

PAPER DETAILS

TITLE: TELEVIZYON DIZILERİ HAKKINDA İZLEYİCİ DEĞERLENDİRMELERİ

AUTHORS: Selçuk KIRTEPE

PAGES: 229-260

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/303750>

TELEVİZYON DİZİLERİ HAKKINDA İZLEYİCİ DEĞERLENDİRMELERİ*

Selçuk KIRTEPE**

Özet

Televizyon dizileri hakkında birçok açıdan değerlendirme yapılabilir. Bu çalışmada izleyicilerin televizyon dizileriyle ilgili değerlendirmeleri tespit edilmiştir. Televizyon dizilerinin içeriğinin, izleyici ölçüm oranının ve ekonomik karlılığının yanı sıra izleyicilerin onlar hakkındaki değerlendirmeleri de önemlidir. Bu çerçevede, izlenen dizilerde hoşlanılan ve hoşlanılmayan şeylerin izleyicilerin ifadeleriyle belirlenmesine çalışılmıştır. İzleyicilerin televizyon dizilerinde en çok hoşlandığı şeyin eğlence ve vakit geçirme olduğu ancak değerlerle uyuşmayan unsurların gösteriminden rahatsızlık duyduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon dizileri, izleyiciler, hoşlanılan/hoşlanılmayan şeyler.

THE CONSIDERATION OF AUDIENCE ABOUT TELEVISION SERIALS

* Bu çalışma, "Selçuk Kırtepe, "Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkileri Sosyo-Kültürel Bir Çözümleme (Erzurum Örneği)", (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum 2014." adlı doktora tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

** Yrd. Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, selcuk.kirtepe@gop.edu.tr

Abstract

The assessment about television serials can be made from many aspects. Reviews of the audiences about the television serials are determined in this study. The considerations of audiences about tv serials are important beside the economic profitability, proportion of audience measurement, and the content of the tv serials also. In this context the pleased and the displeased things that at the watched tv serials are tried to determine by the expressions of the audiences. It is understand that the most pleased things in the tv serials for audiences are amusement and spending time but they feel discomfort because of shown of the things which are incompatible with the values.

Key Words: Television serials, audiences, pleased/unpleased things.

Giriş

Toplum genelinde televizyonda en çok izlenen program türü televizyon dizileridir¹. Bu program türü birçok yönden diğer program türlerinden farklıdır. İnsanın günlük hayattaki yaşam akışının bir benzeri dizi senaryolarında işlenmektedir². Bu özellikler ile televizyonun bir kitle iletişim aracı olarak sahip olduğu vasıfların bir arada bulunması dizi filmlerin izlenme oranının fazla olmasına, toplumda kolayca kabul görmesine ve etkisinin artmasına zemin oluşturmaktadır³. Toplum açısından taşıdığı etkin rol televizyonu ve televizyon dizilerini birçok araştırma için konu haline getirmiştir.

Dizileri ve diziler hakkındaki değerlendirmeleri önemli kılan birçok nokta vardır. Tekrar, merak, mesajının kolaylıkla birçok yere ulaşabilmesi ve kültürel unsurları içermesi bunların başlıcalarıdır. Bu unsurların dizileri ve onlarla ilgili değerlendirmeleri ve araştırmaları önemli hale getirdiği söylenebilir. Çünkü bunlar toplum ve diziler arasında meydana gelen

¹ RTÜK, Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması, 2012, s. 24-25.

² Bülent Diken v. dğr., *Filmlerle Sosyoloji*, çev. Sona Ertekin, Metis Yay, İstanbul 2010, s. 21.

³ Sabri Akdeniz, *Bağımsızlığın Temelleri*, Bayrak Yay., İstanbul 1992, s. 144-145.

sürekli bir veri aktarımına altyapı oluşturur⁴. Hatta bu bağlantının kimi zaman bağımlılık denecek bir seviyeye ulaştığı belirtilmelidir⁵. Böylece bir taraftan dizilerin varlığı ve devamlılığı sağlanırken diğer taraftan toplumda mevcut olan değişim döngüsünün istenilen yönlerde gerçekleşmesine zemin oluşturulabilmektedir.

Dizileri önemli hale getiren unsurların öncelikli olanı sık tekrardır. Tekrar, verilen mesajların gerçekliği algısını oluşturmada ve bir şeylerin öğrenilebilmesi açısından öneme sahiptir⁶. Öğrenmenin yanı sıra tekrarı önemli hale getiren bir başka nokta ise kanıksamaya yol açmasıdır. Kanıksama, birey ve toplum açısından tepkisizlik fonksiyonunun ortaya çıkmasına ortam oluşturan unsur olarak kabul edilebilir. Toplum açısından tepkisizliğin oluşmasının birçok unsuru etkileyeceği düşünülebilir. Toplumun işleyişinin sağlıklı bir şekilde devam etmesini sağlayan değerler, bunların pratikteki uygulaması olan davranışlar etkinin kapsam alanına girebilir. Bu çerçevede değerleri kapsayan kültürün bu unsurlardan olduğu belirtilmelidir.

Dizilerin konuları işleme şeklinin ve içeriğinin önemli olduğu kadar onların izleyiciler tarafından nasıl algılandığı ve değerlendirildiği de incelemeye değer bulunmuştur. Bu çalışma toplum içerisinde yaygın olarak bulunan ve kullanılan televizyonun en önemli program türü olan dizilerle ilgili izleyicilerin değerlendirmelerini incelemeyi konu edinmiştir. Çalışma, Erzurum ili örneğinde gerçekleştirilmiş “Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkileri Sosyo-Kültürel Bir Çözümleme (Erzurum Örneği)”⁷ başlıklı doktora tezi için yapılan anket çalışmasında yer alan izleyicilerin dizileri değerlendirmelerinden oluşmaktadır.

⁴ Teun A. Van Dijk, Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları, *Medya, İktidar, İdeoloji*; Der. ve çev. Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara 1994, (271-327), s.306.

⁵ Anthony Giddens, *Sosyoloji*, Yay. Haz. Hüseyin Özel, Cemal Güzel, Ayraç Yayınevi, Ankara, 2000, s. 399.

⁶ Gustave Le Bon, *Kitleler Psikolojisi*, Hayat Yayınları, İstanbul 1997, s. 113.

⁷ Selçuk Kırtepe, “Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkileri Sosyo-Kültürel Bir Çözümleme (Erzurum Örneği)”, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum 2014.

Dizi film programları hakkında izleyicilerin değerlendirmelerini ele alarak toplum ve kitle iletişim araçlarının etkileşimlerini irdelemeyi amaçlayan bu çalışma 2010 yılı Mart ayında uygulanan anket formlarından elde edilen bilgileri ve 2008-2010 yıllarında yayınlanan televizyon dizilerini esas almıştır. Bu doğrultuda örneklem grubunun televizyon dizilerinde en çok hoşuna giden ve gitmeyen şeylerin ne olduğu sorusuna verdikleri cevaplar değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu cevaplarla ilgili herhangi bir yönlendirme yapılmadan doğrudan izleyicilerin belirttikleri ifadeler tasnif edilerek söz konusu tablolar elde edilmiştir. Bu ifadelerin değişkenlerle olan ilişkisi yapılan analizler sonucu tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca açıklamaya ihtiyaç duyulan durumlarda mülakat yapılarak katılımcıların ifade etmek istediklerinin doğru anlaşıldığı teyit edilmiştir. Katılımcılar belirlenirken tesadüfî (random) örneklem belirleme tekniğinden yararlanılmıştır. Bu teknik aracılığıyla daha objektif bir örneklem yapısı ortaya çıkarılabileceği öngörülmüştür.

Dizilerde Hoşlanılan Konular

İmgesel bir anlatı yapısına sahip olan dizi filmler toplumsal yapıda yer alan kültürel unsurları içermektedir. *“Bütün merakın görünene”* olduğu bir zamanda bu özellik onların sürekli olarak toplumun ilgisini çekmesine neden olmaktadır⁸. Bu sebeple dizi filmlerin toplum tarafından nasıl algılandığı ve değerlendirildiği önemlidir. Bu noktada izlenen dizi filmlerde bireylerin görmekten hoşlandıkları unsurlar olabilmektedir. Bu unsurların neler olduğunu (önem sırasına göre birinci, ikinci ve üçüncü) katılımcılar kendi ifadeleriyle açıklamıştır. Bu ifadeler tasnif edilerek aşağıdaki tabloda yer alan görünüme ulaşılmıştır. Katılımcı açısından en önemli olan birinci sıraya diğerleri ise önem sırasına göre ikinci veya üçüncü sıraya yerleştirilmiştir. ‘Toplam %’ olarak belirtilen sütun ise ilgili maddeye cevap veren katılımcı sayısının anket çalışmasında yer alan toplam katılımcı sayısına oranını ifade etmektedir.

⁸ Mesut Uçakan, *Düşünmek Zor Zenaat*, Filmarası Aylık Sinema Dergisi, Sayı: 26, Ekim 2012, s. 42.

