışlanma, ayıplanma korkusunun yattığı düşünebilir. Cihangir koleji öğrencilerinin ise; tam tersi bu tür konularda daha rahat olduğu, aile ve çevresi tarafından hiçbir baskı ve dışlanma hissetmeyeceğini de göstermektedir.



Tablo 22: Erkeğin sevgilisi olmalı, kız kardeşinin sevgilisi olmasına müsaade etmemelidir. * Çapraz tablolama

	ERKEK	KIZ	TOPLAM
HİÇ KATILMIYOR	75	275	350
	21,4%	78,6%	100,0%
	30,7%	77,2%	58,3%
	12,5%	45,8%	58,3%
KATILMIYOR	48	40	88
	54,5%	45,5%	100,0%
	19,7%	11,2%	14,7%
	8,0%	6,7%	14,7%
KANAATI YOK	45	10	55
	81,8%	18,2%	
	100,0%		
	18,4%	2,8%	9,2%
KATILYOR	21	10	31
	67,7%	32,3%	
	100,0%		
	8,6%	2,8%	5,2%
TAMAMEN KATILYOR	3,5%	1,7%	5,2%
	55	21	76
	72,4%	27,6%	
	100,0%		
TOPLAM	22,5%	5,9%	
	12,7%		
	9,2%	3,5%	12,7%
	244	356	600
40,7%	59,3%		
100,0%			
100,0%	100,0%		
100,0%			
40,7%	59,3%	100,0%	

Tablo 24'e göre, Erkeğin sevgilisi olmalı, kız kardeşinin sevgilisi olmasına müsaade etmemelidir yargısına katılım düzeyi ile cinsiyete göre dağılımı arasında $p < 0,05$ olduğundan anlamlı bir ilişki mevcuttur.

$$x^2 = 140,384 \quad sd = 4 \quad p = ,000 \quad c = ,435$$

“Erkeğin sevgilisi olmalı; kız kardeşinin sevgilisi olmasına müsaade etmemelidir” ifadesine tamamen katılanların yüzde 72,4’ü erkek, 27,6’sı ise kızdır. Erkeklerin yüzde 30,7’si ve kızların yüzde 77,2’si ise bu ifadeye hiç katılmamaktadır. Verilere göre, erkekler bu ifadeyi kabul ederken; kızlar karşı çıkmaktadır.



Tablo 23: Bu karakterin hangi özelliği hoşunuza gidiyor? * Günlük yaşantınızda, bu karakterin davranışlarından etkilendiğinizi düşündünüz mü? Çapraz tablolama

	CEVAPSIZ	HİÇ	NADİREN	BAZEN	HER ZAMAN	TOTAL
CEVAPSIZ	44 38,9%	48 42,5%	12 10,6%	9 8,0%		113 100,0%
GİYDİĞİ KİYAFET	77,2%	22,5%	8,7%	5,7%		18,8%
	7,3%	8,0%	2,0%	1,5%		18,8%
HAREKETLERİ	3 7,1%	15 35,7%	7 16,7%	15 35,7%	2 4,8%	42 100,0%
	5,3%	7,0%	5,1%	9,4%	6,1%	7,0%
	,5%	2,5%	1,2%	2,5%	,3%	7,0%
KONUŞMA BİÇİMİ	5 2,3%	73 34,1%	59 27,6%	62 29,0%	15 7,0%	214 100,0%
	8,8%	34,3%	42,8%	39,0%	45,5%	35,7%
	,8%	12,2%	9,8%	10,3%	2,5%	35,7%
SAÇ ŞEKLİ	4 2,9%	41 30,1%	39 28,7%	46 33,8%	6 4,4%	136 100,0%
	7,0%	19,2%	28,3%	28,9%	18,2%	22,7%
	,7%	6,8%	6,5%	7,7%	1,0%	22,7%
TOPLAM		10 45,5%	5 22,7%	4 18,2%	3 13,6%	22 100,0%
		4,7%	3,6%	2,5%	9,1%	3,7%
		1,7%	,8%	,7%	,5%	3,7%
	57 9,5%	213 35,5%	138 23,0%	159 26,5%	33 5,5%	600 100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	9,5%	35,5%	23,0%	26,5%	5,5%	100,0%

$$x^2 = 185,564 \quad sd = 24 \quad p = ,000 \quad c = ,486$$

Tablo 30, günlük yaşantısında sevdiği dizi karakterinin davranışlarından her zaman etkilendiğini düşünenlerin yüzde 6,1 giydiği kıyafet, 36,4'ü hareketleri, 9,1'i konuşma biçimi, 6,1'i saç şeklinden dolayı etkilendiğini göstermektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİ

4.1. Sonuç ve Öneri

Globalleşen bir ortamda kitle iletişim araçlarının özellikle genç yaştaki kişiler üzerinde ne gibi etkiler bıraktığı, psikolojik ve sosyolojik açıdan araştırma unsuru olmaya ve tartışılmaya devam edilecektir. Televizyonun kültürel balamda bir yozlaşma ortamına sahne olduğu, kimlik arayışındaki insanların kötü alışkanlıklara yöneldiği, özellikle çocukların gelişimsel açıdan zarar gördüğü şeklindeki düşünceler sıkça dile getirilir. Ancak önemli olan bir nokta vardır ki; televizyonu insanlardan bağımsız ve yine insanları yöneten bir güç olarak da düşünmemek gerekir.

Bu bağlamda tespitlerimiz şu şekilde olacaktır.

