

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI**

**CEZA İNFAZ KURUMLARINDA BULUNAN TUTUKLU VE
HÜKÜMLÜLERİN GELENEKSEL MEDYA KULLANIM
BİÇİMLERİ (SAKARYA FERİZLİ L TİPİ KAPALI CEZA
İNFAZ KURUMU ÖRNEĞİ)**

Hülya KIRMIZI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ

EYLÜL - 2022

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

**CEZA İNFAZ KURUMLARINDA BULUNAN TUTUKLU VE
HÜKÜMLÜLERİN GELENEKSEL MEDYA KULLANIM
BİÇİMLERİ (SAKARYA FERİZLİ L TİPİ KAPALI CEZA
İNFAZ KURUMU ÖRNEĞİ)**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hülya KIRMIZI

Enstitü Anabilim Dalı: İletişim Bilimleri

“Bu tez 22/09/2022 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI
Doç. Dr. Tuğba AKDAL	Başarılı
Doç. Dr. Nesrin AKINCI ÇÖTOK	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☐

Hayır ☒

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Hülya KIRMIZI

22/09/2022

ÖNSÖZ

Toplumla iç içe fakat toplumun dışında gibi görülen ceza infaz kurumları birçok farklı yaşamı bünyesinde barındırmaktadır. Ülkemizin hemen her ilinde bulunan bu kurumlar bünyesinde geçmişleri, eğitim durumları, meslekleri veya yaşayış biçimleri birbirinden farklı olan birçok bireyi barındırmaktadır. Farklılıkların zenginlik olarak görülebileceği düşüncesi ile hak ve sorumluluk boyutunun vücut bulduğu ceza infaz kurumlarında kalmakta olan hükümlü ve tutukluların geleneksel medyayı hangi ölçüde kullandıkları belirlenmeye çalışılmış ve alt boyutları çeşitli değişkenlerle ilişkilendirilerek tartışılmıştır. Çalışmaya yalnızca adli suçlardan dolayı ceza infaz kurumunda kalmakta olan mahkûmlar dâhil edilmiştir. Diğer suçlardan kalmakta olan mahkûmlarla, çocuk mahkûmlar kapsama alanı dışında tutulmuştur. Araştırma sonunda önemli bulgulara ulaşılmış ve alana katkı sağlayıcı öneriler getirilmiştir. “Ceza İnfaz Kurumunda Kalmakta Olan Hükümlü ve Tutukluların Geleneksel Medyayı Kullanım Biçimleri” adlı tez çalışmasının yapılması için gerekli izinleri veren Adalet Bakanlığı Ceza ve Tevkif Evleri Genel Müdürlüğüne ve çalışmalarım sırasında bana her türlü desteği sağlayan, anlayışını esirgemeyen, her koşulda yanımda olan değerli danışmanım Dr. Öğr.Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Tez hazırlama sürecimde bana yardımcı olan başta Meryem CENGİZ olmak üzere Sakarya L Tipi Kapalı Ceza İnfaz Kurumu’nda çalışan tüm mesai arkadaşlarıma da ayrıca minnettarım. Yine Sakarya L Tipi Ceza İnfaz Kurumu’nda hükümlü/tutuklu olarak kalmakta olan ve benimle fikirlerini paylaşmayı kabul eden mahkûmlara da çok teşekkür ediyorum. Tez çalışmalarım süresince beni destekleyen ve cesaretlendiren başta annem ve babam olmak üzere tüm aileme ve yine bu süreçte yanımda olan, yardımlarını ve sabrını esirgemeyen Semra ERGENE ve Fatih ERLİCE’ye sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Hülya KIRMIZI
22/09/2022

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iii
TABLO LİSTESİ.....	iv
ŞEKİL LİSTESİ	ix
ÖZET	x
ABSTRACT	xi

GİRİŞ.....	1
------------	---

BÖLÜM 1: GELENEKSEL MEDYA KAVRAMI VE KAPSAMI.....	5
---	---

1.1. Kitle İletişim Kavramının Tanımlanması	5
1.2. Kitle İletişim Araçları	8
1.2.1. Yazılı İletişim	9
1.2.2. İşitsel İletişim	9
1.2.3. Görsel İletişim	10
1.3. Medya Kavramı ve Kapsamı	10
1.4. Medyanın İşlevleri	11
1.5. Geleneksel Medya ve Araçları	13
1.5.1. Televizyon	14
1.5.2. Radyo.....	18
1.5.3. Gazete-Dergi	20
1.5.4. Sinema	23
1.5.5. Telefon.....	24
1.6. Yeni Medya	26
1.7. Türkiye’de Medyanın Gelişimi	30
1.7.1. Geleneksel Medyanın Gelişimi	30
1.7.2. Yeni Medyanın Gelişimi	33
1.8. Literatür Taraması	36
1.9. Türkiye’de İzlenen Diziler, Dinlenen Radyo Programları ve Okunan Gazetelerin Özellikleri.....	36
1.10. Tutuklu ve Hükümlü Kavramları	39
1.10.1. Tutuklu Statüsü.....	39
1.10.2. Hükümlü Statüsü	40

BÖLÜM 2: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	42
2.1. Araştırmanın Modeli	42
2.1.1. Araştırmanın Hipotezleri	42
2.1.1.1. Araştırmanın Ana Hipotezi	42
2.1.1.2. Araştırmanın Alt Hipotezleri	43
2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	43
2.3. Araştırmanın Veri Toplama Araçları.....	43
2.4. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları.....	44
2.5. Verilerin Analizi	44
BÖLÜM 3: BULGULAR VE YORUM.....	45
3.1. Tanımlayıcı İstatistiklere İlişkin Bulgular	45
3.2. Cinsiyet Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler	50
3.3. Yaş Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler	59
3.4. Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler	68
3.5. Medeni Durum Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler	78
3.6. Cezaevindeki Durumunuz Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler.....	87
3.7. Tutuklu ve Hükümlü Kalınana Süreye Göre Yapılan İncelemeler.....	96
3.8. Hükümlü Olanların almış Oldukları Ceza Süresine Göre Yapılan İncelemeler....	106
SONUÇ	116
KAYNAKÇA.....	122
ÖZGEÇMİŞ	130

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
CGTİHK	: 5275 sayılı Ceza ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Kanun
CMK	: 5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu
dk.	: dakika
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi
m.	: madde
MOBİSAD	: Mobil İletişim Araçları ve Bilgi Teknolojileri İş Adamları Derneği
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
TC.	: Türkiye Cumhuriyeti
TCK	: 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TTTAŞ	: Telsiz - Telefon Türk Anonim Şirketi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TV	: Televizyon
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve diğerleri