Tablo 1. Televizyon Dizilerinde Hoşlanılan Konular

Hoşlanılan Konu	Sıralama	Frekans	Yüzde (%)	Toplam (%)
Eğlence/Vakit Geçirme	1	28	14,1	40,2
	2	64	32,2	
	3	105	53,8	
	Toplam	199	100	
Ülke Gündemini Takip	1	11	5,9	37,8
	2	37	19,8	
	3	139	74,3	
	Toplam	187	100	
Olumlu Davranış Öğrenme	1	23	19,2	24,2
	2	44	36,7	
	3	53	44,2	
	Toplam	120	100	
Diğer	1	17	27	12,7
	2	11	17,5	
	3	35	55,6	
	Toplam	63	100	
Dini Konularda Bilgilenme	1	7	11,7	12,1
	2	27	45	
	3	26	43,3	
	Toplam	60	100	
Dünyayı Tanıma	1	20	37	10,9
	2	18	33,3	
	3	16	29,6	
	Toplam	54	100	
Zenginlerin Yaşamına Özenme	1	4	40	2
	2	1	10	
	3	5	50	
	Toplam	10	100	

Örneklem grubunun izlediği dizilerde hoşuna giden unsurları sıralamasında ‘Eğlence/Vakit Geçirme’ genel katılımcı sayısına oranla %40,2’lik bir işaretlemeyle en çok ifade edilen madde olduğu anlaşılmıştır. Oluşturulan tabloya göre araştırmaya katılanların izlediği dizilerde ‘Eğlence/Vakit Geçirme’ maddesini %14,1’i 1. sıraya, %32,2’si 2. sıraya, %53,8’inin 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Bu netice televizyon dizilerinin öncelikle eğlence unsuru olarak kabulünün göstergesi olabilir. Günümüzde bireylerin içerisinde bulunduğu yoğun iş ve hayat temposunun katılımcıların eğlenme seçeneklerini azaltması, yaşanan

çevrenin veya içerisinde bulunan ekonomik durumun da bu oranlar üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Bu ve benzeri nedenler dizi filmlerin 'Eğlence/Vakit Geçirme' aracı olarak kabulünü kolaylaştırmaktadır. Ayrıca önem sırasına göre en son (üçüncü) tercihin ilk iki tercihten daha çok işaretlenmesi dikkat çekicidir. Katılımcılar açısından bu maddenin üçüncü sıradan öneme sahip olduğu görülmektedir. Ancak birinci ve ikinci maddenin azımsanmayacak oranlarda tercih edilmesi 'Eğlence/Vakit Geçirme' seçeneğinin öneminin az olduğu çıkarımını zorlaştırabilir.

Araştırmaya katılanların izlediği dizilerde hoşuna giden şeyleri sırlamasında 'Ülke Gündemini Takip' maddesini %5,9'u 1. sıraya, %19,8'i 2. sıraya, %74,3'ünün 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Bu madde ilk iki sırada olmasa da son sırada en yoğun işaretlenen seçeneklerden birisi olmuştur. Genel toplamda katılımcıların üçte birinden fazlası bu seçeneği işaretlemiştir. Sürekli takip edilen ve reyting oranları yüksek olan televizyon dizilerinin gündeme dair unsurlar içermesinin izlenmeleri açısından motive edici olduğu söylenebilir. Meydana gelen olayların hikâyeleştirilmiş şekilde sunulmasının anlama ve anlamlandırmada sağladığı kolaylık sebebiyle dizilerin daha çok izleyici tarafından takip edilme ihtimali vardır. Genellikle sürekli izlenen ve dikkate değer oranlarda izleyici kitlesine sahip olan televizyon dizilerinde bu realite dikkate alınarak senaryoların oluşturulduğu belirtilmelidir. Televizyon dizi filmlerinde haberlerde olduğu gibi doğrudan gündemi anlatan unsurlar yer almaz. Ancak gündeme ait isim(lendirme)ler, olaylar, değerlendirmeler gibi unsurları senaryolarına ekleyebilmektedirler⁹.

Örneklem grubunun, izlediği dizilerde 'Olumlu Davranış Öğrenme' maddesini sıralaması incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların

⁹ Şu an bazı ulusal kanallarda yayında olan televizyon dizilerinin iç ve dış gündem konularını senaryosuna dâhil ettiği görülmektedir. Kanal D; Kurtlar Vadisi Pusu(2007), (Paralel yapı meselesi, uyuşturucu, Devlet geleneğini yansıtan 'İhtiyarlar Heyeti', 'Uç Beyleri'), Arka Sokaklar(2006), (Günlük meydana gelen ad(l)i vakalar; uyuşturucu, dolandırıcılık, cinayet). Samanyolu-Sungurlar(2014), (Terör örgütü ile mücadele), İki Dünya Arasında(2012), (Kürtaj, Suriye meselesi ve göç kaynaklı sorunlar, uyuşturucu, Paralel yapı meselesi), Nizama Adanmış Ruhlar Ekip 1(2012) (Suç örgütlerine karşı mücadele, Paralel yapı meselesi), TRT 1; Sakarya Fırat(2009); (Terör örgütü ile mücadele), Kızılçelebi(2013) ve Milat(2015); Terör örgütleri ile istihbarat teşkilatının mücadelesi)

izlediği dizilerde ‘Olumlu Davranış Öğrenme’ maddesini %19,2’si 1. sıraya, %36,7’si 2. sıraya, %44,2’sinin 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Bu seçenek genel toplamda ise %24,2 oranında işaretlenmiştir. Katılımcılar izledikleri dizi filmlerden olumlu davranışlar öğrendiklerini belirtmişlerdir¹⁰. Olumlu davranış öğrenme doğrudan veya dolaylı bir şekilde gerçekleşebilmektedir. Doğrudan olan şeklinde olumlu davranışın bizzat kendisinin görülerek öğrenilmesi söz konusu olmaktadır. Dolaylı olan şekli ise ekranlarda görülen ancak tasvip edilmeyen veya hakkında olumsuz kanaate sahip olunan davranış(lar)ın yapılmayarak veya aksinin yapılması ile gerçekleştirilmektedir. Yüz yüze görüşme yapılan bir katılımcı dizilerde gördüğü yanlış davranışların da kendisi için eğitici yönü olduğunu ifade etmiştir. “Onun yanlış davranış şekli olduğunu düşündüğümde, ona yaşamımda yer vermiyorum. Bu yönü ile doğruyu öğrenmemde bana olumlu katkısı olmaktadır.” diyerek bu konudaki düşüncesini ifade etmiştir.

Örneklem grubunun, izlediği dizilerde hoşuna giden şeyleri ifade etmek için ‘Diğer’ maddesini işaretleyenlerin sıralaması Tablo 1’de incelenmiştir. Bu maddeyi katılımcıların %27’si 1. sıraya, %17,5’i 2. sıraya, %55,6’sının 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Tabloda yer alan seçeneklerin dışında kalan, katılımcılar tarafından açıklanmak istenmeyen unsurlar olduğu için bu seçenek işaretlenmiştir. Bu seçenek genel katılımcıların sayısına oranla %12,7 oranında işaretlenmiştir.

Örneklem grubunun, izlediği dizilerde hoşlanılan unsur olarak ‘Dini Konularda Bilgilenme’ maddesini işaretleyenlerin sıralama dağılımı Tablo 1’de incelenmiştir. Elde edilen oranlardan araştırmaya katılanların izlediği dizilerde ‘Dini Konularda Bilgilenme’ maddesini %11,7’si 1. sıraya, %45’i 2. sıraya, %43,3’ünün 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Dini konularda bilgilenme seçeneğinin daha çok 2. ve 3. Sırada tercih edildiği anlaşılmıştır.

¹⁰ Feyza Işık ve Damla Aslanalp, Bülent Alkış (TRT 1 ‘Filinta Mustafa’ adlı dizide oyuncu) ile yapılan bir röportajda oyun karakterlerinin izleyici gözündeki model oluşturuca yönüne dikkat çekmektedir. <http://www.diziler.com/bulent-alkis-roportaji-12560-haber>, E. Tar.: 26/02/2015.

Her ne kadar söz konusu programlar doğrudan birer dini program olmasa da içerisinde din ile ilgili konular da işlenebilmekte veya dini içerikli mesajlar da verilebilmektedir. Dine ait unsurların arka planda bile olsa yer almasının bu oranlar üzerinde etkili olduğu düşünülebilir. Bu seçeneği tercih edenlerin genel katılımcı sayısına oranı %12,1 olduğu anlaşılmıştır. Bu oranın hem izleyiciler hem de programcılar açısından kayda değer olduğu belirtilmelidir. İzleyicilerin hayatlarında bu programların önemli bir yeri olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla programcıların bu tür içerikler için daha özenli bir çalışma sergileyerek onları doğru bilgi unsurlarıyla oluşturmalarına ihtiyaç duyulur. Aksi halde hem kendi çalışmaları kusurlu olacak hem de izleyicilerin yanlış bilgiler edinmesine yol açılacaktır. Bu konuda geçmişte ve yakın zamanda görsel ve yazılı basında yapılmış çalışmalarda yer alan örneklerle karşılaşılmıştır¹¹. Televizyon dizi filmleri dini açıdan doğrudan bilgi kaynağı olarak kabul edilmese bile dine yönelik oluşturabileceği tavırlar ile bu programlarda dine ait unsurların yer alış şeklini önemli hale getirdiği belirtilmelidir.

Örneklem grubunun izlediği dizilerde hoşlanılan unsur olarak 'Dünyayı Tanıma' maddesini %37'si 1. sıraya, %33,3'ü 2. sıraya, %29,6'sının 3. sıraya koyduğu anlaşılmıştır. Bu seçeneğin genel toplamda yaklaşık onda birlik bir kısmı temsil ettiği görülmektedir. Katılımcılar açısından 'Dünyayı Tanıma' maddesinin izlenilen dizilerde hoşlanılan bir unsur olduğu görülür. Katılımcıların hoşlanılan unsurlarla ilgili en az işaretleme yaptığı ifade 'Zenginlerin Yaşamına Özenme' maddesidir. Genel toplamda %2'lik orana sahip olan bu madde bu konunun izleyiciler açısından çok önemli görülmediğine işaret edebilir. Bir şeylere özenme genellikle kendinde olmayan şeylere karşı olmaktadır. Bu seçeneği işaretlemek fakirliği, imkânlarının az olduğunu kabullenmek anlamına da gelebileceği için az sayıda katılımcı tarafından işaretlenmiş olabilir¹².

¹¹ Yusuf Özkır, "Medyanın Din Bilgisi", (Ed: Mete Çamdereli, v. dğr.), *Medya ve Din*, Köprü Kitapları, İstanbul, 2014, s. 16-17.

¹² Hakan Ergül, v. dğr., 'Medya Ne ki... Her Şey Yalan!' Kent Yoksullarının Günlük Yaşamında Medya, İletişim Yayınları, İstanbul, 2012, s. 36-37.

Tablo 2. Televizyon Dizilerinde Hoşlanılan Konuların Yaş Değişkenine Göre Farklılaşması.