İlki, televizyon dizileri insanların yaşamlarını bir kaynak olarak görerek bu kaynağı şekillendirip tekrar halka sunmaktadır. Diğer yandan izleyiciye mesajlar vererek, kültürel bir yönlendirme sürecini başlatır ve devam ettirir. İkinci tespit ise; televizyonun kültürleştiğini kabul edersek, küreselleşmeye bağlı olarak dünyadaki basın kuruluşları arasında bir ileti alışverişi olduğunu ve toplumların etkilendiği aşikârdır.

Televizyonun izleticiyi etkilediği belirtilirken, davranışın şekillenmesinde toplumun yönlendirilmesinde tek faktörün televizyon olduğunu söylemek mümkün olmamaktadır. Çünkü kişi gündelik süreçte televizyon dizilerinin dışında, sosyal-çevresel bir ortamda yaşamaktadır. Televizyon izleyicisinin düşüncelerini biçimlendirmede medyanın dışında; yaşanan sosyal çevre, tutum ve alışkanlıklar, dini inançlar, fizyolojik özellikler, gelenek-görenek, aile yapısı, gelir seviyesi, cinsiyet vb. daha birçok unsurları göz ardı etmemek gerekir. Araştırmada, söz konusu izlenme rekorları kıran dizilerde karakterlere özenmek karakterlere özenmek, onlar gibi davranmak, giyinmek, konuşmak, hatta onların lakaplarını kullanmak, esprilerini, hareketlerini taklit etmek gibi bir olgunun yaşandığı araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır. Çalışma içerisinde belirtilen dizilerden en baskını Kurtlar Vadisi Pusu dizisi olmuştur. Gençler üzerindeki etkisi yadsınamaz. Bireysel davranıştaki bir takım yanlış karakterlerin kaynağı olarak bu diziyi göstermek, bu

çalışmanın boyutlarını aşmaktadır. Dikkatlerden kaçmayan bir diğer konu ise; televizyon dizilerinin konularının toplumun gerçekliklerinden ayrı tutulamayacağıdır. Türkiye'de gündemde olup bitenler insanların yönelimleri, haberler, tartışmalar...

İşte bu ve benzeri durumlar yapımcıları harekete geçirmiş ve beklentiyi sanatsal boyuta ulaştırarak kar elde edilebileceğini göstermiştir.

Araştırma kapsamında televizyon diziler ile insan davranışı arasında keskin bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Dizilerin insanların etkilediği, insanların ise dizilere konu bakımından kaynak olduğu ve bir etkileşim sürecinin devamlılığı tespit edilmiştir. Bu süreçte olumlu ve olumsuz yaklaşımlar söz konusudur. Sürekli olarak aileler tarafından televizyonun çocuklar ve gençler üzerindeki olumsuz etkileri sitemkâr şekilde dile getirilir. Bu konu hakkında çeşitli görüşler de vardır. Televizyonun etkileri kuram çerçevesinde değerlendirildiğinde, vatandaşların televizyonları neden izlediği, nasıl kullandığı, bunların gündelik yaşamlarında ne gibi davranışlara, hareketlere ve tepkilere yönelttiğine ilişkin çalışmalar yapılmaktadır.

Temel olarak dizilerin olumsuz yanlarına odaklanmamak gerekir. Çünkü psikolojik ve sosyolojik açıdan bir uyum içerisinde bulunmayan, hiçbir yayın organının yayın yaptığı ülkede çok da izlenmesi beklenmeyebilir. Kısaca televizyonun olumsuz etkilerini irdelerken, hep sosyolojik anlamda hem de küreselleşmeye bağlı olarak, dış etkenlerin göz ardı edilmemesi gerekir. Yapılan bu çalışmada bunların ortaya çıktığı görülmektedir. İzleyicinin sosyal çevresi, ailesi, yaşadığı alanın kültürel durumu, dini inanışının göz ardı edilmemesi ve her davranışın, ardında bu etkenlerin yattığı da bilinmelidir. Ancak dizilerde yer alan repliklerin, esprilerin, karakterlerin isimlerinin günlük hayatta çocuklar ve gençler arasında da sık sık kullanıldığını bu çalışma gözler önüne sermiştir. Başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarının izlenme yoğunluğu etkilenmede önemli bir unsurdur. Televizyon izleme süresinin de tespiti bu çalışmada incelenmiştir. Araştırmaya katılan 600 lise öğrencisinin her gün ortalama 180 dakika (3 saat) televizyon izlediği, belirlenmiştir. Ailelerin ise en az bu oranda televizyon (özellikle de dizi) izlediği ortaya çıkmıştır. NVarılan sonuç, ay ve yıl bazında izlenme oranları temel alındığında oldukça uzun bir süre ortaya çıkıyor. Araştırmada da, gözlendiği gibi televizyon

dizilerindeki sevilen karakterlerin, saç şeklini, kıyafetini taklit etmede, günlük yaşamlarına uyarlamaya çalışanların az olduğu göze çarpmaktadır. Araştırma öncesinde bu modelde artış yaşandığı görüşü vardı. Ancak beklenen tablonun altında çıktı. Sonuca istinaden hiç taklit edilmediği anlamını da taşımaz. Dikkat edilmesi ya da gözden kaçan yer ise, ankete katılan gençlerin saç şekli ve kıyafet konusunda ailesinin, yaşadığı çevrenin, arkadaşlarının, gelenek ve göreneklerin arka planda kalmış olmasıdır. Çalışmada elde edilen sonuçlar genel olarak değerlendirildiğine; gündelik yaşamda bireylerin sadece medya ile çevrili olmadığı, bunların dışında çeşitli etkenlerle bir arada yaşadığı göz ardı edilmemelidir. Elde edilen her bulgunun salt medya kaynaklı olduğunu iddia etmek bu çalışmanın amacını aşacaktır. Medyanın kültüre, toplumsal hayata, sosyal gerçekliğe etki ettiği, aynı zamanda bunlardan etkilendiği çalışmanın bulguları olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