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Demografik Özelliklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	45
Tablo 2: Katılımcıların Kendilerine Ayırdıkları Zamana İlişkin Frekans Dağılımları..	46
Tablo 3: Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türüne İlişkin Frekans Dağılımları	46
Tablo 4: TV İzleme ve Gece ve Gündüz Kuşağı İzlenen Yayınların Frekans Dağılımı	47
Tablo 5: Takip Edilen Dizilere İlişkin Frekans Dağılımı	47
Tablo 6: Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete Bölümlerine İlişkin Frekans Dağılımları	48
Tablo 7: Dinlenen Radyo Kanalı ve Dinlenen Radyo Program Türüne İlişkin Frekans Dağılımları	49
Tablo 8: Dinlenen Müzik Türüne İlişkin Dağılımlar	49
Tablo 9: Geleneksel Medya Araçları Kullanımının Size Katkıları Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplara İlişkin Frekans Dağılımları	50
Tablo 10: Cinsiyet ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	50
Tablo 11: Cinsiyet ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	51
Tablo 12: Cinsiyet ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	52
Tablo 13: Cinsiyet ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	53
Tablo 14: Cinsiyet ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkinin İncelenmesi	54
Tablo 15: Cinsiyet ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	55
Tablo 16: Cinsiyet ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkinin İncelenmesi	56
Tablo 17: Cinsiyet ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	57
Tablo 18: Cinsiyet ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	58
Tablo 19: Yaş ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	59

Tablo 20: Yaş ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	60
Tablo 21: Yaş ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	61
Tablo 22: Yaş ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	62
Tablo 23: Yaş ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi.....	63
Tablo 24: Yaş ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	64
Tablo 25: Yaş ile Dinlenen Radyo Kanalı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	65
Tablo 26: Yaş ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	66
Tablo 27: Yaş ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	67
Tablo 28: Eğitim Düzeyi ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	68
Tablo 29: Eğitim Düzeyi ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	69
Tablo 30: Eğitim Düzeyi ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	70
Tablo 31: Eğitim Düzeyi ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	71
Tablo 32: Eğitim Düzeyi ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi.....	72
Tablo 33: Eğitim Düzeyi ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	74
Tablo 34: Eğitim Düzeyi ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi.....	75
Tablo 35: Eğitim Düzeyi ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	76
Tablo 36: Eğitim Düzeyi ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	77
Tablo 37: Medeni Durum ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	78

Tablo 38: Medeni Durum ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	79
Tablo 39: Medeni Durum ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	80
Tablo 40: Medeni Durum ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	81
Tablo 41: Medeni Durum ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi.....	82
Tablo 42: Medeni Durum ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	83
Tablo 43: Medeni Durum ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi	84
Tablo 44: Medeni Durum ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	85
Tablo 45: Medeni Durum ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	86
Tablo 46: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	87
Tablo 47: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	88
Tablo 48: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	89
Tablo 49: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	90
Tablo 50: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi	91
Tablo 51: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	92
Tablo 52: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi	93
Tablo 53: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	94
Tablo 54: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	95

Tablo 55: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	96
Tablo 56: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	97
Tablo 57: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	98
Tablo 58: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Takip Edilen Dizi ile Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	99
Tablo 59: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgili Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi	100
Tablo 60: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	102
Tablo 61: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi.....	103
Tablo 62: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	104
Tablo 63: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	105
Tablo 64: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	106
Tablo 65: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	107
Tablo 66: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	108
Tablo 67: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	109
Tablo 68: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgili Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi.....	110
Tablo 69: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	112

Tablo 70: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi.....	113
Tablo 71: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	114
Tablo 72: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	115



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Türkiye’de Hafta İçi Günlük Ortalama Televizyon İzleme Oranları (2018)....	17
Şekil 2: Türkiye’de Yıllara Göre Günlük Ortalama Televizyon İzleme Süresi (2018) .	17
Şekil 3: İletişim Araçlarıyla Akıllı Telefona Giden Yol.....	26
Şekil 4: Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri – 2021.....	35
Şekil 5: Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri Yıllık Değişim.....	35
Şekil 6: Araştırma Modeli.....	42



ÖZET	
Başlık: Cezaevinde Bulunan Tutuklu ve Hükümlülerin Geleneksel Medyayı Kullanım Biçimleri (Sakarya L Tipi Kapalı Ceza İnfaz Kurumu Örneği)	
Yazar: Hülya KIRMIZI	
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ	
Kabul Tarihi: 22/09/2022	Sayfa Sayısı: xi (ön kısım) + 130 (ana kısım)
Bu çalışmada cezaevinde bulunan tutuklu ve hükümlülerin geleneksel medyayı kullanım biçimleri araştırılmıştır. Çalışmanın amacı cezaevinde bulunan tutuklu ve hükümlülerin geleneksel medyayı kullanım biçimlerini tespit etmektir. Alanyazında konuyla ilgili yapılan araştırmaların kısıtlı olması bu çalışmanın önemini arttırmaktadır. Çalışma, nicel bir çalışma olup, genel tarama modelinde tasarlanmış ve uygulanmıştır. Araştırmanın evrenini Sakarya ilinde bulunan Ferizli L Tipi kapalı ceza infaz kurumunda yer alan tutuklu ve hükümlüler oluşturmaktadır. Örneklem ise evrende yer alan 50 kadın ve 50 erkekten olmak üzere 100 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan veri toplama aracı yazar tarafından yapılan literatür taraması sonucunda oluşturulmuştur. Veri toplama aracı 2 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde 6 sorunun yer aldığı demografik bilgiler formu yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanım alışkanlıklarını tespit etmek için oluşturulan 13 soru yer almaktadır. Yapılan bu araştırmada kategorik değişkenler için frekans ve yüzde değerleri hesaplanmış ve raporlanmıştır. Tüm analizler SPSS 23 programı ile yapılmıştır. Araştırma sonunda, katılımcıların %46'sının günde 4-7 saat ve %36'sında günde 1-3 saat TV izlediği tespit edilmiştir. Katılımcıların gündüz kuşağında izledikleri yayınların dağılımı incelendiğinde, %59'unun haber bülteni, %28'inin dizi ve %20'sinin yarışma izlediği tespit edilmiştir. Gece kuşağında izlenen yayın türleri dağılımları incelendiğinde, %52'sinin dizi, %37'sinin haber bülteni, %19'unun tartışma programı izlediği tespit edilmiştir. Katılımcıların önemli bir oranı geleneksel medya araçlarının kendilerine birçok açıdan yarar sağladığı düşüncesindedir. Buna karşın kişisel gelişim ve gündemden haberdar olmak için kullanıcıların oranı da yüksek bulunmuştur. Radyonun en sık tercih edilen kitle iletişim aracı olduğu görülmektedir.	
Anahtar Kelimeler: Geleneksel Medya, Televizyon, Radyo, Gazete, Cezaevi	