Yaş		18-30		31-40		41-50		51-60		61 ve üstü		P
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Dizilerde Hoşlanılan Konular	Ülke Gündemini Takip	54	28,7	30	21,1	20	25	20	38,5	14	43,8	X ² =44,969 P=0,006
	Eğlence/Vakit Geçirme	48	25,5	31	21,8	15	18,8	6	11,5	6	18,8	
	Diğer	65	34,6	47	33,1	25	31,3	9	17,3	5	15,6	
	Dini Konularda Bilgilenme	4	2,1	9	6,3	5	6,3	4	7,7	4	12,5	
	Olumlu Davranış Öğrenme	11	5,9	17	12	10	12,5	11	21,2	3	9,4	
	Dünyayı Tanıma	3	1,6	7	4,9	5	6,3	1	1,9	0	0	
	Zenginlerin Yaşamına Özenme	3	1,6	1	0,7	0	0	1	1,9	0	0	

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların yaşları ile televizyon dizilerinde hoşlanılan konular arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. ($X^2=44,969$; $p=0,006<0,05$).

Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların '18-30' yaş grubunda olanlarının izledikleri dizilerde en çok hoşuna giden konunun 'Ülke Gündemini Takip' olduğu anlaşılmıştır. '31-40' yaş grubunda olanlarda ise dizilerde en çok hoşuna giden şeyin 'Eğlence/Vakit Geçirme' olduğu ifade edilmiştir. '41-50' yaş grubunda 'Diğer' seçeneğinin en çok tercih edildiği anlaşılmıştır. Bu yaş kategorisinde yer alan katılımcıların bu husustaki düşünceleri ile ilgili net bir ifadeleri olmadığı için bu madde daha çok tercih edilmiş olabilir. '51-60', '61 ve yukarısı' gruplarda ise dizilerde en çok hoş giden seçenek olarak 'Ülke Gündemini Takip' yer almaktadır. '51-60' yaş grubu için ortalaması dikkat çekici oranda yüksek olan diğer bir seçenek ise 'Olumlu Davranış Öğrenme' seçeneğidir. 'Dini Konularda Bilgilenme' oranlarının bu seçeneklere oranla daha düşük bir ortalamaya sahip olduğu

yapılan analizler sonucunda görülmüştür. Bazı seçeneklerin ise bazı yaş gruplarında hiç işaretlenmediği görülmektedir.

Elde edilen bulgularla ulaşacağımız sonuç üç seçeneğin bütün gruplarda dikkate değer bir ortalamaya sahip olduğudur. Bunlar ‘Ülke Gündemini Takip’, ‘Eğlence/Vakit Geçirme’, ‘Olumlu Davranış Öğrenme’, seçenekleridir. İzleyici kitlenin önem verdiği bu seçenekler onların dizi filmlerden ne şekilde yararlandıklarına ve izleme sebeplerine yönelik ipucu verebilir¹³. Yapımcılar da bu verilerden hareketle ne tür programlar yapacaklarını tayin etmektedirler¹⁴. Kısaca izleyiciler ile program yapanlar arasında böyle bir bağlantı mevcuttur. Bu durum programların yayına devam edebilmesi için de gereklidir.

Tablo 3. Televizyon Dizilerinde Hoşlanılan Konuların Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşması.

Cinsiyet		Kadın		Erkek		p
		n	%	n	%	
Dizilerde Hoşlanılan Konular	Ülke Gündemini Takip	58	% 23,1	80	% 32,9	p=0,038 X ² =13,337
	Diğer	75	% 29,9	76	% 31,3	
	Eğlence/Vakit Geçirme	54	% 21,5	52	% 21,4	
	Olumlu Davranış Öğrenme	31	% 12,4	21	% 8,6	
	Dini Konularda Bilgilenme	19	% 7,6	7	% 2,9	
	Dünyayı Tanıma	11	% 4,4	5	% 2,1	
	Zenginlerin Yaşamına Özenme	3	% 1,2	2	% 0,8	

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların ‘Cinsiyetleri’ ile ‘dizileri izleme amaçları’ arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. ($X^2=13,337$; $p=0,038<0,05$).

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların cinsiyeti ‘Erkek’ olanlarda dizilerde en çok hoşuna giden şeyin ‘Ülke Gündemini Takip’ seçeneği olduğu anlaşılmıştır. Erkek katılımcılar kadın katılımcılara göre daha yüksek oranda işaretleme yapmıştır. Bu netice erkeklerin

¹³ Kırtepe, “Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkileri Sosyo-Kültürel Bir Çözümleme (Erzurum Örneği)”, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum 2014, s. 62,71.

¹⁴ Bora Ayanoğlu (oyuncu) ile 16 Ocak 2012 tarihinde yapılan görüşmede bu hususlar ifade edilmiştir.

gündemle, kadınlardan daha çok ilgilendiğinin göstergesi olarak kabul edilebilir. ‘Diğer’ seçeneğini işaretleyenlerin oranının da dikkate değer biçimde yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. ‘Eğlence/Vakit Geçirme’ maddesinin de her iki grupta çok yakın oranlarda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ‘Olumlu Davranış Öğrenme’ maddesinde kadın katılımcılar erkek katılımcılara göre daha yüksek oranda işaretleme yapmıştır. ‘Dini Konularda Bilgilenme’, ‘Dünyayı Tanıma’ ve ‘Zenginlerin Yaşamına Özenme’ seçeneklerinin oldukça düşük oranlarda olduğu yapılan analizler sonucunda görülmüştür.

Elde edilen analiz sonuçları cinsiyet unsuru dikkate alındığında üç seçeneğin ön planda yer aldığını ortaya çıkarmaktadır. Bunların ‘Ülke Gündemini Takip’, ‘Eğlence/Vakit Geçirme’, ‘Olumlu Davranış Öğrenme’, seçenekleri olduğu görülmektedir. Kadın ve erkek izleyicilerin televizyon programlarını seyrederken bu üç hususu dikkate aldığı görülmektedir. Bu üç unsurda ise televizyonun bilgilendirici, eğlendirici ve eğitici fonksiyonlarının öne çıktığı dikkat çekmektedir¹⁵.

Tablo 4. Televizyon Dizilerinde Hoşlanılan Konuların Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılaşması.

Medeni Durum		Evli		Bekâr		Eşinden ayrılmış		Eşi vefat etmiş		p
		n	%	n	%	n	%	n	%	
Dizilerde Hoşlanılan Konular	Diğer	88	% 28,4	55	% 33,7	2	% 33,3	5	% 38,5	p=0,001 X ² =43,617
	Dini Konularda Bilgilenme	22	% 7,1	0	% 0	0	% 0	4	% 30,8	
	Ülke Gündemini Takip	85	% 27,4	50	% 30,7	1	% 16,7	2	% 15,4	
	Olumlu Davranış Öğrenme	40	% 12,9	10	% 6,1	0	% 0	1	% 7,7	
	Dünyayı Tanıma	11	% 3,5	4	% 2,5	0	% 0	1	% 7,7	
	Zenginlerin Yaşamına Özenme	3	% 1,0	2	% 1,2	0	% 0	0	% 0	
	Eğlence/Vakit Geçirme	61	% 19,7	42	% 25,8	3	% 50	0	% 0	

¹⁵ Özgür, Arun, *Türkiye’de Televizyon Alanının Sosyal Yapısı ve Televizyon Alanında Kültürel Tüketim Pratikleri*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2010, s. 129.

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların 'Medeni Durumları' ile 'dizileri izleme amaçları' arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. ($X^2=43,617$; $p=0,001<0,05$).

Medeni durumu 'Evli' olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna giden şey %28,4'ü 'Diğer', %27,4'ü 'Ülke Gündemini Takip', %19,7'si 'Eğlence/Vakit Geçirme' olarak belirtmişlerdir. Analiz sonuçlarından medeni durumu 'Evli' olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna giden seçeneklerin sırasıyla bunlar olduğu anlaşılmıştır. Bu sonuçlara göre medeni durumu 'Evli' olan katılımcılar açısından birinci sıraya 'Diğer' yerleşmiştir. Ancak bu madde doğrudan herhangi bir konuyu ifade etmediği belirtilmelidir. Bununla beraber ikinci ve üçüncü sırada en çok işaretlenen maddelerin bu grupta yer alan katılımcılar açısından önemli görüldüğü anlaşılmıştır. Bu sonuçlar televizyon dizilerinden yararlanma amaçları hakkında fikir sahibi olmamızı kolaylaştırmaktadır. Televizyon dizilerinin hem güncel bilgi kaynağı hem de eğlence ve vakit geçirme aracı olarak kullanıldığına işaret etmektedir. Diğer maddelerin işaretlenme oranının düşük olduğu tespit edilmiştir.

Medeni durumu 'Bekâr' olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna giden şeyleri %33,7'si 'Diğer', %30,7'si 'Ülke Gündemini Takip', %25,8'i 'Eğlence/Vakit Geçirme' maddeleri ile ifade etmişlerdir. Analiz sonuçlarından 'Bekâr' olan katılımcıların en yüksek orana sahip seçeneğini 'Diğer' maddesi oluşturmuştur. 'Ülke Gündemini Takip' ve 'Eğlence/Vakit Geçirme' seçeneklerinin de buna yakın oranlarda ifade edildiği görülmektedir. Bu gruptaki katılımcıların geriye kalan seçenekleri ise çok az sayıda işaretledikleri görülmektedir.

Medeni durumu 'Eşinden Ayrılmış' olan katılımcılar dizilerde en çok hoşuna giden şey olarak %50'si 'Eğlence/Vakit Geçirme', %33,3'ü 'Diğer', %16,7'si 'Ülke Gündemini Takip' seçeneklerini tercih etmişlerdir. Diğer maddelerle ilgili hiçbir işaretleme olmadığı görülmektedir.

Medeni durumu 'Eşi Vefat Etmiş' olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna giden şeyleri %38,5'i 'Diğer', %30,8'i 'Dini Konularda Bilgilenme', %15,4'ü 'Ülke Gündemini Takip' olarak belirlemişlerdir. Diğer maddelerin

işaretlenme oranının düşük olduğu ve iki maddenin hiç işaretlenmediği tespit edilmiştir.

Katılımcıların verdiği cevaplar analiz edilince medeni duruma göre izleyicilerin dizi filmlerde en çok hoşuna giden üç unsur olduğu sonucuna varılmıştır. Bu üç unsur şunlardır; 'Diğer', 'Ülke Gündemini Takip', 'Eğlence/Vakit Geçirme'. Bu maddeler izleyicilerin televizyon dizilerinden daha çok haber alma, eğlenme konularında yararlandıkları sonucunu öne çıkarmaktadır.