Akdemir, Semra. (1993). Uluslararası İletişim Alanını Düzenlenmesine Yönelik Normatif Kavramlarda Ortaya Çıkan Yeni Gelişmeler” Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Doktora Tezi) İstanbul

Alankuş, Sevdâ. (2003). Medya ve Toplum, Bia Yayınları, 2003

Alemdar Korkmaz ve İ. Erdoğan (1998) Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları, My Yayınları, Ankara

Alemdar Korkmaz ve İ. Erdoğan (2002) Öteki Kuram, Erk Yayınları, Ankara

Alemdar Korkmaz ve İ. Erdoğan İrfan, (1994) Popüler Kültür ve İletişim, Ümit Yayıncılık, Ankara

Alemdar Korkmaz ve İ. Erdoğan (1990) İletişim ve Toplum, Bilgi Yayınevi, Ankara

Akar, İ. (2002) Aile İçi İlişkilerin Değişiminde Televizyonun Etkisi; Afyon Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Ana Bilim Dalı.

Aksu, A.B. (1998) Gençlik Döneminde Görülen Zararlı Alışkanlıklar ve Din Eğitimi. Yüksek Lisans Tezi. Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı.

Arda Erkan (Ed.) (2003) Sosyal Bilimler El Sözlüğü, Alfa Yayınevi, İstanbul

Arcan, K. & Uğur, M. (2006) Özel okullara giden lise düzeyindeki ergenlerin, akademik başarıları ile algıladıkları anne-baba tutumları arasındaki ilişkilerin incelenmesi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji, İnsan Bilimleri ve Felsefe Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi.

Arık, M.Bilal (2004) “Medya ve Kültür Çalışmaları Kapsamında Kültürel Çalışmalar Ekolüne Bir Bakış”, M. IŞIK (Der). Medyaya Yeni Yaklaşımlar, Eğitim Kitabevi, Konya

Armağan, İ. (2004) Gençlik Gözüyle Gençlik (Birinci Baskı) Sosyal Yardımlaşma Vakfı Yayınları Ankara

Arslantürk, Z., Amman, T. (2000) Sosyoloji. (Birinci Baskı) İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Asna Alaeddin (1996) “Kamuoyunun Oluşumunda Kitle İletişim Araçları”, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, Aralık Sayı 11, C.2, Ankara

Atabek Mustafa (2002) Sosyoloji, Küre Yayıncılık, İstanbul

Avcı Nabi (1999) Enformatik Cehalet, Kitabevi Yayınları, Ocak, İstanbul

Aydoğdu, C. (2003) Televizyon ve Bilgisayarın (18-24 yaş) Gençler Üzerindeki Psikolojik Etkileri; Hendek Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı

Aytaç, Ö. (2002) Sosyoloji Bir Giriş Denemesi. (Birinci Baskı) Elazığ: Üniversite Kitabevi.

Aytaç, S. (2000) İnsanı Anlama Çabası. (Birinci Baskı) Bursa: Ezgi Yayınları.

Aziz Aysel (1975) Televizyonun Yetişkin Eğitiminde Yeri ve Önemi, Sevinç Matbaası, Ankara

Aziz, A. (1982) Toplumsallaşma ve Kitleli İletişim. (Birinci Baskı) Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları.

Batmaz Veysel (1981) “Popüler Kültür Üzerinde Değişik Kuramsal Yaklaşımlar” İletişim Dergisi, A.İ.T.İ.A Gazetecilik Ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Yayın Organı, Ankara 1981 / 1)

Başaran, İ.E. (2000) Eğitim Psikolojisi. (Beşinci Baskı). Ankara:Feryal Matbaası

Baymur, F. (1994) Genel Psikoloji. (On üçüncü Baskı). İstanbul:İnkılap Kitabevi

Baudrillard, J. (2004) Tam Ekran. (Üçüncü Baskı) Çeviren: Bahadır GÜLMEZ. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Bilgin, N. (1997) İnsan İlişkileri ve Kimlik. (İkinci Baskı) İstanbul:Sistem Yayıncılık.

Bozkurt, V. (2004) Değişen Dünyada Sosyoloji (Birinci Baskı) Bursa: Alfa Kitabevi

Bülbül, A. R. (2000) Genel Gazetecilik Bilgileri, Nobel Yayıncılık, Konya

Bion, W. R. (2014) Yaşayarak Öğrenmek. Çeviren: Taner Güvenir, Lalecan İşcanlı Ekin. İstanbul: Bağlam Yayınları - Düş/Düşün 44.

Can, A. (2000) “Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Olumsuz Etkileri; Örnek Program: Reality Showlar”, Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi, Sayı 3, Temmuz

Cordan, I. (2001) Ulusal Televizyonların Haber Bültenlerinde Şiddetin Temsili. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı

Çağlayan, A. (2003) Eğitimde Liseli Gençlik. (Birinci Baskı) İstanbul: Ağaç Yayınları

Corner, J. (1995) Kültür, Çev. Meltem Sezgin, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sayı 9. Ocak İstanbul

Cevizci, A. (1996) Felsefe Sözlüğü, Ekin Yayınları, Ankara

Çebi, M. S. (2003) Haberi Anlamak, Gazi Kitabevi, Ankara 2003

Çelik, C. (2004) “Kitle İletişim Araçları ve Popüler Kültür İlişkisine Sosyolojik Bir Yaklaşım”, Der. Metin IŞIK, Medyaya Yeni Yaklaşımlar, Eğitim Kitabevi, Konya

Chaney, D. (1999) Yaşam Tarzları, Çev. İrem Kutluk, Dost Yayınları, Ankara

Dodson, F. (2000) Çocuk Yaşken Eğilir. (Dördüncü Baskı).Çeviren:Seçkin Selvi. İstanbul: Özgür Yayınları

Doğan, İ. (2000) Sosyoloji, Kavramlar ve Sorunlar. (Üçüncü Baskı) İstanbul:Sistem Yayıncılık.