ABSTRACT	
Title of Thesis: Title of Thesis: Traditional Media Usage Patterns of Convicts and Detainees in Prison (Sakarya L Type Closed Penal Institution Example)	
Author of Thesis: Hülya KIRMIZI	
Supervisor: Assist. Prof. Dr. Mustafa ÖZUNÇ	
Accepted Date: 22/09/2022	Number of Pages: xi (pre text) + 130 (main body)
In this study, the use of traditional media by detainees and convicts in prison was investigated. The aim of the study is to determine the use of traditional media by prisoners and convicts in prison. The limited number of studies on the subject in the literature increases the importance of this study. The study is a quantitative study, designed and implemented in the general survey model. The universe of the research consists of the detainees and convicts in the Ferizli L Type closed penal institution in the province of Sakarya. The sample consists of 100 participants, 50 women and 50 men in the universe. The data collection tool used in the research was created by the author as a result of the literature review. The data collection tool consists of 2 parts. In the first part, there is a demographic information form with 6 questions. In the second part, there are 13 questions created to determine the participants' habits of using traditional media tools. In this study, frequency and percentage values for categorical variables were calculated and reported. All analyzes were done with SPSS 23 program. At the end of the research, it was determined that 46% of the participants watch TV 4-7 hours a day and 36% watch TV 1-3 hours a day. When the distribution of the broadcasts watched by the participants in the daytime is examined, it has been determined that 59% watch the news bulletin, 28% watch the TV series and 20% watch the competition. When the distribution of the types of broadcasts watched in the night zone is examined, it was determined that 52% watched TV series, 37% watched news bulletins and 19% watched discussion programs. A significant proportion of the participants think that traditional media tools benefit them in many ways. On the other hand, the rate of users for personal development and being aware of the agenda was also found to be high. It is seen that the radio is the most preferred mass communication tool.	
Keywords: Traditional Media, Television, Radio, Newspaper, Prison	

GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insan, sosyalleşebilmek için iletişime ihtiyaç duymaktadır. İletişim, insanoğlunun var olmasının ön koşullarından biri olarak kabul edilmektedir. Tarihsel süreç içinde iletişim araçları, kanalları veya unsurları çeşitlenerek farklılık göstermiştir. İletişimdeki temel unsurlar olan “gönderici, alıcı, ileti, kanal, dönüt ve şifre” insanlık tarihinde çeşitli suret ve formlarda gündeme gelmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle beraber yeni iletişim teknolojilerinin de ortaya çıktığı, bu durumun iletişimin temel unsurlarının özünü koruyarak değiştiği görülmektedir (Kılıç, 2019: 228).

Araştırmanın Konusu

Kitle iletişim araçları, temelde iletileri kitlesel ürüne dönüştürerek kitlelere ulaştırma görevi görmektedir. Basımcılıkla beraber evrenin hatta yaradılışın anlamlandırılmasına bile yeni bir boyutun geldiğini söylemek gerekir. Elektronik teknolojisinin iletişimde kullanılmaya başlaması ile önce radyo ardından televizyon sayesinde olayların yaşandığı yere çok uzakta yaşayan insanların aynı anda aynı şeyleri izleyebilmeleri mümkün hale gelmiştir (Kars, 2010: 70).

Hedef kitlesinin izleyici, okuyucu ve dinleyici olduğu, tek yönlü bir iletişim kanalına sahip, hedef olan kitlesini edilgen bir durum içine sokan ve gazete, dergi, televizyon ve radyo olarak tanımlanan geleneksel medya araçlarının, rekabetçi ve uzun soluklu bir sistemin ürünleri olarak ortaya çıktıklarını söylemek mümkündür (Bulunmaz, 2015: 323). Geleneksel medya denildiğinde de akla ilk gazete, televizyon ve sinema gelmektedir. Temel yapı açısından farklılıkları olan yeni medya yayın şeklinin sosyal medya kanallarını genellikle masrafsız ve herkes tarafından ulaşabilen bir erişim ağı sağlamaktadır. Geleneksel medya enformasyonun yayımlanması için belli kaynaklara gereksinim duyulurken ve belirli bir perspektiften bilgi aktarımı yapılırken sosyal medyanın kolay ve yatırım yapmayı gerektirmeyen yapısı önemli bir ayrıntıdır (Ergin, 2015: 8). Bu bilgilerden hareketle araştırmanın temel konusu geleneksel medya araçları olarak belirlenmiştir.

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin artmasıyla birlikte, kitle iletişim araçları toplumları yönetmek, yönlendirmek ve kontrol altında tutmak için adeta bir silah olarak

kullanılmıştır. Toplumların savaşlara destek vermesinden, kitlelerin neyi tüketeceklerine ve hatta neyi nasıl düşüneceklerine kadar toplumsal düzene ait birçok unsur kitle iletişim araçları tarafından belirlenmektedir (Ünür, 2016: 154).

Araştırmanın Önemi

Kitle iletişim araçlarıyla bilgi ve haber verilmektedir. Bireyler kendi ülkelerinde ve dünyada yaşanan gelişmelerle ilgili bilgi alma, anlama ya da eğlenme gibi sebeplerle kitle iletişim araçlarına gereksinim duymaktadırlar. Topluma aktarılan bilgi ve haberlerin gerçekçi ve tarafsız bir nitelik taşıma ölçüsü ile doğru orantılı olarak yararlı olabilmektedir. Böylece yaşanan gelişmelere karşı iletişim kurularak, ulusal/uluslararası durumların anlaşılması ve bilerek tepki verilmesi sağlanabilmektedir. Radyoların, gazetelerin, televizyon ve internetin haber amaçlı verdikleri bilgiler bu işleve örnek olarak verilebilir. Bireyler, “kitle iletişim araçları”nın katkıları ile oluşan toplumun bir parçasıdırlar. Toplumla ilgili genel değer ve bilgiler edinme ve yaşadıkları toplumun bir parçasına gelme konusunda bu araçlar, bireylerin alacakları kararlarında önemli yer tutmaktadır. Kitle iletişim araçlarının gönderdiği iletiler bireyin kararını etkilediği gibi, toplumun da genel kanaatlerini etkilemektedir. İletiler, uyarıcılardır ve toplumun gelişmelere bakış açısını güçlü biçimde etkileyerek değiştirebilirler (Kılıç, 2014: 30).