'Bekâr' ve 'Eşinden Ayrılmış' olan katılımcılar 'Dini Konularda Bilgilenme' seçeneğini hiç işaretlememiştir. Bu katılımcılar dini konuları televizyon programları aracılığı ile öğrenmek istemiyor, bu konularda bilgi sahibi olmak ihtiyacı duymuyor veya burada sunulan bilgiyi yeterli görmüyor olabilir. Ayrıca 'yaşın genç', 'önünde çok uzun zaman var', 'gençliğini yaşa', gibi toplumda yer alan düşüncelerin de bu hususta etkili olduğu düşünülebilir.

Tablo 5. Televizyon Dizilerinde Hoşlanılan Konuların Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşması

Eğitim Durumu		Okur-Yazar Değil		Okur-Yazar Fakat Okul Bitirmem iş		İlkokul Mezunu		Ortaokul Ve Dengi Meslek Okulu Mezunu		Lise Mezunu		İki Yıllık Yüksekokul Mezunu		Üniversite Mezunu		Yüksek Lisans, Doktora Derecesi Var		P	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Dizilerde Hoşlanılan Konular		Ülke Gündemini	3	13,6	2	11,1	1	17,7	1	32,5	23	23	18	40,9	55	31,8	13	38,2	P=0,001 X²=76,158
		Diğer	6	27,3	5	27,8	1	30,6	7	17,5	35	35	11	25	55	31,8	12	35,3	
		Eğlence/Va kit Geçirme	4	18,2	5	27,8	1	21	1	25	26	26	8	18,2	34	19,7	6	17,6	
		Dünyayı Tanıma	1	4,5	1	5,6	3	4,8	0	0	3	3	1	2,3	5	2,9	2	5,9	
		Olumlu Davranış	2	9,1	3	16,7	7	11,3	7	17,5	12	12	5	11,4	15	8,7	1	2,9	
		Dini Konularda	6	27,3	2	11,1	9	14,5	3	7,5	1	1	1	2,3	4	2,3	0	0	
		Zenginlerin Yaşamına	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2,9	0	0	

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların 'Eğitim Durumları' ile 'dizileri izleme amaçları' arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. ($X^2=76,158$; $p=0,001<0,05$).

Analiz sonuçlarından eğitim durumu 'Okuma Yazma Bilmeyen' katılımcıların dizilerde en çok hoşuna giden seçeneklerinin 'Dini Konularda Bilgi Edinme' ve 'Diğer' olduğu görülmektedir. İkinci sırayı 'Eğlence/Vakit

Geçirme' seçeneği, üçüncü sırayı ise 'Ülke Gündemini Takip' seçeneği almaktadır. 'Olumlu Davranış Öğrenme' ve 'Dünyayı Tanıma' seçenekleri düşük oranlarda işaretlenmiş, 'Zenginlerin Yaşamına Özenme' seçeneği ise hiç işaretlenmemiştir.

Analiz sonuçlarından 'Okuma yazma bilip herhangi bir okuldan mezun olmamış' katılımcıların dizilerde en çok hoşuna giden en yüksek orana sahip seçeneklerini 'Eğlence/Vakit Geçirme' ve 'Diğer' seçenekleri oluşturmaktadır. Bu seçenekleri sırasıyla, 'Olumlu Davranış Öğrenme', 'Dini Konularda Bilgi Edinme', 'Ülke Gündemini Takip' ve 'Dünyayı Tanıma' seçenekleri takip etmektedir. Bu grupta 'Zenginlerin Yaşamına Özenmek' seçeneği hiç işaretlenmemiştir. Ancak dini konularla bağlantılı olan 'Olumlu Davranış Öğrenme' seçeneği ile birlikte düşünüldüğü takdirde birinci sırada olan seçeneklere eşdeğer bir oranın ortaya çıktığı görülmektedir.

'İlkokul Mezunu' olan katılımcılarda ise dizilerde en çok hoşuna giden en yüksek orana 'Diğer' seçeneği sahip iken onun peşinden 'Eğlence/Vakit Geçirme', 'Ülke Gündemini Takip', 'Dini Konularda Bilgi Edinme', 'Olumlu Davranış Öğrenme' ve 'Dünyayı Tanıma' gelmektedir. Bu gruptaki katılımcıların 'Zenginlerin Yaşamına Özenme' seçeneğini hiç işaretlemediği görülmüştür.

'Ortaokul ve Denk Okullardan Mezun' olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna giden seçeneğin 'Ülke Gündemini Takip' olduğu görülmektedir. Bu seçeneği sırasıyla, 'Eğlence/Vakit Geçirme', 'Olumlu Davranış Öğrenme', 'Diğer' ve 'Dini Konularda Bilgi Edinme' seçenekleri takip etmektedir. 'Dünyayı Tanıma' ile 'Zenginlerin Yaşamına Özenme' seçenekleri bu gruptaki katılımcılar tarafından hiç işaretlenmemiştir.

Analiz sonuçlarına göre 'Lise mezunu' olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna giden 'Diğer' seçeneğidir. Bu seçeneği sırasıyla, 'Eğlence/Vakit Geçirme', 'Ülke Gündemini Takip', 'Olumlu Davranış Öğrenme', 'Dünyayı Tanıma' ve 'Dini Konularda Bilgi Edinme' seçenekleri takip etmektedir. Bu grupta da 'Zenginlerin Yaşamına Özenmek' seçeneği ise hiç işaretlenmemiştir.

‘İki Yıllık Yüksekokul Mezunu’ olan katılımcılarda ise dizilerde en çok hoşuna giden ve en yüksek orana ‘Ülke Gündemini Takip’ seçeneği sahip iken onun peşinden ‘Diğer’, ‘Eğlence/Vakit Geçirme’, ‘Olumlu Davranış Öğrenme’, ‘Dini Konularda Bilgi Edinme’ ve ‘Dünyayı Tanıma’ gelmektedir. Bu gruptaki katılımcıların da ‘Zenginlerin Yaşamına Özenme’ seçeneğini hiç işaretlememiş olduğu görülmüştür.

Analiz sonuçlarından ‘Üniversite mezunu’ olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna giden ve en yüksek orana ‘Ülke Gündemini Takip’ ve ‘Diğer’ seçenekleri sahiptir. Bunları sırasıyla, ‘Eğlence/Vakit Geçirme’, ‘Olumlu Davranış Öğrenme’, ‘Zenginlerin Yaşamına Özenmek’, ‘Dünyayı Tanıma’ ve ‘Dini Konularda Bilgi Edinme’ seçenekleri takip etmektedir.

Analiz sonuçlarından ‘Lisansüstü eğitim görmüş’ olan katılımcılarda ise dizilerde en çok hoşuna giden ve en yüksek orana ‘Ülke Gündemini Takip’ seçeneğinin sahip olduğu görülmüştür. Bu seçeneğin peşinden ‘Diğer’, ‘Eğlence/Vakit Geçirme’, ‘Dünyayı Tanıma’ ve ‘Olumlu Davranış Öğrenme’ seçenekleri gelmektedir. Bu grupta yer alan katılımcıların ‘Dini Konularda Bilgi Edinme’ ve ‘Zenginlerin Yaşamına Özenme’ seçeneklerini ise hiç işaretlememiş olduğu ortaya çıkmıştır.

Analizler sonucu elde edilen bulgulara göre katılımcıların eğitim durumuna göre dizilerde en çok hoşlandığı konunun ‘Ortaokul ve Denk Okullardan Mezun’, ‘İki Yıllık Yüksekokul Mezunu’ ve üzeri gruplarda ‘Ülke Gündemini Takip’ seçeneği olduğu anlaşılmıştır. ‘Ortaokul ve Denk Okullardan Mezun’ olanlar hariç diğer gruplarda yer alan katılımcılar en çok ‘Diğer’ seçeneğini işaretlemişlerdir. ‘Eğlence/Vakit Geçirme’ seçeneğindeki işaretlemelerin ise bütün gruplarda %20 civarlarında olduğu görülmektedir. Bu sonucun diğer değişkenlerde elde edilen neticelerle uyumluluk gösterdiği anlaşılmıştır. Bu durumun genelde televizyonun özelde televizyon dizilerinin haber verme ve boş zamanları doldurma fonksiyonlarını çağrıştırdığı belirtilmelidir. Bu sonuçlar aynı zamanda katılımcıların televizyon izleme alışkanlıkları açısından bilgi ve eğlencenin konumuna işaret etmektedir. Özellikle gündem ile paralel akışa sahip olan dizilerin izlenme oranlarının yüksek çıkması bu durumun göstergesi olarak ele alınabilir. Gündemde yer alan unsurlara daha az bir emek harcayarak

(sadece seyrederek) ulaşmak caziptir. Bu kolaylığın değerler dâhil her şeyin tüketim anaforunda çevrildiği, eğlencenin dışındaki unsurların bir anlam ifade etmediği bir değişimin de yansımasıdır. Bu neticeden televizyon dizilerinin gündeme yönelik bilgi elde etmenin araçlarından görülmesi bilgi elde etme tekniği açısından düşündürücüdür. Bu seçenikle ilgili işaretleme yüzdesinin fazla olması diğer bilgi edinme kaynaklarının kullanım yüzdesinin az olmasına neden olabilir. Aslında mesele bu konunun doğrudan temel bilgi edinme yöntemi olan okumaya alternatif olacak derecede tercih edilmesidir. Bu noktada tek sorumlu unsurun televizyon dizileri olduğu kolaycılığına kaçılmadan bu durumun küresel ölçekte meydana gelen sosyo-kültürel değişimlerle bağlantılı olarak ele alınabileceği söylenebilir. Bu bağlamda 'Dini Konularda Bilgilenme' seçeneğinin okuma yazma bilmeyen grupta yüksek çıkması bu gruptakilerin bilgiye ulaşmada yaşadıkları sorunla bağlantılı olarak değerlendirilebilir. Okumak bilgiye ulaşmanın en bilindik yöntemidir. Katılımcılar okuma becerisinden mahrum olunca bu eksiğinin bilgiye erişimini engellemesini pratik şekilde ortadan kaldırmanın yolunu bulmaya çalışır. Bu yolun ise dinlemenin ve izlemenin dışında çok fazla ekstra özellik gerektirmeyen televizyon dizileri ile kesişmesi kaçınılmazdır.