Doğan, O. (1997) Kişilerarası İlişkiler, Somgür Yayıncılık, Ankara

Erdoğan, İ. (2005) İletişimi Anlamak, Erk yayınları, Ankara

Erdoğan, İ. (1999) “Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele, Der.

Ekşi, H. (2002) Gençlik, Din ve Değerler Psikolojisi. (Birinci Baskı) Ankara: Bilgi Yayınları.

Eriş, U. (2002) Televizyon Dizilerinde Organize Suç: Deli Yürek Dizisi Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sinema Televizyon Ana Bilim Dalı

Erol, Ö. (2000) Ankara’da Ve Balıkesir’de İlköğretim 8.Sınıf ve Lise 2.Sınıf Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Erimhan, A. (1996) “Medya ve Değişim”, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı 2, Kasım – Aralık

Evirgen, D. (2001) Televizyon Haberlerinde Söylem, Gazi Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Ankara

Fejes, F. (1992) “Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri”, Çev. Mehmet KÜÇÜK, İLEF Yıllık . Ankara

Fejes, F. (1999) “Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri”, Medya, İktidar, İdeoloji, Der. ve Çev. Mehmet Küçük, Ark Yayınları, Ankara

Fiske, J. (1997) İletişim Çalışmalarına Giriş, Çev. Süleyman İrvan, Ark Yayınları, Ankara

Freud, S. (1905, 1915,1920, 1924) (2006, Türkçe Basım). Cinsellik üzerine - Freud kitaplığı. Çeviren: Emre Kapkın. İstanbul: Payel Yayınevi.

Freud, S. (1923) (2009, Türkçe Basım). Haz İlkesinin Ötesinde - Ben ve İd. Çeviren: Ali Babaoğlu. İstanbul: Metis Yayınları – Metis Ötekini Dinlemek 10.

Gezgin, S. (2002) “Uluslar Arası İletişim, Kültür ve Kitle İletişim Araçları”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İ.Ü. Basımevi Müdürlüğü, Sayı 15,

Golding, P. (1997) “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”, Der. Süleyman İrvan, Medya, Kültür, Siyaset, Ark Yayınları, Ankara

Göksel, B. (1991) “Kitle İletişim Araçlarındaki Gelişmelerin Kültürün Oluşması ve Yayılması Üzerindeki Etkileri”, Düşünceler Dergisi, Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu, Yıl 5, Sayı 5, Şubat

Groombridge, B. (1979) Televizyon ve Toplum, Çev. Ayseli Usluata, İstanbul Reklam Yayınları

Güngör, E. (1980) Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik, Ankara

Güngör, N. (1999) Popüler Kültür ve İktidar, Vadi Yayınları Ekim Ankara

Güvenç, B. (2002) Kültürün ABC'si, Yapı Kredi Yayınları, Ocak, İstanbul

Güz, N. (1996) "Türk Basınında Gündem Oluşturma", Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, Sayı 12 C.2 , Ankara

Güz, N. (1997) "Türk Basınında Kamuoyu Araştırmalarının Yönlendirme Aracı Olarak Kullanılması", Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, C.1, S.1., Ankara,

Işık, M. (2004) Medyaya Yeni Yaklaşımlar, Eğitim Kitabevi, Konya

İnal, A. (1993) "Haber Üretim Sürecine Farklı İki Yaklaşım", Ank. Üni. İlet Fak. Yıllık, İletişim Yayınları /3

İrvan, S. (Der.) (1997) Medya Kültür Siyaset, Ark Yayınları, Ankara

İspirli, M. (2000) Medya Gerçeği Ve Haberciler Akçağ Yayınevi, Ankara

İkiz, T., Düşgör, B.P., Zabcı, N., Yavuz, A.E., Atak, İ.E., Ataç, S. ve Ark. (2007). Rorschach kodlama kitabı – Ergen normları. İstanbul: Bağlam Yayınları

Kandemir, C. (1993) Kitle İletişiminde Dil ve Radyo – Televizyon Dili, İstanbul Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul

Kaya, A. (1985) Kitle İletişim Sistemleri, Teori Yayınları, Ankara

Kaplan, Y. (1992) Öykü Anlatma ve Mit – Üretme Aracı Olarak Televizyon, Ağaç Yayıncılık, İstanbul, Nisan

Kayaalp, L. (2006) Ergenlikte cinsel kimlik dalgalanmaları. Yansıtma: Psikopatoloji ve Projektif Testler Dergisi, Ergenlik, 5-6, 17-24

Krech, D. (1999) Sosyal Psikoloji Teori ve Problemler. (İkinci Baskı) Çeviren: Erol GÜNGÖR. İstanbul.

Kulaksızoğlu, A. (2002) Ergenlik Psikolojisi. (Beşinci Baskı) Remzi Yayınları, İstanbul.

Klein, M. (2008) Ergenlikteki ketlenmeler ve güçlükler. Sevgi, suçluluk ve onarım. İstanbul: Kanat Kitap.