Televizyon, radyo, dergi, gazete, sinema, bilgisayar, internet, telefon ve medya gibi iletişimin gerçekleşebilmesi, olay ve haberlerin yayılmasını sağlayan araçlar “kitle iletişim araçları” olarak ifade edilmektedir. Kitle iletişim araçlarının, sosyal, ekonomik, kültürel, siyasi, moda, eğlence, spor, magazin, haber, sağlık ve gündem gibi birçok konuda toplumları ilgilendiren güç unsuru olduğunu söylemek mümkündür. İnsanlar ve toplumların birbirlerinden haber alması, iletişim kurması, bilgi edinmesi, sosyalleşmelerinin sağlanması, toplumsal sorunların üzerinde tartışmak ve çözüm sunmak gibi amaç ve hedeflerle “kitle iletişim araçları” kullanılmaktadır. Bu nedenle “kitle iletişim araçları” için toplumun her kesimine aynı zamanda ve aynı anda ulaşan ihtiyaç ve alışkanlığa dönüştüğünü söylemek mümkündür (Demircan, 2019: 23).

Televizyon ile birlikte kitle iletişimi veya iletişim sürecini farklı bir çerçevede değerlendirmek mümkündür. Geleneksel iletişim öngörülerinde, bireyin televizyonla iletişim sürecinde “izleyici”ye dönüştüğü, izleyicinin televizyonla iletişiminde,

“iletiler” in hem kaynak hem de alıcı durumuna geldiği belirtilmektedir. Bu süreç içinde ileti döngüsü ile iletinin alımlanması sürecin anları olarak ifade edilmektedir. Televizyon programları açısından iletişim ve bu programların alımı/tüketimi bu şekilde, üretim sürecinde birer “anı” olarak gündeme gelmektedir. Burada televizyon iletisinin üretimiyle tüketimin aynı olduğu gibi bir sonucun da çıkabildiğini söylemek gerekir. Bu sonucun tamamıyla doğru olmadığı görülmektedir (Erdoğan, 2009: 28-29).

Araştırmanın Amacı

Gazete, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarının tek yönlü olduğu görülmektedir. Kitle iletişimi, uzmanlaşmış grupların heterojen, geniş ve farklılaşmış izleyicilere, okuyuculara ve dinleyicilere sembolik içerik yaymak üzere teknolojik aygıtları (radyo, yazılı basın, televizyon, sinema vb.) hizmete giren kurum ve tekniklerden meydana gelmektedir (McQuail ve Windahl, 2005: 9). Geleneksel kitle iletişim araçlarının tümüyle tek yönlü araçlar olmadığını söylemek gerekir. Geleneksel medya süreçlerinde de etkileşimin söz konusu olduğu görülmektedir. Nitekim kitle iletişiminde gazetelerin satış rakamları, televizyon kanallarının izlenme oranları, stüdyo izleyicileri, deneme yayınları, izleyici ve/veya okuyucu araştırmaları, editöre mektuplar ve telefonlar birer etkileşim sürecini ifade etmektedir. Ancak geleneksel medya ortamında iletişim kurulan kişiler, pasif anlamda iletiyi alan durumda ya da kişilerin iletişim sürecine müdahalesiyle sınırlıdır. Çıkan bir haberle ilgili olarak okuyucular; düşüncelerini veya hatalı gördükleri yerleri gazete veya televizyon, telefon ve mektup aracılığıyla ulaştırabilmektedirler. Buna karşın bu durum, yeni medyadaki gibi doğrudan ve hızlı değildir. Araca ulaşabilmek için bir başka araca ihtiyaç duyulmamaktadır (Mutlu, 2011: 58).

Araştırmanın Yöntemi

Geleneksel medyanın etkisi artık giderek zayıflamakta ve yeni medya araçları devreye girmektedir. Her iki medyanın da insanları bilgilendirmek, eğlendirmek ve kamuoyuna duyurmak gibi ortak amaçları vardır. Araştırmada cezaevinde bulunan hükümlü ve tutukluların medya ile ilişkileri geleneksel medya çerçevesinde incelenmiştir. Alanyazı incelendiğinde cezaevinde bulunan tutuklu ve hükümlülerle yürütülen çalışmalarda geleneksel medya kullanım biçimlerinin incelendiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu anlamda çalışmanın özgün olduğu söylenebilir.

Çalışmada cezaevinde bulunan tutuklu ve hükümlülerin geleneksel medyayı kullanım biçimlerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma, Sakarya ilinde bulunan Ferizli L Tipi Kapalı cezaevinde yer alan tutuklu ve hükümlülerle yürütülmüştür.



BÖLÜM 1: GELENEKSEL MEDYA KAVRAMI VE KAPSAMI

Sosyalleşme ve toplumsal anlamda var olmak ve bu ortaklığın devamlılığı için kitle iletişim araçlarının gerekliliği söz konusudur. Kitle iletişim araçları zaman içinde toplumda ortak ihtiyaç ve alışkanlıklara dönüşmektedir. Bu durum da toplumda çeşitli taleplerin oluşmasına sebep olmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde kitle iletişim araçları, geleneksel medya ve yeni medya kavramları üzerinde durulacaktır.

1.1. Kitle İletişim Kavramının Tanımlanması

Kitle, İnsan topluluğudur. Kitle, Çok sayıda insanın bir araya gelmesinden oluşan toplumsal gruba verilen ada denir. Kitle; Bireylerin bir araya gelmesiyle oluşturdukları sosyal topluluklardır. Hem bireyleri hem de sosyal tabakaları temsil eder. Kitle, Belli bir sınıf, ırk, cinsiyet, gibi kişiye özel ayırım yapılmadan hedeflenen değerleri gerçekleştirmek için bir araya gelmiş geniş halk topluluklarıdır (Kılıç, 2014: 22).