Dizilerde Rahatsızlık Duyulan Konular

Dizi filmlerin toplum tarafından nasıl algılandığını ve değerlendirildiğini anlamak için izleyicilerin görmekten hoşlanmadıkları unsurların belirlenmesi de önemlidir. Katılımcılara bu husustaki düşüncelerini ifade etmeleri için yöneltile açık uçlu soruya en önemlisi birinci sırada olacak şekilde cevap vermeleri istenmiştir. Katılımcıların belirttiği cevaplarda yer alan ifadeler tasnif edilerek aşağıdaki tablo elde edilmiştir. 'Toplam %' olarak belirtilen sütun ise ilgili maddeye cevap veren katılımcı sayısının anket çalışmasında yer alan toplam katılımcı sayısına oranını ifade etmektedir.

Tablo 6. Televizyon Dizilerinde Hoşlanılmayan Konular.

Dizilerde Hoşlanılmayan Konular	Sıralama	Frekans	Yüzde (%)	Toplam (%)
Değerlerimize Ters Düşme	1	38	17,1	44,9
	2	79	35,6	
	3	105	47,4	
	Toplam	222	100	
Müstehcenlik	1	33	15,8	42,3
	2	48	23	
	3	128	61,2	
	Toplam	209	100	
Kötü Alışkanlıklara Özendirme	1	44	32,1	27,7
	2	67	48,9	
	3	26	19	
	Toplam	137	100	
Şiddet	1	31	25,8	24,2
	2	39	32,5	
	3	50	41,7	
	Toplam	120	100	
Abartı	1	7	14,6	9,7
	2	16	33,3	
	3	25	52,1	
	Toplam	48	100	
Yok	1	10	27,8	7,2
	2	4	11,1	
	3	22	61,1	
	Toplam	36	100	
Dili Yozlaştırma	1	6	19,4	6,2
	2	15	48,4	
	3	10	32,3	
	Toplam	31	100	
Tek Yönlülük/Tarafılık	1	5	27,8	3,6
	2	5	27,8	
	3	8	44,4	
	Toplam	18	100	
Reklam Sürelerinin Fazla Olması	2	4	28,6	2,8
	3	10	71,4	
	Toplam	14	100	

Örneklem grubunun izlediği dizilerde ‘Değerlerimize Ters Düşme’ konusunda rahatsızlık duyma sıralaması Tablo 6’da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların izlediği dizilerde ‘Değerlerimize Ters Düşme’ konusunda rahatsızlık duymasını %17,1’i 1. sıraya, %35,6’sı 2. sıraya, %46,4’ünün 3. sıraya

koyduğu görülmektedir. Genel katılımcı sayısına oranla yarıya (%44,9) yakın bir katılımcı bu seçeneği işaretlemiştir.

Bu konuda duyulan rahatsızlığın boyutunu göstermesi açısından bu oranın yeteri kadar yüksek olduğu düşünülmektedir. Katılımcılar dizinin tamamı olmasa bile kısa bir bölümünde bile kutsal kabul edilen şey(ler)i bir anda alt üst eden sahneler olabildiğini ifade ederek bu konudaki rahatsızlıklarını belirtmişlerdir¹⁶. Bu sebeple içeriğin iyi belirlenerek bu tarz unsurlara yer vermemek gerektiği ifade edilmiştir. Değerlerin toplum için ifade ettiği anlam bu ifadenin tercih edilmesinde rol oynamış olabilir. Değerlere ters düşme, bir anlamda toplumun var olmasına yönelik bir tehdit olarak düşünülebilir.

Örneklem grubunun izlediği dizilerde 'Müstehcenlik' konusunda rahatsızlık duyma sıralaması Tablo 6'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların izlediği dizilerde 'Müstehcenlik' konusunda rahatsızlık duymasını %15,8'i 1. sırada, %23'ü 2. sırada, %61,2'si 3. sırada işaretlemiştir. Katılımcıların yarıya yakını (%42,3) dizilerde rahatsızlık duydukları başlıca şeyin 'müstehcenlik' olduğunu ifade etmiştir. Elde edilen sonuçların bu konuda yüksek oranda hassasiyet duyulduğuna işaret ettiği söylenebilir. Bu konuda duyulan rahatsızlığın giderilmesi için izleyici kitlesi tarafından değişik çözüm yollarının denendiği dile getirilmiştir. Kimi katılımcılar bu içeriğe sahip olan dizileri takip etmediğini, kimisi ise o sahneler geçene kadar kanal değiştirdiğini, ilgili kanala ve RTÜK'e (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) telefon ederek şikâyet bulunduğunu ifade etmiştir¹⁷. Bu ifadeler ve sonuçlar izleyici kitlenin bu konuda duyduğu rahatsızlığı ortaya koyduğunun göstergesi olarak değerlendirilebilir¹⁸. Ancak rahatsızlık duyulan sahnelerin internet ortamında tıklanma sayısının yüksek olduğu belirtilmelidir. Ama bu durum bu konuda

¹⁶ Esra Gülmez, *Televizyonun Kadınların Gündelik Yaşamlarına Etkisinin Sosyolojik Açıdan İncelenmesi: Elazığ Örneği*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ 2007, s. 229.

¹⁷ Bu hususta bir katılımcı RTÜK'e bir dondurma reklamını bile şikâyet ettiğini belirtmişti.

¹⁸ Hüseyin Emin Öztürk, *Çocuğun Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya 1999, s. 160.

duyulduğu ifade edilen rahatsızlığı anlamsız hale getirmez. Neticede belli oranda katılımcı bu konuda duyduğu rahatsızlığı herhangi bir tesir altında kalmadan ifade etmiştir. Ancak sanal ortamda tıklamaların her birinin ayrı bir kişiyi temsil ettiğine dair detaylı bir tıklama sayacı yoktur. Bu ayrıştırma sadece oylamalarda veya kanaat belirten çalışmalarda aynı bilgisayardan ikinci bir oylamaya engel olmak şeklinde sınırlamayla gerçekleştirilebilmektedir. Ancak aynı kişinin başka bir bilgisayardan aynı işlemi yapmasına engel değildir. Bu bağlamda toplumda gözlemlenen şikâyetlerin giderilmesi ve izleyicilerin görüşlerinin tespit edilebilmesi amacıyla televizyon kanalları ‘İzleyici Temsilcileri’ görevlendirmişlerdir¹⁹.

Örneklem grubunun izlediği dizilerde ‘Kötü Alışkanlıklara Özendirme’ konusunda rahatsızlık duymasını sıralaması Tablo 6’da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların izlediği dizilerde ‘Kötü Alışkanlıklara Özendirme’ konusunda rahatsızlık duymasını %32,1’i 1. sıraya, %48,9’u 2. sıraya, %19’unun 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Genel katılımcı sayısına göre %27,7 oranında katılımcı bu seçeneği işaretlemişlerdir. Yaklaşık olarak üçte birlik bir orana denk gelmesi bu konunun izleyicileri rahatsız edici bir unsur olduğuna işaret edebilir. Katılımcıların birçoğu bu kötü alışkanlıkların özendirici bir şekilde gösterilmese dahi özellikle çocuklarda etkili olabileceği ve merak uyandırabileceği düşüncesini dile getirmişlerdir. Bu hususta duyulan rahatsızlığın giderilmesi için bu tarz içeriğe yer verme oranını düşürmenin bir yöntem olabileceği belirtilmiştir. Kötü alışkanlıkların birey ve toplum üzerinde yaptığı tahribatlar söz konusu olunca bu konuda duyulan rahatsızlığı anlamak biraz daha kolaylaşmaktadır. Bu zararın ötesinde bu neticelerinin ortadan kaldırılması için harcanan emeğin ve sermayenin büyüklüğünün, bu konuda düşünmek için tek başına yeterli bir gerekçe olacağı belirtilmelidir.

Örneklem grubunun izlediği dizilerde ‘Şiddet’ konusunda rahatsızlık duymasını sıralaması Tablo 6’da incelenmiştir. Buna göre

¹⁹ Adem Yılmaz, *Türkiye’de 1990 Sonrası Dönemde Özel Televizyon Yayıncılığı Bağlamında İzleyici-Televizyon İlişkisi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2009, s. 300.

araştırmaya katılanların izlediği dizilerde ‘Şiddet’ konusunda rahatsızlık duymasını %25,8’i 1. sırada, %32,5’i 2. sırada, %41,7’sinin 3. sırada işaretlediği görülmektedir. Bu seçenekle ilgili katılım genel katılımcı sayısına oranla %24,2 çıkmıştır. Toplumda şiddetle ilgili şikâyetlerin olması ve bu konuda dizilerin etkin rolü olduğunun değişik ortamlarda dile getirilmesine rağmen bu anket uygulamasından elde edilen verilerin bu ifadelere yeterince yansımadağı düşünülebilir. Lakin bu sonuç dizilerin bu husustaki rolünün yeniden sorgulanmasına gerek olduğuna işaret etmektedir. Bu konuda bütün suçu dizi filmlere yüklemenin kolaycı bir yaklaşım olduğü belirtilmelidir²⁰. Toplumda görülen şiddet örneklerinin sadece dizi filmlerle sınırlı olmadığı açıktır. Aile içinde, arkadaş çevresinde, trafikte vb. gibi insanın sosyal yaşantıda yer alabileceğı birçok alanda farklı şiddet örnekleriyle karşılaşma olasılığı vardır²¹. Şiddet konusunda asıl rahatsızlık duyuları nokta şiddetin saldırgan davranış ve düşünceler ile kızgınlık hissi üzerinde yönlendirici etkide bulunarak bireyleri bu davranışları sergilemeye sevk etmesidir²².