Kohut, H. (1971) Kendiliğin çözümlenmesi, Çevirenler: Cem Atbaşoğlu, Banu Büyükkal, Cüneyt İşcan. İstanbul.

Kepplinger, H. (2003) “Etki Kavramının Sınırları”, Medya Etki Araştırmaları, Çev. Murat ÇEBİ, Alternatif Yayınları, Ankara

Koncavar, A. (2000) Modern Dönemde Kitle İletişim Araçlarında Mitoslar, Ulusal İletişim Sempozyumu, Ankara

Kongar, E. (1984) Kültür Üzerine, Çağdaş Yayınları, İstanbul.

Mattelart, A. (1998) İletişim Kurumları Tarihi, Çev. Merih Zıllıoğlu, İletişim Yayınları, Ankara.

Mcleod, M. (2003) “Medya Etkilerinin Anlaşılması ve Yanlış Anlaşılması”, Çev. Murat ÇEBİ, Medya Etki Araştırmaları, Alternatif Yayınları, Ankara.

Moles, A. (1983) Kültürün Toplumsal Dinamiği, Çev. Nuri Bilgin, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İzmir.

Nalçaoğlu, H. (2003) “Medya ve Toplum İlişisini Anlamak Üzerine Bir Çerçeve”, Der. Sevda ALANKUŞ, Medya ve Toplum, Bia Yayınları, İstanbul.

Neumann, E. (1997) “Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı”, Medya, Kùltür, Siyaset, Der. Süleyman İrvan, Ark Yayınları, Ankara.

Öngören, M. (1972) Televizyona Açılan Pencere, Ankara.

Özdin, A. (2003) Günümüz Türkiyesi’nde Yerli Televizyon Dramalarında Erkek Kimliğinin Sunumu. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı.

Özkalp, E. 2001. Sosyolojiye Giriş. (On birinci Baskı) Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, Eskişehir.

Özyurt, S. Doğan, M. S. (2002) Gençlik Problemleri Açısından Üniversite Gençliği Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma. (Birinci Baskı) Değişim Yayınları, Adapazarı.

Parsa, S. (1990) “Kullanım ve Doyum Yaklaşımı ve Televizyon”, Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Düşünceler Dergisi, Adapazarı.

Parman, T. (2013). Ergenlikte değişim ve erişkin yaşama geçiş, Bağlam Yayınları, İstanbul.

Parman, T. (2008) Ergenlik ya da merhaba hüzün, Bağlam Yayınları, İstanbul.

Parman, T. (2006) Ailenin yaşamsal döngüsünde ergenlik krizinin yeri. Yansıtma: Psikopatoloji ve Projektif Testler Dergisi, Ergenlik, İstanbul.

Rigel, N. (1983) Medya Ninnileri, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Özen, D. Ş. (2009). Ergenlerde anneden algılanan kabul/ilgi ile benlik algısı arasındaki ilişki: Babadan algılanan kabul/ilginin aracı rolü, İstanbul.

Suer, M. (1984) Televizyon Bir Nimet Mi? Bir Bela Mı? Kule Kitapları, İstanbul.

Susever, S. (1994) Kültür ve İletişim, İstanbul Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

Şahin, S. (1987) Kitle Haberleşme Araçlarından Radyo Ve Televizyonun Kültür Değişmeleri Üzerine Yaptığı Tesirlerle İlgili Bir Değerlendirme, İstanbul Üniversitesi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul.

Şeker, M. (2002) “Televizyon Haberlerinin İmge Üretme ve Anlam Yitirme Sorunu”, Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi, İstanbul.

Shoemaker, P. (1997) “ İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”, Der. Süleyman İRVAN, Medya, Kültür, Siyaset, Ark Yayınları, Ankara.

Tekinalp, Ş. (2003) Camera Obscura’dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon, Der Yayınları, İstanbul.

Türköne, G. (1986) Erol Güngör’de Kültür ve Kültür Değişmesi, Gazi Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.

Uğur, A. (1991) Keşfedilmemiş Kıta, Günlük Yaşam Ve Zihniyet Kalıplarımız, İletişim Yayınları İstanbul.

Uluç, G. (2001) Kültürlerarası İletişim ve Melez Kültürler, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul.

Vural, A. (2000) Medyanın Kültürel Kalkınmayı Sağlama ve Eğitim İşlevi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İ.Ü Basımevi Müdürlüğü, İstanbul.

Yavuzer, H. (1993) Çocuk Psikolojisi. (Dördüncü Baskı), Remzi Yayınları, İstanbul.

Yörükoğlu, A. (1989) Değişen Toplumda Aile ve Çocuk. (Altıncı Baskı), Özgür Yayınları, İstanbul.

Yılmaz, S. (2001) Kültür ve Bilincin Türdeşleşmesi Açısından Televizyon, Selçuk Üniversitesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya.

Yüksel N. A.(1996) Sosyal / Kültürel Değişmede ve Yeniliklerin Benimsenmesinde Kitle İletişim Araçlarının Etkisi, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı 2, İstanbul.

Yalçın, S. & Kaya, Ş. (2007) Ergenlerde algılanan duygusal istismar ile uyum düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji, İnsan Bilimleri ve Felsefe Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi.

Zabcı, N. (2011) Okul çağı döneminde çocukların dürtüsel işleyiş özellikleri ve projektif testlerin katkısı. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Doktora Tezi.

EK-1 ANKET SORULARI

EK-1 ANKET SORULARI

1. CİNSİYETİNİZ

ERKEK ()

KIZ ()

2.KAÇINCI SINIFTA OKUYORSUNUZ?