İletişim kelimesi Latince kökenli olup; “communication” kelimesine karşılık kullanılmaktadır. Latince “commun” kelimesi; topluluk, halk kökünden türetilmiştir. “Communication” ise düşünce ve bilgilerin değiş tokuşu demektir. İletişim ile kitle iletişim bilgi ve mesaj alışveriş etkinliği şeklinde ifade edilmektedir (Türkoğlu, 2010: 19-20). İletişim, bir kişi ya da gruptan diğerine sözel veya kitle iletişim araçlarıyla enformasyon aktarılması (Giddens, 2008: 631) olarak tanımlanmaktadır. İletişim; zamanla birlikte gelişmekte ve sürekli değişmektedir. Kitle iletişiminde "kitle" kavramı izleyici, dinleyici, okuyucu ya da seyircinin siyasal, sosyal ve ekonomik bakımdan bir ayrıma tabi tutulmadan oluşan toplulukları ima eder. Bir diğer ifadeyle kitle; sayısal anlamda çokluğu, sınıfsal anlamda belirsizliği ifade eder (Kılıç, 2014: 25).

Küreselleşen dünyada bireylerin her bilgiye kısa zamanda ulaşma imkânı buldukları görülmektedir. İletişimin kiteselleşmesiyle birlikte bilgiye ulaşmanın da kolaylaştığı görülmektedir. Kitle iletişimi, kitlesel niteliği olan televizyon, radyo, gazete, sinema ve internet gibi araçlarla gerçekleştirilen iletişimi ifade etmektedir (Dilber, 2014: 60). Bu noktada kitle iletişimi konusuna kavramsal olarak değinmekte yarar vardır. Kitle iletişimi diğer iletişim çeşitlerinden teknolojik araçlar kullanıldığı ve mevcut izleyici kitlesine ulaşıldığı gerekçeleriyle ayrılmaktadır. Sayısız kişiye ulaşabildiği görülen kitle iletişimi kitle iletişim araçları ile sağlanmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişiminde geniş

izleyici kitlesine, kitle iletişim araçlarıyla ulaşılmaktadır. Bu durumda kitle iletişim, bilgilendirme, eğlendirme ya da reklamlarda görüldüğü gibi ikna etme gibi amaçlarla mesajların iletildiği bir süreç (Erdoğan, 2009: 9) olarak ifade edilmektedir.

Kitle iletişiminin temel özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Mutlu 1992: 47):

1. “Kitle iletişiminde “izler kitle” genişir. “İzler kitle” belirli toplumsal kümelerden gelen, çeşitli ve değişik nitelikleri olan insanlardan meydana gelen ayrı türden bir topluluğu ifade etmektedir.
2. “İzler kitle” kimliksiz bir topluluğu ifade etmektedir; kısaca izler kitle üyesiyle iletişimcinin birbirlerini kişisel anlamda tanımadıkları görülür.
3. Kitle iletişimi kamusal olarak değerlendirilir; bu da içeriğinin herkese açık olması anlamına gelir.
4. Kitle iletişim araçlarıyla kaynaktan uzakta olan, birbirinden ayrı konumlanmış insanların aynı zamanda ilişki kurabilmeleri sağlanır,
5. Kitle iletişiminin karmaşık biçimsel kurumları gerektirdiği görülür,
6. İletişimci ile “izler kitle” arasında kurulan ilişkide izler kitlenin bireysel tanışıklığı bulunmayan, profesyonel iletişimci bireyler aracılığıyla kurulur,
7. İletişim geri döndürülmez olarak tek yönlü ve izler kitlenin hemen anında cevaplama olasılığı fiilen dışlanmaktadır, Böylece iletişim sisteminde gönderici ile alıcının arasında keskin bir kutuplaşmadan bahsetmek mümkündür,
8. Kitle iletişim araçlarında ürünler hem fiziki olarak hem de maliyet olarak oldukça düşüktür. Bu nedenle halkın büyük çoğunluğu için kolaylıkla elde edilebilir.”

Özetle kitle iletişim araçlarını; “kitlesele bir boyutta ileti dağıtabilen araçlar” şeklinde tanımlamak mümkündür. Bilgi ve haber verme başta gelmek üzere, eğlendirmek ve eğitmek gibi amaçları olan, belli bir kitleye sahip, belli aralıklar ya da sürekli olarak ulaşılan araçlar (Doruk, 2018: 23) olarak da ifade edilebilir.

Kitle iletişimin birinci aktörü göndericidir. Kitle iletişim süreci gönderenle başlar. Gönderen duruma göre siyasetçi, bilim adamı, yönetici, işveren, gazeteci, programcı, sunucu, vb. değişik aktörler olabilir. İletişimi başlatan aktörler genelde egemen sınıflardır. Göndericiler istekleri doğrultusunda, yetki ya da imkanlarını kullanarak iletişim araçları kanalıyla iletiyi göndererek kitleler üzerinde etkili olmaya çalışırlar.

Kitle iletişimde kullanılan başlıca araçlar; dil, posta, telgraf, telefon, faks, gazete, radyo, televizyon ve internettir. Kitle iletişiminin ürettiği iletiye mesaj denir. Mesaj; söylenen bir söz, yazılan bir makale olabileceği gibi, kitlelere aktarılan bir program ya da bir haber de olabilir. Gerçek anlamıyla mesaj, bir amacın çok iyi tasarlanıp belli bir şekilde getirildikten sonra kitleye iletmeye hazır yazılı, sözlü ya da görsel pakettir. Dil bilimciler buna "metin" diyorlar. Egemen güç, bu metni kendi amaçları doğrultusunda, değişik iletişim araçları aracılığıyla kitlelere mesajlar (Kılıç, 2014: 25).

Kitle iletişim araçlarıyla, kişilerin günlük yaşamlarıyla ilgili oldukları neredeyse her konuda bilgi alma, öğrenme ve öğrendikleri konularda inceleme, yorum ve eleştiri yapma hakkı bireylere sağlanmaktadır. Bunun yanında bireylere ve topluma yaşanan olayların duyurulması bir gerekliliktir. Söz konusu duyurma işlevi de kitle iletişim araçlarıyla mümkündür. Gazete, dergi ve kitap gibi yazılı basım araçlarıyla işitsel araçlar olan sinema ve radyo, sesli/görüntülü video filmler, televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçları sayesinde mesaj aktarımı yapılmaktadır. Kitle iletişim araçları, haber ve bilgi aktarmasının yanı sıra birey ve toplum yapısında bazı davranış değişikliklerine de sebebiyet vermektedir. İnsanlara yeni yaşam modellerinin sunulması, yeni duygu, beklenti, düşünce, değer, inanç, eylem ve tutumların oluşmasına katkı sağlamaktadır (Dilber, 2014: 60).