Örneklem grubunun izlediğı dizilerde ‘Abartı’ konusunda rahatsızlık duymasını sıralaması Tablo 6’da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların izlediğı dizilerde ‘Abartı’ konusunda rahatsızlık duymasını %14,6’sının 1. sıraya, %33,3’ünün 2. sıraya, %50’sinin 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Katılımcıların genel toplamda %10’a yakın bir kısmı da dizilerde gördükleri abartılı sahnelerden hoşlanmadıklarını ifade etmişlerdir. Bir karakterin birçok kişiyi öldürebildiğı ancak ona hiç bir şey olmaması veya buna benzer durumlar bu seçeneğın işaretlenmesinde etkili olabilir.

Örneklem grubunun izlediğı dizilerde rahatsızlık duyduğu herhangi bir şey olmadığını ifade edenlerin sıralaması Tablo 6’da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların izlediğı dizilerde hoşlanmadığı bir şey

²⁰ Nurçay Türkoğlu, Toplumsal İletişim; İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara; Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar, Urban, İstanbul 2010, s. 267.

²¹ Yasemin İnceoğlu, *Medya ve Toplum*, Der Yayınları, İstanbul 1998, s. 11.

²² Brad J. Bushman, L. Rowell Huesmann, “Short-term and Long-term Effects of Violent Media on Aggression in Children and Adults”, *Arch Pediatr Adolesc Med.* 2006, *American Medical Association*, www.archpediatrics.com, Erişim tarihi: 19 Aralık 2009.

olmadığını %27,8'inin 1. sıraya, %11,1'inin 2. sıraya, %61,1'inin 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre az sayıdaki katılımcı kitlesi rahatsızlık duyduğu bir hususun bulunmadığını belirten seçeneği işaretlemiştir. Anket soru formu cevaplandırılırken üstünde düşünülmeden verilebilecek bir cevap/madde olduğu için bu seçeneğin işaretlendiği bazı katılımcılar tarafından dile getirilmiştir.

Örneklem grubunun izlediği dizilerde 'Dili Yozlaştırma' konusunda rahatsızlık duymasını sıralaması Tablo 6'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların izlediği dizilerde 'Dili Yozlaştırma' konusunda rahatsızlık duymasını %19,4'ü 1. sıraya, %48,4'ü 2. sıraya, %32,3'ünün 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Bu seçeneğin düşük oranda çıkmasının bu hususta farkındalığın az olduğuna işaret ettiği düşünülmektedir. Dizilerden bu konuda rahatsızlık duyabilmek için de belli bir eğitim düzeyinde olmaya ihtiyaç vardır. Yapılan yanıştan habersiz olma ondan rahatsızlık duyulmasını engelleyebilir.

Örneklem grubunun izlediği dizilerde 'Tek Yönlülük/Tarafılık' konusunda rahatsızlık duymasını sıralaması Tablo 6'da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların izlediği dizilerde 'Tek Yönlülük/Tarafılık' konusunda rahatsızlık duymasını %27,8'inin 1. sıraya, %27,8'inin 2. sıraya, %44,4'ünün 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Düşük düzeyde de olsa katılımcıların rahatsızlık duyduğu noktalardan birisi de dizi film programlarında olayların sadece bir noktadan ele alındığı diğer ihtimallerin veya görüşlerin göz önünde bulundurulmamasıdır. Ancak bu konuda yapımcı ve senaristler süre ve maliyet konusunun engel teşkil edici role sahip olduğunu belirtmişlerdir²³. Sınırlı bir zaman diliminde bütün olasılıkları kapsayıcı eserler ortaya çıkarmanın teknik zorluğunun yanında ekonomik imkânların sınırlılığı ile alakalı olduğu anlaşılmaktadır. Programı yapanların veya senaryosunu yazarların her türlü etkiden arınmış bir bakış açısı sergilemelerinin zorluğunun bu konudaki etkisi yabana atılmamalıdır.

²³ Nuriye Akman, Nilgün Öneş (Senaryo yazarı) ile yapılan mülakat, <http://www.nuriyeakman.net/node/1688>, Erişim Tarihi: 29 Eylül 2011.

Örneklem grubunun izlediği dizilerde ‘Reklam Sürelerinin Fazla Olması’ konusunda rahatsızlık duymasını sıralaması Tablo 6’da incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılanların izlediği dizilerde ‘Reklam Sürelerinin Fazla Olması’ konusunda rahatsızlık duymasını %28,6’sının 2. sıraya, %71,4’ünün 3. sıraya koyduğu görülmektedir. Bu konuda ki şikâyetlerin çok az bireyle sınırlı olduğu genel toplamda %2,8’lik orandan anlaşılmaktadır. Özellikle diziyi hiç ara vermeden kesintisiz izlemek isteyen katılımcıların bu seçeneği işaretlediği düşünülmektedir. Ancak bu durumun olumlu etkileri olduğu yönünde kanaat taşıyanlar da vardır. Bu çerçevede bazı katılımcılar, uzun reklam aralarını, bir başka diziyi takip edebilmenin aracı olarak gördüğü için şikâyetçi olmadığını ifade etmiştir²⁴. Reklam aralarında izleyicilerin diğer kanalları gezdiği göz önünde bulundurulunca bu gerekçenin anlaşılması kolaylaşabilir²⁵.

Tablo 7. Televizyon Dizilerinde Hoşlanılmayan Konuların Yaş Değişkenine Göre Farklılaşması.

Yaş		18-30		31-40		41-50		51-60		61 Ve Yukarısı		p
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Dizilerde Hoşlanılmayan Konular	Müstehcenlik	51	27,1	34	23,9	20	25	14	26,9	8	25	p=0,011
	Şiddet	13	6,9	19	13,4	14	17,5	5	9,6	0	0	
	Dili Yozlaştırma	5	2,7	3	2,1	2	2,5	0	0	0	0	
	Kötü Alışkanlıklara Özendirme	7	3,7	7	4,9	4	5	5	9,6	3	9,4	X ² =42,575
	Değerlerimize Ters Düşme	35	18,6	30	21,1	8	10	16	30,8	14	43,8	
	Reklam Sürelerinin Fazla Olması	4	2,1	2	1,4	4	5	0	0	0	0	
	Diğer	73	38,8	47	33,1	28	35	12	23,1	7	21,9	

²⁴ Hülya Uğur Tanrıöver, *Türkiye’de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri*, İTO Yayınları, 2010, s. 178.

²⁵ Yılmaz, *Türkiye’de 1990 Sonrası Dönemde Özel Televizyon Yayıncılığı Bağlamında İzleyici-Televizyon İlişkisi*, s. 253.

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların 'Yaşları' ile 'Dizilerde En Çok Hoşlanmadığı Şey' arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. ($X^2=42,575$; $p=0,011<0,05$).

Analizler sonucu ulaşılan verilere göre '18-30' yaş grubunda yer alan katılımcılar dizilerde en çok hoşlanmadığı seçeneği 'Diğer' olarak işaretlemişlerdir. Bu maddenin peşine en yüksek oranda 'Müstehcenlik' seçeneğinin işaretlendiği görülür. Bu seçeneği sırasıyla 'Değerlerimize Ters Düşme', 'Şiddet', 'Kötü Alışkanlıklara Özendirme', 'Dili Yozlaştırma' ve 'Reklam Sürelerinin Fazla Olması' seçenekleri takip etmektedir.

'31-40' yaş grubuyla ilgili elde ettiğimiz verilere göre bu grupta da en yüksek düzeyde rahatsızlık duyulan hususun 'Diğer' olduğu görülmektedir. Bu seçeneği sırasıyla 'Müstehcenlik', 'Değerlerimize Ters Düşme', 'Şiddet', 'Kötü Alışkanlıklara Özendirme', 'Dili Yozlaştırma' ve 'Reklam Sürelerinin Fazla Olması' seçenekleri takip etmektedir.

'41-50' yaş grubu ile ilgili elde ettiğimiz analiz sonuçlarına göre en yüksek oranda hoşlanılmayan seçeneğin bu grupta da 'Diğer' olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu seçeneği sırasıyla 'Müstehcenlik', 'Şiddet', 'Değerlerimize Ters Düşme', 'Kötü Alışkanlıklara Özendirme', 'Reklam Sürelerinin Fazla Olması' ve 'Dili Yozlaştırma' seçenekleri takip etmektedir.

'51-60' yaş grubuyla ilgili elde edilen sonuçlara göre katılımcıların en çok hoşlanmadığı seçenek 'Değerlerimize Ters Düşme' seçeneğidir. Bu seçeneği sırasıyla 'Müstehcenlik', 'Diğer', 'Şiddet' ve 'Kötü Alışkanlıklara Özendirme' seçenekleri takip etmektedir. 'Dili Yozlaştırma' ve 'Reklam Sürelerinin Fazla Olması' seçeneklerini ise bu grupta yer alan katılımcılardan işaretleyen olmamıştır.

'61 ve Yukarısı' yaş grubuyla ilgili elde edilen sonuçlara göre katılımcıların en çok hoşlanmadığı seçeneğin 'Değerlerimize Ters Düşme' seçeneği olduğu anlaşılmıştır. Bu seçeneği sırasıyla 'Müstehcenlik', 'Diğer', ve 'Kötü Alışkanlıklara Özendirme' seçeneği takip etmektedir. 'Dili Yozlaştırma', 'Şiddet' ve 'Reklam Sürelerinin Fazla Olması' seçenekleri ise işaretlenmemiştir.