LİSE 1 ()

LİSE 2 ()

LİSE 3 ()

3.HAFTALIK HARCAMA TUTARINIZ NEDİR?

CEVAPSIZ ()

30 TL'DEN AZ ()

30-50 TL ARASI ()

51-75 TL ARASI ()

75 TL ÜSTÜ ()

4. DİZİ İZLİYOR MUSUNUZ?

EVET İZLİYORUM ()

HAYIR İZLEMİYORUM ()

5. "HER ÖĞRENCİNİN SAMİMİ OLDUĞU BİR ARKADAŞ GURUBU OLMALIDIR" YARGISINA KATILIYOR MUSUNUZ?

HİÇ KATILMIYOR ()

KATILMIYOR ()

KANAATİ YOK ()

KATILIYOR ()

TAMAMEN KATILIYOR ()

6. "GELİR VE SOSYAL SINIFI FARKLI OLAN ÖĞRENCİLER BİRBİRLERİNE AŞIK OLAMAZLAR" YARGISINA KATILYOR MUSUNUZ?

HİÇ KATILMIYOR ()

KATILMIYOR ()

KANAATİ YOK ()

KATILYOR ()

TAMAMEN KATILYOR ()

7. "AĞABEYLER KIZ KARDEŞLERİNİN GÖNÜL İŞLERİ ÜZERİNDE BELİRLEYİCİ OLABİLİR" YARGISINA KATILYOR MUSUNUZ?

HİÇ KATILMIYOR ()

KATILMIYOR ()

KANAATİ YOK ()

KATILYOR ()

TAMAMEN KATILYOR ()

8. "MAFYANIN KENDİ İÇERİSİNDE ÇOK ACIMASIZ KANUNLARI VARDIR" YARGISINA KATILYOR MUSUNUZ?

HİÇ KATILMIYOR ()

KATILMIYOR ()

KANAATİ YOK ()

KATILYOR ()

TAMAMEN KATILYOR ()

9. "TÜRKİYE'NİN YÖNETİMİNDE ASIL GÜÇ DERİN DEVLETİNDİR" YARGISINA KATILYOR MUSUNUZ?

HİÇ KATILMIYOR ()

KATILMIYOR ()

KANAATİ YOK ()

KATILYOR ()

TAMAMEN KATILYOR ()

10. "BEĞENDİĞİM DİZİ MÜZİKLERİNİN BULUNDUĞU BİR CD VARSA ALIRIM" YARGISINA KATILYOR MUSUNUZ?

- CEVAPSİZ ()
HİÇ KATILMIYOR ()
KATILMIYOR ()
KANAATİ YOK ()
KATILYOR ()
TAMAMEN KATILYOR ()

11. "CEP TELEFONUMDA MUTLAKA BİR DİZİNİN MÜZİĞİNİ BULUNDURURUM" YARGISINA KATILYOR MUSUNUZ?

- CEVAPSİZ ()
HİÇ KATILMIYOR ()
KATILMIYOR ()
KANAATİ YOK ()
KATILYOR ()
TAMAMEN KATILYOR ()

12. "BİR DİZİ OYUNCUSUNDA GÖRDÜĞÜM GÜZEL BİR KIYAFET VARSA AYNISINI ALMAK İSTERİM" YARGISINA KATILYOR MUSUNUZ?

- HİÇ KATILMIYOR ()
KATILMIYOR ()
KANAATİ YOK ()
KATILYOR ()
TAMAMEN KATILYOR ()

13. "SEVDİĞİM BİR DİZİ OYUNCUSUNUN SAÇ MODELİNİ KENDİ SAÇIMA DA UYGULARIM" YARGISINA KATILYOR MUSUNUZ?

- HİÇ KATILMIYOR ()
KATILMIYOR ()
KANAATİ YOK ()
KATILYOR ()

TAMAMEN KATILYOR ()

14. "BAZI DİZİLERİ İZLEDİKTEN SONRA KENDİMİ DAHA SALDIRGAN HİSSEDİYORUM" YARGISINA KATILYOR MUSUNUZ?

CEVAPSİZ ()

HİÇ KATILMIYOR ()

KATILMIYOR ()

KANAATİ YOK ()

KATILYOR ()

TAMAMEN KATILYOR ()

15. KURLAR VADİSİ PUSU DİZİSİNDE YAŞANAN OLAYLAR HAKKINDA NE DÜŞÜNÜYORSUNUZ?

CEVAPSİZ ()

GERÇEK OLAYLARI ANLATIYOR ()

TAMAMEN HAYAL ÜRÜNÜ ()

BAZI BÖLÜMLERİ ABARTILI ()

GENÇLERE KÖTÜ ÖRNEK OLUYOR ()

DİĞER

16. ARKADAŞLARINIZ ARASINDA DİZİLERDEKİ LAKAPLARI KULLANIYOR MUSUNUZ?

HAYIR ()

EVET ()

17. GÜNLÜK HAYATINIZDA BU KARAKTERLERİN DAVRANIŞLARINDAN ETKİLENDİĞİNİZİ DÜŞÜNDÜNÜZ MÜ?

CEVAPSİZ ()

HİÇ ()

NADİREN ()

BAZEN ()

HER ZAMAN ()

18. HANGİ OKULDA ÖĞRENİM GÖRÜYORSUNUZ?

HALKALI TOKİ İMAM HATİP LİSESİ ()

ÖZEL CİHANGİR KOLEJİ ()

KADRIYE MOROĞLU LİSESİ ()

19. TELEVİZYON İZLEMekteKİ EN ÖNEMLİ SEBEP NEDİR?

EĞLENMEK VE DİNLENMEK ()