Kitle iletişim araçları, bugünün dünyasında insanların hayatlarına yoğun bir şekilde girmiştir. Bu nedenle toplumsal değişimdeki önemli dinamiklerin arasında sayılmaktadır. Hızlı değişen teknolojiyle birlikte, kitle iletişim araçlarının da değişerek gelişmesi söz konusudur. Bu durum da hayatın her alanında etkinliğinin artmasına ve hayatın vazgeçilemez bir parçası olmasına yol açmıştır. “Enformasyon çağı” şeklinde ifade edilen bugünün dünyası, kitle iletişim araçlarıyla enformasyonun insanlara ulaştırılması ve bunun insanlar tarafından kullanılması önemli bir hal almıştır. Ancak bu önemliliğin her şeyin öncesinde ortamdaki yaşananlardan haberdar olmayı gerektirdiğini de belirtmek gerekir. Bugünün en yaygın ve kolay haber verme araçları olan kitle iletişim araçları; her düzeydeki kültürel ürün, bilgi ve düşüncenin tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar geniş bir kitleye (Dilber, 2014: 60) ulaşılır olmuştur.

Kitle iletişim araçlarının toplum genelinde üstlendiği fonksiyonların aynı olduğu görülmekle beraber, birbirlerine göre etkin olduğu değişik zaman ve yerler vardır.

Bunlardan biri yazılı araçlardır. Özellikle gazete, bireye dilemiş olduğu hızda ilerleme, materyale de istendiği kadar sunma, istenen uzunlukta ele alma imkanı sunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının dünyada ve toplumda yaşanan şartlar ve olaylar konusunda bilgi verme ve güç ilişkilerini işaret etme, yenilik, ilerleme ve uyumu kolaylaştırdığı (Kalender, 2005: 106-108) görülmektedir.

Bu bilgilerden hareketle, kitle iletişim araçlarının temeldeki etki alanlarını 4 başlık altında özetlemek mümkündür (Kılıç, 2014: 33):

1. “Birey veya grup düzeyinde insanların etkilenmesini sağlamaktadır.
2. Bireylerle ilgili faaliyetleri olan sosyal kurum/kuruluş olarak etkilemektedir.
3. Yoğun kalabalıkların oluşturmuş olduğu kitle düzeyinde etkilemektedir.
4. Toplum içinde geliştiği görülen kültür düzeyinde kişi ya da kitleleri etkilemektedir.”

Kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler ihtiyaçtan doğmuştur. Daha net bir ifadeyle ilk zamanlarda birey hayatı boyunca birkaç kişi ile iletişim kurabilirken, sonradan sanayinin gelişmesiyle paralel bir şekilde kentleşme gündeme gelmiştir. Kentleşmede insanları zorunlu olarak bir araya getirmiştir. Birlikte çalışmaya, eğlenmeye ve sosyal etkinliklerde bulunmaya başlamışlardır. Bunun neticesinde bireyin her gün yüzlerce insan ile diyalog kurma ihtiyacı hissettiği görülmektedir. İnsanın artan oranlarda karşılaşmış olduğu bu iletişim sıkıntılarının giderilmesi için iletişim, kitle iletişime dönüşmüştür. İnsanların gelişimine paralel bir şekilde teknolojinin de gelişmesi ve kitle iletişim araçlarının elektronikleşmesi ile beraber, geniş kitlelerle hızlı ve kolaylıkla iletişim kurulabilir hale gelmiştir. Bugün kitle iletişim araçları sayesinde dünyanın her yerinde her an fazla çaba harcamaksızın iletişim kurma fırsatı vardır.

1.2. Kitle İletişim Araçları

İnsanların sosyal yaşama geçiş süreci içinde ilk iletişim aracının mağara duvarlarına çizilmiş olan resimlerle oluşturdukları görülmektedir. Daha sonra papirüs kağıda yazılmış hiyerogliflerle değişen koşullar, artan gereksinimler, içinde yaşanan coğrafi ve ekonomik süreçler çerçevesinde telgraf, radyo, gazete ve televizyon gibi araçların insanların hayatına girdiği görülmektedir (Törenli, 2005:7). Bugün sayısallaşmayla birlikte iletişim ağlarında görülen dönüşümün eski yeni ayrımında önemli noktaya

getirdiği görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının temelde üç grupta değerlendirildiği görülmektedir (Aytekin, 2016: 87; Oğuz, 2000: 29; Tokgöz, 2003: 104):

1.2.1. Yazılı İletişim

Toplumun yönlendirilmesini sağlayan en etkili medya araçlarından biri yazılı medyadır. Yazılı medyanın bugün hala toplum üzerinde olan etkisini sürdürdüğü görülmektedir. Özellikle de gelişme sürecindeki ve az gelişmiş olan ülkelerde yazılı basının etkisinin güçlü olduğunu belirtmek gerekir. Yazılı medya araçlarının günlük, haftalık, aylık, iki ve üç aylık gibi farklı periyotlar ile basılan süreli medya araçları (Aytekin, 2016: 87) olarak tanımlamak mümkündür.

Yazılı medya, dergi ve gazeteyi de kapsayan kitle iletişim araçlarından oluşur. En önemli işleviyse haber vermektir. Yazılı medyanın en önemli avantajı kayıt altına alınması ve ihtiyaç durumunda tekrar ulaşılabilesidir. Kısaca, yazılı medya bir belge olarak saklanabilmekte ve arşivlenebilmektedir. Verilere erişim konusunda önemli bir imkan vermektedir. Hız anlamında televizyon ve radyoya göre, daha ayrıntılı olarak okuyucuya ulaşmaktadır. Erişim hızı konusunda televizyon ve radyoya göre daha yavaş olması karşısında zamanın daha elverişli kullanıldığı daha kapsamlı haberler sunmaktadır. Bu sebeple yazılı basın, ekonomik koşulları izin verdiği derece sayfa sayılarında artırmaya gitme olanağı olduğu zaman daha fazla haber malzemesine yer verebilmektedir. Böylelikle diğer mecralara nazaran önemli bir avantaj (Tokgöz, 2003: 104) elde etmektedir.