Katılımcıların verdikleri cevaplar analiz edildiğinde ortaya çıkan verilere göre bütün yaş gruplarında üç unsurun hoşlanılmayan seçenek olarak öne çıktığı görülmektedir. Bu unsurlar 'Müstehcenlik', 'Değerlerimize Ters Düşme' ve 'Şiddet' seçenekleridir. Burada 'Diğer' seçeneği doğrudan bir konu ile özdeşleştirilemediği için öteki maddelerden ayrılmıştır. Bu seçeneklerin her birinin değerler, kültür ve din ile bağının olduğu söylenebilir. Bu bağlantı kimi zaman dolaylı kimi zaman da doğrudan olmaktadır. Bu maddelerin her biriyle ilgili dini açıdan belirlenmiş kural ve tavsiyeler mevcuttur. Dini açıdan insanların giyim ve kuşamlarında bir takım ölçüler getirilmiştir. Burada katılımcılar bu ölçülere uymamanın ötesinde daha uç noktalarda olan giyim tarzlarından hoşnut olmadıklarını ifade etmişlerdir²⁶. Aynı şekilde toplumu bir arada tutan, sosyal hayatın devamlılığına katkıda bulunan değerlerin -bunlar dini bağlamda da bazen emir şeklinde, bazen teşvik şeklinde dile getirilmektedir- dikkate alınmaması izleyiciler açısından rahatsız edici bir durum olarak dile getirilmiştir. Bu şikâyetler genelde diziler, özelde 'Aşk-ı Memnu' dizisi için RTÜK'e yapılan başvurularda gözlenmektedir²⁷. Kurumca değerlendirilen bu başvurularda söz konusu sahnelerin 'çarpık ilişkileri', 'ahlaki değerlerin dejenere edilmesi ve aldatma/ihanetin meşrulaştırıcı' ve 'çocuk/gençlerin ruh sağlığına zarar verici ve kötü örnek teşkil edici' özelliklerine dikkat çekilmiştir. Aslında bu ifadelerin anket çalışmasında yer alan katılımcıların ifadeleriyle örtüştüğü belirtilmelidir. Bu benzeşmenin olması aynı kültürel kodlar içerisinde yer almayla bağlantılıdır. Şiddet konusu da aynı minval üzere izleyicilerin rahatsızlık duyduğu bir konu olarak ele alınabilir. Toplum üyelerinin karşılaşma ihtimali yüksek olan bir hareket şekli olarak bu mesele toplum gündemini

²⁶ Anket uygulamasından sonra sohbet ettiğimiz bir katılımcı bu hususla ilgili olarak göbeği açık bırakan tişört ile düşük bel pantolon giyme konusunda kızıyla yaşadığı tartışmayı anlatmıştı.

Soneser Yurdakul ve Gülçin Üstün; '13 – 18 Yaş Ergenlerin Giysi Seçiminde Ebeveynlerin Etkisi', BAHAR-2009 C.8 s. 28 (273-285) ISSN:1304-0278 SPRING-2009 V.8 N.28, www.esosder.org, *Electronic Journal of Social Sciences*, s. 275-276.

²⁷ Hüseyin Tuğrul Oktay, Televizyon Dizilerinin Toplumun Milli ve Manevi Değerleri Açısından Değerlendirilmesi: Aşk-ı Memnu Dizisi Örneği, (Uzmanlık Tezi), RTÜK Ankara 2011, s. 112.

meşgul etme potansiyeli taşımaktadır. Özellikle şiddetin sadece fiili olmayıp değişik şekillerde tezahür edebilme özelliği bu düşüncüyü kuvvetlendirmektedir²⁸.

Tablo 8. Televizyon Dizilerinde Hoşlanılmayan Konuların Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşması.

Cinsiyet		Kadın		Erkek		p
		n	%	n	%	
Dizilerde Hoşlanılmayan Konular	Müstehcenlik	69	% 27,5	58	% 23,9	$X^2=19,066$ $p=0,004$
	Şiddet	34	% 13,5	17	% 7	
	Dili Yozlaştırma	5	% 2	5	% 2,1	
	Kötü Alışkanlıklara Özendirme	17	% 6,8	9	% 3,7	
	Değerlerimize Ters Düşme	57	% 22,7	46	% 18,9	
	Reklam Sürelerinin Fazla Olması	3	% 1,2	7	% 2,9	
	Diğer	66	% 26,3	101	% 41,6	

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların ‘Cinsiyetleri’ ile ‘Dizilerde En Çok Hoşlanmadığı Şey’ arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. ($X^2=19,066$; $p=0,004<0,05$).

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların cinsiyeti ‘Kadın’ olanlarda dizilerde en çok hoşuna gitmeyen şeyin ‘Müstehcenlik’ seçeneği olduğu anlaşılmıştır. Bu seçeneği sırasıyla ‘Diğer’, ‘Değerlerimize Ters Düşme’, ‘Şiddet’, ‘Kötü Alışkanlıklara Özendirme’, ‘Dili Yozlaştırma’ ve ‘Reklam Sürelerinin Fazla Olması’ seçeneklerinin takip ettiği görülmektedir. Bu konudaki rahatsızlığın başka çalışmalarda da ilk sırayı aldığı görülmüştür²⁹.

Erkek olan katılımcıların da dizilerde en çok hoşuna gitmeyen şeyin ‘Diğer’ seçeneği olduğu görülmektedir. Bu seçeneği sırasıyla ‘Müstehcenlik’, ‘Değerlerimize Ters Düşme’, ‘Şiddet’, ‘Kötü Alışkanlıklara Özendirme’, ‘Reklam Sürelerinin Fazla Olması’ ve ‘Dili Yozlaştırma’ seçeneğinin takip ettiği görülmektedir.

²⁸ Yves Michaud, *Şiddet*, çev. Cem Muhtaroglu, İletişim Yayınları, Tarihsiz, s. 8-9.

²⁹ Esra Gülmez, Televizyonun Kadınların Gündelik Yaşamlarına Etkisinin Sosyolojik Açından İncelenmesi: Elazığ Örneği, s. 228.

Her iki cinsiyette de ‘Müstehcenlik’ ve ‘Değerlerimize Ters Düşme’ seçeneğinden rahatsız olma oranının birbirine yakın olduğu anlaşılmıştır. Daha önce yapılmış çalışmalarda benzer oranlar elde edildiği belirtilmelidir³⁰. Her iki cinsiyettin aynı duyguları hissetmesi bu konuda aynı bakış açısının oluştuğuna işaret edebilir. Ayrıca katılımcılar bu konudaki şikâyetlerini farklı şekillerde ilgili yerlere ilettiklerini dile getirmişlerdir.

Tablo 9. Televizyon Dizilerinde Hoşlanılmayan Konuların Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılaşması.

Medeni Durum		Evli		Bekâr		Eşinden ayrılmış		Eşi vefat etmiş		p
		n	%	n	%	n	%	n	%	
Dizilerde Hoşlanılmayan Konular	Müstehcenlik	70	22,6	52	31,9	0	0	5	38,5	$\chi^2=33,541$ $p=0,014$
	Şiddet	45	14,5	3	1,8	2	33,3	1	7,7	
	Dili Yozlaştırma	7	2,3	3	1,8	0	0	0	0	
	Kötü Alışkanlıklara Özendirme	16	5,2	8	4,9	1	16,7	1	7,7	
	Değerlerimize Ters Düşme	70	22,6	32	19,6	0	0	1	7,7	
	Reklam Sürelerinin Fazla Olması	7	2,3	3	1,8	0	0	0	0	
	Diğer	95	30,6	62	38	3	50	5	38,5	

Yapılan analizler neticesinde araştırmaya katılanların ‘Medeni Durumları’ ile ‘Dizilerde En Çok Hoşlanmadığı Şey’ arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. ($\chi^2=33,541$; $p=0,014<0,05$).

Analiz sonuçlarından medeni durumu ‘Evli’ olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna gitmeyen şeyin ‘Diğer’, ‘Müstehcenlik’ ve ‘Değerlerimize Ters Düşme’ seçenekleri olduğu görülmektedir. Bu seçenekleri sırasıyla, ‘Şiddet’, ‘Kötü Alışkanlıklara Özendirme’, ‘Reklam Sürelerinin Fazla Olması’ ve ‘Dili Yozlaştırma’ seçeneğinin takip ettiği görülmektedir.

³⁰ Öztürk, Çocuğun Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi, s. 161.

Analiz sonuçlarından medeni durumu ‘Bekâr’ olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna gitmeyen şeyin ‘Diğer’ seçeneği olduğu görülmektedir. Bu seçeneği sırasıyla ‘Müstehcenlik’, ‘Değerlerimize Ters Düşme’, ‘Kötü Alışkanlıklara Özendirme’, ‘Şiddet’, ‘Reklam Sürelerinin Fazla Olması’ ve ‘Dili Yozlaştırma’ seçeneklerinin takip ettiği görülmektedir.

Eşinden ayrılmış olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna gitmeyen şeyin ‘Diğer’ seçeneği olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise ‘Şiddet’ ve ‘Kötü Alışkanlıklara Özendirme’ seçeneklerini görmekteyiz. ‘Reklam Sürelerinin Fazla Olması’, ‘Dili Yozlaştırma’, ‘Müstehcenlik’ ile ‘Değerlerimize Ters Düşme’ seçeneklerinin ise bu gruptaki katılımcılar tarafından işaretlenmediği görülmüştür.

Eşi vefat etmiş olan katılımcıların dizilerde en çok hoşuna gitmeyen şeyin ‘Müstehcenlik’ ve ‘Diğer’ seçenekleri olduğu görülmektedir. ‘Şiddet’, ‘Kötü Alışkanlıklara Özendirme’ ve ‘Değerlerimize Ters Düşme’ seçeneklerinin aynı oranda işaretlendiğini görmekteyiz. ‘Reklam Sürelerinin Fazla Olması’ ile ‘Dili Yozlaştırma’ seçeneklerinin ise bu gruptaki katılımcılar tarafından hiç işaretlenmediği görülmüştür. Ayrıca incelediğimiz bu tabloda medeni durumu evli ve bekâr olan katılımcıların oranlarının birbirine oldukça yakın olduğu dikkat çekmektedir.