SIKINTIDAN ()

ZAMAN GEÇİRMEK ()

KONUSU ()

OYUNCULARI ()

20. GÜNDE ORTALAMA KAÇ DAKİKA TV İZLERSİNİZ?

60 DAKİKA ()

120 DAKİKA ()

180 DAKİKA ()

240 DAKİKA ()

DİĞER

21. DİZİ KARAKTERLERİNİN EN ÇOKHANGİ ÖZELLİĞİ SİZİ ETKİLİYOR?

GİYDİĞİ KIYAFET ()

HAREKETLERİ ()

KONUŞMA BİÇİMİ ()

SAÇ ŞEKLİ ()

DİĞER ()

EK-2 DİLEKÇE



T.C.
MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI
Küçükçekmece İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü

02.../06/2015

Sayı : 54189248-663.05/6439

Konu : Anket Uygulama İzni

İSTANBUL *Kadriye Meraçlı* İLKOKUL/ORTAOKUL/LİSESİ
MÜDÜRLÜĞÜ'NE


51703405746 Tc kimlik numaralı Mehmet Şahin, yüksek lisans eğitiminde kullanmak üzere araştırma verilerini okulunuzda toplamak istemektedir. Konu hakkında bizce bir sakınca görülmemiştir.

Gereğinin yapılmasını önemle rica ederim.

Cemal YILMAZ
Cemal YILMAZ

DAĞITIM:
*Kurum Müdürüne

EK-3 DİLEKÇE

**T.C.
MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI**
Küçükçekmece İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü

01/106/2015

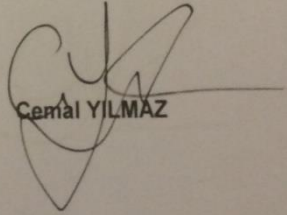
Sayı : 54189248-663.05/6438

Konu : Anket Uygulama İzni

İSTANBUL Halkalı Toki A.İ.İ. İLKOKUL/ORTAOKUL/LİSESİ
MÜDÜRLÜĞÜ'NE


51703405746 Tc kimlik numaralı Mehmet Şahin, yüksek lisans eğitiminde kullanmak üzere araştırma verilerini okulunuzda toplamak istemektedir. Konu hakkında bizce bir sakınca görülmemiştir.

Gereğinin yapılmasını önemle rica ederim.


Cemal YILMAZ

DAĞITIM:
*Kurum Müdürüne

EK-4 DİLEKÇE

**T.C.
MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI**
Küçükçekmece İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü

06/2015

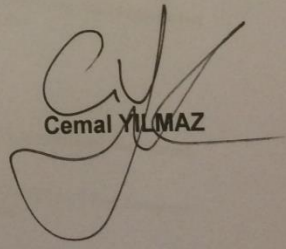
Sayı : 54189248-663.05/6637

Konu : Anket Uygulama İzni

İSTANBUL *Cihangir Kalesi* İLKOKUL/ORTAOKUL/LİSESİ
MÜDÜRLÜĞÜ'NE

51703405746 Tc kimlik numaralı Mehmet Şahin, yüksek lisans eğitiminde kullanmak üzere araştırma verilerini okulunuzda toplamak istemektedir. Konu hakkında bizce bir sakınca görülmemiştir.

Gereğinin yapılmasını önemle rica ederim.


Cemal YILMAZ

DAĞITIM:
*Kurum Müdürüne

EK-5 DİRİLİŞ ERTUĞRUL ÖRNEK İZLENME VERİLERİ

SIRA	PROGRAM	KANAL	BAŞLANGIÇ	BİTİŞ	RATING
1	DIRILIS ERTUGRUL	TRT 1	20:58	23:48	9.58
2	KARA SEVDA	STAR TV	20:43	00:16	6.50
3	DIRILIS ERTUGRUL (OZET)	TRT 1	20:01	20:58	4.60
4	POYRAZ KARAYEL	KANAL D	20:40	23:37	4.57
5	FATİH PORTAKAL İLE FOX ANA HABER	FOX TV	18:59	19:59	4.41
6	GULDUR GULDUR SHOW	SHOW TV	20:41	23:17	4.39
7	MUGE ANLI İLE TATLI SERT	ATV	09:59	12:59	3.79
8	GULDUR GULDUR SHOW OZET	SHOW TV	19:59	20:41	3.42
9	KARA SEVDA (OZET)	STAR TV	19:59	20:43	3.12
10	BENİ AFFET	STAR TV	17:42	18:52	3.08
11	SHOW ANA HABER	SHOW TV	18:55	19:59	2.82