1.2.2. İşitsel İletişim

İşitsel iletişim radyodan oluşmaktadır. Radyo sesin iletişim gücünün üzerine kurulmuştur. Taşınabilir olması sebebiyle hayatın her alanına nüfuz ettiği görülen radyo kitle iletişim araçlarının arasında en maliyetli en kullanışlı ve en eşitçi olandır (Aydede, 2004: 39). 1920'li yıllardan başlayarak 1950'lere kadar en popüler iletişim aracı olan radyo sonrasında yerini televizyona bırakmıştır.

Televizyon ve radyo hem işitsel hem de görsel medyanın iki temel aracıdır. İşitsel ve görsel medyadaki kitle iletişim araçlarının toplumu bilgilendirdiği görülmektedir. Haber verme özelliği kullanıldığı görülürken bazı süreçler (haberdar olma, bilişsel ihtiyaç,

hoşça vakit geçirmek) içinde işlevlerini gerçekleştirmektedir (Yılmaz, 2020: 11). Konu, geleneksel medya araçlarında daha kapsamlı olarak ele alınmıştır.

1.2.3. Görsel İletişim

Görsel iletişim, insanoğlunun var olduğu zamandan bu zamana kadar en önemli iletişim biçimlerinden biridir. Bugün en etkin iletişim biçimidir ve insanların hayatını yönlendirdiği görülmektedir. Görsel medya araçlarını “televizyon, internet ve sinema” şeklinde sıralamak mümkündür (Oğuz, 2000: 29). Bu konu geleneksel medya araçları konusunda detaylı olarak ele alınmıştır.

1.3. Medya Kavramı ve Kapsamı

Medya kökeni Latince'dir. “Halka, kamuoyuna ait olan” anlamındaki “medium, mediae” sözcüklerinden gelmiştir. Ses, yazı ya da görüntü aracılığı ile iletişim kurulmasını sağlayan “yazılı basın (dergi ve gazete) elektronik basın (televizyon, radyo, film ve sinema) ile hypermedia, sinevizyon, mültivizyon, bilgisayar, internet, video, tele-foto, kitap, radyofoto, frekans planlaması, lifaks, telefon, faks ve telekomünikasyon uydusu” gibi kitle iletişim araçlarının hepsine medya (Bülbül, 2000: 1-2) adı verilmektedir.

1990’lardan sonra özel radyo ve televizyonlar kurulmuş ve zamanla yayılmıştır. Daha önceden basın-yayın olan sektör artık medya şeklinde ifade edilmeye başlanmıştır. Medyanın, yazılı, görüntülü ve sözlü basını tanımlayan işlevleri vardır (İspirli, 2000: 11-12) Türkiye’de kitle iletişim araçlarının yerine söyleme kolaylığı ile yapısal değişiklikler sebebiyle İngilizce’deki “Mass Media”; yani medya olarak kısaltıldığı görülmektedir (Aytekin, 2016: 30).

Medya etkisinin zamanla genişlemesi ve insan hayatının neredeyse her alanına girmesi birey ile toplum üzerindeki etkisinin de artmasını sağlamıştır. Bugün medya, yeniden üreterek; şekillendiren, karar veren, kontrol eden, yöneten, toplumsal ve siyasal olayları çerçeveleyerek egemen hale getiren güçlü bir araç olmuştur. Ekonomik, sosyo-kültürel gelişmelerle oluşturulan sistemler ve kuramlar aracılığıyla farklı bir yapıya dönüşmüştür. Haberleşmeye olan ihtiyacın gittikçe artmasına bağlı bir şekilde hedef kitleye daha fazla tüketebileceği mecra ve alanlar için alternatif bulma arayışları başlamıştır. Böylelikle arz-talep kapsamında sistemin kendi döngüsünü çevirdiğini söylemek mümkündür. Medya organlarının öncelikli olarak halkın haber alması

konusunda sorumlu olduklarını belirtmek gerekir. Bunun gerçekleştirilme aşamasında de etik kurallara uymalıdır. Ayrıca bireysel ideoloji ya da şekillendirilmek istenen fikri değil mevcut durumu objektif olarak aktarması gerekmektedir. Çünkü bireylerin en temel hak ve özgürlüğü haber almaktır. Haberle de medya yani kitle iletişim araçları aracılığı ile (Nuran, 2015: 5) alınmaktadır.

Medya, bir anlamda toplumun özelliklerini geri yansıtan bir ayna görevi görmektedir. Genel olarak yansıtma işinin kendi toplumlarındaki insanların ne(leri) görmeyi istedikleri aktararak başka bir ifadeyle değiştirilerek ve/veya cezalandırma ya da basım altına alma istekleriyle yapıldığı görülmektedir. Medyanın, toplumsal denetim sağlamasındaki gibi sosyal değişimin de temel araçlarından biri olduğu görülen bir iktidar ve güç kaynağı olduğunu söylemek mümkündür. Toplumsal hayatta medyanın artık boş zamanlarda da oldukça etkin ve eğlendirme aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Bunun yanında medyanın, toplum gündemini oluşturarak aktardığını da belirtmek gerekir (Turam, 1994: 48).

1.4. Medyanın İşlevleri

Kitle iletişim araçlarının birey ve toplum için önemli bazı işlevleri olduğu görülmektedir. Bu işlevleri farklı açılardan sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırmalardan yaygın kullanılanı; bireysel ve toplumsal olma olarak sınıflandırılmıştır. Toplumsal işlevlerini de kendi içinde beş başlıkta incelemek mümkündür (Güz, 2005: 12-13):

1. “Dünya genelinde ve toplumda yaşanan gelişme ve olaylarla ilişkili bilgi sağlamak, güç ilişkilerini göstermek, uyum, ilerleme ve yeniliği kolaylaştırmanın bulunduğu enformasyondur.
2. Enformasyon ve olayların anlamının açıklanması ve yorumlanması, kurulu otoriteyle sosyal normlar için sosyal destek ve sosyalizasyonun sağlanması, ayrı faaliyetlerin koordinasyonu, paylaşım oluşturmak ve öncelikli olarak belirli görel statüleri düzenlemelerin yapıldığı korelasyon ile kısaca bağlantıdır.
3. Hakim kültürünün ifade edilmesi, alt kültürleriyle yeni kültürel gelişmelerin tanınması, değerlerin yaygınlığının ilerletilmesi ve sürdürmenin olduğu devamlılıktır.