Elde edilen bulgular incelendiğinde medeni duruma göre dizilerde en çok hoşlanılmayan şey konusunda ‘Bekâr’, ‘Evli’ ve ‘Eşi Vefat Etmiş’ olanların büyük çoğunluğunun ‘Müstehcenlik’ ve ‘Değerlerimize Ters Düşme’ konusunda işaretleme yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu grupta yer alan katılımcıların ifadesiyle bu hususlara dikkat etmemek toplumu derinden yaralayacak ve sosyal hayatın akışını istenmeyen istikametlere yönlendirebilecektir. Bu grupta yer alan bazı katılımcılarla yaptığımız yüz yüze görüşmelerde gençliği geleceğimiz olarak gördüklerini, bu tarzda sahnelenen görüntülerin gençler ve çocuklar açısından kötü örnek oluşturduğunu dile getirerek asıl endişe kaynaklarının bu olduğunu özellikle ifade etmişlerdir³¹. Ancak ‘Şiddet’ ile ilgili en yüksek oranda

³¹ MEB Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı, *Öğrencilerin Televizyon İzleme*

‘Eşinden Ayrılmış’ olan katılımcıların işaretleme yapması dikkat çekicidir. Diğer medeni gruplarda yer alan katılımcıların bu hususta düşük oranda işaretleme yaptıkları görülmektedir. Eşinden ayrılmış olanların bu konuda yüksek oranda işaretleme yapmasının altında evlilik süresince, boşanma sürecinde ve sonrasında yaşadıkları şiddet içerikli olayların yer aldığını söyleyebiliriz. Özellikle son dönemlerde basına yansıyan cinayetler bu şiddetin uzantısı ve nihai noktası olarak ele alınabilir.

Sonuç

Televizyon dizileri hakkında izleyici değerlendirmelerini belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada şu sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmada yer alan izleyicilerin dizilerde en çok hoşnutluk duyduğu konunun ‘Eğlence ve Vakit Geçirme’ olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İzleyici ifadeleri dikkate alındığında hoşlanılmayan konu olarak ‘Değerlerimize Ters Düşme’ seçeneğinin ilk sırada yer aldığı görülür. Neticede televizyon dizilerinin öncelikli olarak bir eğlence ve vakit geçirme aracı olarak görüldüğü ancak bu tür programlarda yer alıp değerlerle uyuşmayan unsurlardan rahatsızlık duyulduğu anlaşılmıştır.

Kaynaklar

- Arun, Ö., *Türkiye’de Televizyon Alanının Sosyal Yapısı ve Televizyon Alanında Kültürel Tüketim Pratikleri*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2010.
- Akdeniz, S., *Bağımsızlığın Temelleri*, Bayrak Yay., İstanbul 1992.
- _____, *Kültür Sömürgeciliği*, M.Ü.V. Yay., İstanbul 1997.
- Çıngı, H., (Proje Danışmanı), Haz: Can, C. E., Kubali, D., Erkek, E., Tezcan, F., Filiz, F., Konşuk, H., Varli, Ş., Tunç, T., ATV Televizyon Yayınları Kamuoyu Araştırması, Hacettepe Üniversitesi İstatistik Bölümü, Haziran, 2006.
- Dijk, T. A. V. Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları, *Medya, İktidar, İdeoloji*; (Der. ve Çev.: Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara 1994.
- Diken B. ve Laustsen, C. B. *Filmlerle Sosyoloji*, (Çev. Sona Ertekin), Metis Yayınları, İstanbul 2010.

- Dönmezer, S., *Toplumbilim*, Beta Yayınları, İstanbul 1994.
- Enderun, M. A. *Beyaz Perdenin Din Algısı*, Işık Yayınları, İstanbul 2012.
- Erdoğan, İ., *İletişimi Anlamak*, Erk Yay., Ankara 2005.
- _____, *İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş*, İmge Kitabevi, Ankara 1997.
- Ergül, H., Gökalp, E., Cangöz, İ., *'Medya Ne ki... Her Şey Yalan!' Kent Yoksullarının Günlük Yaşamında Medya*, İletişim Yayınları, İstanbul 2012.
- Ergül, H., *Televizyonda Haberin Magazinleşmesi*, İletişim Yayınları, İstanbul 2000.
- Erjem, Y., ve Çağlayandereli, M., 'Televizyon Ve Gençlik: Yerli Dizilerin Gençlerin Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi', *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(1), Mayıs 2006.
- Esslin, M., *TV Beyaz Camın Arkası*, Çev.: Murat Çiftkaya, Pınar Yay., İstanbul 1991.
- Giddens, A., *Sosyoloji*, Yay. Haz.: Hüseyin Özel, Cemal Güzel, Ayraç Yayınevi, Ankara 2000.
- Gülmez, E., *Televizyonun Kadınların Gündelik Yaşamlarına Etkisinin Sosyolojik Açıdan İncelenmesi: Elazığ Örneği*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ 2007.
- Günay, Ü., *Din Sosyolojisi*, İnsan Yayınları, İstanbul 2003.
- Hall, S., "Kültür, Medya ve İdeolojik Etki", *Medya, İktidar, İdeoloji*; Der. ve Çev.: Mehmet Küçük, Ark Yayınevi, Ankara 1994.
- İbni Haldun, *Mukaddime*, Çev. Z. Kadiri Ugan, 1. Cilt, M.E.B. Yay., İst. 1990.
- İmık, N., *2000-2005 Arası Türkiye'de Televizyon Dizilerinde Kullanılan Müziğin Genç İzleyicilere Etkileri*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ 2006.
- İnceoğlu, Y., *Medya ve Toplum*, Der Yayınları, İstanbul 1998.
- Karakoç, E., *Medya Aracılığıyla Popüler Kültürün Aktarılmasında Toplumsal Değişkenlerin Rolü*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2007.
- Karasar, N., *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2009.
- Kılıçcıoğlu, F. E., *Televizyon Ana Haberlerinin Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İrdelenmesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir 2009.

- Kırtepe, S. “Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkileri Sosyo-Kültürel Bir Çözümleme (Erzurum Örneği)”, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum 2014.
- Koçak, A., Televizyon İzleyici Davranışları Televizyon İzleyicilerinin Tercihleri ve Doyumları Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Ü. S.B.E. Konya 2001.
- Konukman, E. A., *Medya ve Kültür: Son Dönem Televizyon Dizilerinin Yaşam Tarzı Üzerindeki İmgeleri*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2006.
- Le Bon, G., *Kitleler Psikolojisi*, Hayat Yayınları, İstanbul 1997.
- McQuail, D., ve Windahl, S., *İletişim Modelleri -Kitle İletişim Çalışmalarında-*, Çev.: Konca Yumlu, İmge Kitabevi, Ankara 2005.
- MEB Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı, *Öğrencilerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları*, Ankara 2008.
- Michaud, Y., *Şiddet*, Çev. Cem Muhtaroglu, İletişim Yayınları, Tarihsiz.
- Mutlu, E., *Televizyon ve Toplum*, TRT Yayınları, Ankara 1999.
- Nirun, N., *Sistemik Sosyoloji Yönünden Sosyal Dinamik Bünye Analizi*, Atatürk Kültür Merkezi Yayını, Sayı: 56, Ankara 1991.
- Oktay, H. T., *Televizyon Dizilerinin Toplumun Milli ve Manevi Değerleri Açısından Değerlendirilmesi: Aşk-ı Memnu Dizisi Örneği*, (Uzmanlık Tezi), RTÜK, Ankara 2011.
- Oskay, Ü., XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım, Der yayınları, İstanbul 2002.
- Özkır, Y., “Medyanın Din Bilgisi”, Ed: Mete Çamdereli, Betül Önay Doğan, Nihal Kocabay Şener, *Medya ve Din*, Köprü Kitapları, İstanbul, 2014.
- Öztürk, H. E., *Çocuğun Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya 1999.
- RTÜK, *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*, 2012.
- Tanrıöver, H. U., *Türkiye’de Film Endüstrisinin Konumu ve Hedefleri*, İTO Yayınları, İstanbul 2010.
- Tavşancıl, E., ve Aslan, A. E., *İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*, Epsilon Yay., İstanbul 2001.
- Türkoğlu, N., *Toplumsal İletişim; İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara; Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar*, Urban, İstanbul 2010.
- Uçakan, M. “Düşünmek Zor Zenaat”, *Filmarası Aylık Sinema Dergisi*, Sayı: 26, Ekim 2012.
- Ülken, H. Z., *Sosyoloji Sözlüğü*, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul 1969.

Yılmaz, A., *Türkiye’de 1990 Sonrası Dönemde Özel Televizyon Yayıncılığı Bağlamında İzleyici-Televizyon İlişkisi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2009.

Elektronik Kaynaklar

- Akman, N., Nilgün Öneş (Senaryo yazarı) ile Yapılan Mülakat, <http://www.nuriyeakman.net/node/1688>; Erişim Tarihi: 29 Eylül 2011.
- Bushman, B. J. ve H., L. Rowell. ‘Short-term and Long-term Effects of Violent Media on Aggression in Children and Adults’, [Elektronik Erişim], Arch Pediatr Adolesc Med. 2006;160:348-352, 2006 *American Medical Association*, Downloaded from www.archpediatrics.com, on December 13, 2008, Erişim Tar. 21 Mart 2009.
- <http://www.diziler.com/video-izle/dirilis-ertugrul-11-bolum-fragmani-17444>, Erişim Tar: 28 Şubat 2015.
- <http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>; Erişim tarihi: 30 Ekim 2009.
- http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=2b63202a-4f60-4ab5-9204-b593263e32eb; Elektronik Erişim: 15 Şubat 2013.
- Işık F. ve Aslanalp D., Bülent Alkış (oyuncu) ile yapılan bir röportaj, <http://www.diziler.com/bulent-alkis-roportaji-12560-haber>, E. Tar.: 28 Şubat 2015.
- Kırtepe, S., Hüseyin Avni Danyal (oyuncu) ile 01 Mart 2012 tarihinde yapılan söyleşi.
- , Bora Ayanoğlu (oyuncu) ile 16 Ocak 2012 tarihinde yapılan görüşme.
- Mora, N., “Medya ve Kültürel Kimlik”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2008, 5:1, 3-4, <http://www.insanbilimleri.com>, Erişim tarihi: 25 Şubat 2012.
- RTÜK İzleyici Eğilimleri Araştırması-2 (Elektronik Sürüm). http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/DosyaIndir.aspx?icerik_id=0ff756b8-292d-4269-9dbc-2bbfe6782cf0; Erişim Tar. 15 Şubat 2009.
- Yurdakul, S. ve Üstün, G., ‘13 – 18 Yaş Ergenlerin Giysi Seçiminde Ebeveynlerin Etkisi’, BAHAR-2009 C.8 s. 28 (273-285) ISSN:1304-0278 SPRING-2009 V.8 N.28, www.esosder.org, *Electronic Journal of Social Sciences*, s. 275-276.