EK-6 KURTLAR VADİSİ PUSU VE MUHTEŞEM YÜZ YIL DİZİLERİ ÖRNEK İZLENME VERİLERİ

Sıra	Program	Kanal	Başlangıç	Bitiş	Rating
1	RECEP İVEDİK 4 (T.5)	TV8	19:59:41	23:19:07	6.09
2	KURTLAR VADİSİ PUSU	KANAL D	20:44:36	23:29:06	5.45
3	ASLA VAZGECEMEM	SHOW TV	21:05:31	24:17:41	5.10
4	FATİH PORTAKAL İLE FOX ANA HABER	FOX TV	18:59:50	20:00:00	4.58
5	YETER	ATV	20:19:56	24:17:35	4.14
6	MUGE ANLI İLE TATLI SERT	ATV	10:00:00	13:03:53	4.04
7	KORDUGUM	FOX TV	20:46:38	24:18:19	3.46
8	ATV ANA HABER	ATV	19:00:06	19:56:49	3.45
9	SHOW ANA HABER	SHOW TV	18:54:58	20:00:29	3.22
10	ZUHAL TOPAL'LA	FOX TV	16:25:09	18:57:09	3.04
11	BENİ AFFET	STAR TV	17:43:17	18:52:51	3.04
12	ESRA EROL'DA	ATV	16:27:35	19:00:01	2.98
13	EVLENECEKSEN GEL	STAR TV	13:57:15	17:00:29	2.95
14	KURTLAR VADİSİ PUSU (ÖZET)	KANAL D	19:53:45	20:44:25	2.84
15	ASLA VAZGECEMEM (ÖZET)	SHOW TV	20:00:40	21:05:31	2.77
16	MUHTESEM YUZYIL KOSEM	STAR TV	20:43:02	23:49:06	2.63
17	ELİF	KANAL 7	19:55:30	21:16:46	2.57
18	KORDUGUM (ÖZET)	FOX TV	20:00:10	20:46:33	2.52
19	YETER (ÖZET)	ATV	19:59:53	20:19:56	2.41
20	SENSİZ OLMAZ	KANAL 7	15:50:34	17:49:59	2.32

EK-7 ARKA SOKAKLAR DİZİSİ ÖRNEK İZLENME VERİLERİ

SIRA	PROGRAM	KANAL	BAŞLANGIÇ	BİTİŞ	RATING
1	ARKA SOKAKLAR	KANAL D	20:34	23:34	7,84
2	SURVIVOR	TV8	21:07	00:22	6,54
3	KARAGUL	FOX TV	20:43	23:43	5,07
4	KIRALIK ASK	STAR TV	20:43	23:48	4,99
5	FATİH PORTAKAL İLE FOX ANA HABER	FOX TV	18:59	20:00	4,21
6	ARKA SOKAKLAR (ÖZET)	KANAL D	20:10	20:34	3,81
7	KEHRİBAR	ATV	20:16	23:28	3,27
8	GULDUR GULDUR SHOW	SHOW TV	20:42	23:15	3,21
9	KIRALIK ASK (ÖZET)	STAR TV	19:59	20:43	3,01
10	MUGE ANLI İLE TATLI SERT	ATV	10:00	13:02	3,00
11	ATV ANA HABER	ATV	19:00	19:55	2,93
12	KİM MİLYONER OLMAK İSTER	ATV	23:29	00:28	2,89
13	ESRA EROL'DA	ATV	16:25	19:00	2,87
14	GULDUR GULDUR SHOW ÖZET	SHOW TV	20:00	20:42	2,86

EK-8 GAZETE KÜPÜRLERİ

Muhteşem saçmalıyor

Başbakan'ın savcılara şikâyet ettiği son mihrak Muhteşem Yüzyıl dizisi oldu: Kınıyorum. Yargı gerekli kararı versin

ECODANIMIZIN ATLA GİTTİĞİ YERLERE GİDERİZ

BAŞBAKAN Gazze ve diğer politika konularında eleştirileri şarjlarlaken kara bîdefe Muhteşem Yüzyıl dizisine bağlandı. Eski düzenim at ertesinde gittiği yere bir de gâlele.

OTUZ YILI AY SIRTINDA GEÇTİ

BİZ böyle ölümleri gibi Karami tarımında. Televizyon cabıpları ve yâstâmleri konuyorun. Yargı gerekli kararı versin. **v10**

ÇAKIR'IN ÖLÜMÜNÜN 4.YILI GAZETE İLANIYLA ANILDI

ANMA

Mevrim, Zeynep, Yânelin, Râle, Ayşe, Cemal, Mustafa, Mehmet, Arslan, Ali, Mustafa, Mehmet, Mehmet, Tâhan ve Abdullah'ın arkasında. Mustafa ve Zeynep'in annesi. Seydi ve Zeynep'in babası. Bahar ve Zeynep'in kardeşi.

Unutulmasın ki...

SÜLEYMAN ÇAKIR'ın (Çakır)

velâti bîdâle 27 yaşında (1951) günü önce vefatı 8 Nisan 2004 tarihinde. Defun bir defnâle ve bîdâle.

Acımız büyüktür...

"Acımız büyük. Merhuma rahmet, eş, dost ve yakınlarına başsağlığı dilerim."

ÖZGEÇMİŞ

1990 yılında İstanbul'da doğdu. İlköğretim ve liseyi bu şehirde bitirdi. 2008-2010 yılları arasında İstanbul Gelişim Meslek Yüksek Okulu, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünden mezun oldu.

2010-2013 tarihleri arasında Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Bölümü'nü bitirerek lisans eğitimini tamamladı.

2014 yılında İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Yüksek Lisans psikoloji bölümüne kabul edildi. Bu safhada Başkent İletişim Bilimleri Akademisi, Davranış bilimlerine dayalı diksiyon ve sunuculuk eğitimini tamamladı.

Aynı zamanda Anadolu Üniversitesi A.Ö.F. Medya ve İletişim bölümü kaydı devam etmektedir.

Şu anda STAR TV Programlar departmanında İçerik Koordinatörü görevine devam ettirmektedir. İzleyici üzerindeki etkin noktaları belirlemekte ve bu aşamamada insan zihninde etki bırakabilecek tv formatları oluşturmaktadır. Psikoloji bilimiyle etkileşimi bu aşamada peyda olmuştur.

Diğer yandan farklı kurumlardan; Kişisel Gelişim, Engelli Psikolojisi, Hasta Psikolojisi, Gelişim Psikolojisi gibi sertifikaları edinmiştir.