4. Zevk, rahatlama ve oyalanma aracı olması, sosyal tansiyonun düşürülmesinin yer aldığı eğlence olarak ifade edilmektedir. Siyaset, ekonomik gelişme, savaş ve kimi zaman da din ekseninde toplumsal amaçlar için savaşıma anlamını taşıyan seferberliktir.”

Bununla birlikte, insanların boş zamanlarını değerlendirebilmeleri ve eğlenebilmeleri için de çeşitli alternatifler sunduğunu da belirtmek gerekir (Işık, 2000: 69). Medya araçlarından televizyonun bu anlamdaki etkisi yadsınamaz. Televizyon özellikle, alt ve orta gelir grubundaki insanlar için temel eğlence aracıdır. Farklı formatlar ve farklı sunma biçimleriyle hazırlanan bazı programların televizyonun bu özelliğiyle bireylere ulaşıldığı görülmektedir (Çakır, 2005: 56).

İnsanların bilgilenmesini sağlayan ve sosyalleştiren medya bazı konulara ortak bilinç oluşturarak; gündemi belirlemektedir. Böylece ortak bilincin oluşması sağlanmaktadır. Medya bazı haber konularını seçerken ve bu konuları aktarırken, izleyicilerin bu konuları önemseme düzeylerini de belirlemektedir. Medya araçları içeriği, insanların ne düşüneceğinin yanında hangi konuda düşüneceklerine etkisi olduğunu belirten düşünürlerin (Elisabeth Noelle Neuman) gündeme getirdiği “suskunluk sarmalı” kuramında; insanların yalnızlık korkusuna sahip olduğu vurgulanmaktadır. Fikirlerinin azınlık içinde olduğunu düşünenler toplumun çoğunluğuna karşı dışlanma korkusuyla düşüncelerini açıkça belirtememektedirler (Neumann, 1998: 94).

Medyanın, sahip olduğu bilgilendirme, yönlendirme ve etkileme işlevleri ile beraber sosyal hayat içinde edindiği güçlü pozisyonunu uzun süre korumaktadır. Bu anlamda süreç içinde söz konusu işlevlerin etkin olarak sürdürülebilmesi için farklı araçları kullandığını belirtmek gerekir. Gazeteye başladığı görülen bu süreç zamanla radyo ve televizyonla devam etmiştir. Medyanın kullanmış olduğu bu araçların teknolojinin bir gereği ve medya işlevlerinin etkisinin artırılması amaçlarıyla ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Günümüzde artık birey ve toplumların teknolojinin getirdiği değişimlerden faydalandığı görülmektedir. Bunlardan birinin de “yeni iletişim teknolojileri” ile “internet” (Tokatlı, 2016: 878) olduğu görülmektedir. Yeni medya konusuna geçmeden önce bu çalışmanın temel konusunu oluşturan geleneksel medya araçları aşağıdaki başlıkta detaylı olarak aktarılmıştır.

1.5. Geleneksel Medya ve Araçları

Geleneksel medya konusunda geliştirilen yaklaşımların iki temel başlıkta toplandığı görülmektedir. İlk olarak medyanın sınırsız etkisinin olduğunu belirten eleştirel yaklaşımdır. Eleştirel yaklaşımda, medyanın tek taraflı kitleleri yönlendirdiği ve onların neyi, nasıl ve ne kadar düşünecekleri konusunda onlar adına kararlar verdiği aktarılmaktadır. Frankfurt Okulu, İngiliz Kültürel Okulu ve Ekonomi Politik Yaklaşım, bu anlamda medyanın ticari ve siyasi erkin çıkarları kapsamında yayın yaptığını ve bu kesimlerin kendi çıkarlarını sanki halkın çıkarıymış gibi sunduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca halkın sunulan yeni düzene karşı rızasının bir şekilde alındığını da savunmuşlardır. Bu yaklaşımların tümünün İkinci Dünya Savaşı dönemlerinde geliştirilmiş olan “Hipodermik İğne, Uyarı-Tepki Kuramı ve Enformasyon Teorisi” gibi kitle iletişim yaklaşımlarına dayandığı görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının bu açıdan etkisinin sınırsız olduğu belirtilmekte ve bireylerin medya mesajlarının pasif alıcıları olmanın ötesine geçemedikleri aktarılmaktadır. Dolayısıyla, medya tarafından iletilen bir mesajın bireyler tarafından benimseneceği ve rızalarının kazanılacağı savunulmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 59-67).

Diğeri ise liberal yaklaşımdır. “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı” başta olmak üzere medyaya, eleştirel yaklaşımların aksine medya izleyicilerinin yönlendirilmesi gibi bir gücünün olmadığı, aksine medyayı bireylerin kontrol ettiği savunulmaktadır. Medya gücünün sınırsız olduğu konusunun üzerine duran yaklaşımların, “Medya insanlara ne yapıyor?” sorusuna odaklandıkları görülürken, medyanın gücünün sınırlı olduğunu savunan söz konusu liberal yaklaşımlar ise “İnsanlar medya ile ne yapıyor?” sorusunu sormaktadırlar (Tekinalp ve Uzun, 2009:118).

Geleneksel medyayı kullanan üreticilerin, sosyal medyanın etkilerini fark ettiklerinde, gelenekselle sosyal medyayı birleştirmek ve bir arada kullanmaya başladıkları görülmektedir. Bu anlamda geleneksel medya üreticilerinin, “Facebook, YouTube ve Twitter” gibi sosyal ağlarla kendi yayınlarının arasında bağlantı kurmaya başlamışlardır. Bu da gündeme “medyalararası öyküleme” kavramını getirmiştir. “Medyalararası öyküleme” bir metnin, oluşumunun ilk anında başka bir alanda yeniden üretimi demektir (Scolari, 2009: 586-590). Kısaca geleneksel medyada yayımlanan bir programın internet aracılığıyla sosyal ağlarda yeniden yayımlanmasını ifade etmektedir.

Bu süreci daha iyi anlamak için geleneksel medya araçlarının tarihsel seyrinin incelenmesinde yarar vardır.

1.5.1. Televizyon

Televizyon, nesnelerin doğal ve olabilecekleri ortamlardan başka bir yerde, çoğunlukla başka bir zaman diliminde görünür olmalarına fırsat sağlayan bir kaydetme ve nakil aracı (Cereci, 1996: 22) şeklinde tanımlanmaktadır. Televizyon, “uzak” anlamına gelen Yunanca’daki “tele” ve “görme” anlamındaki Latince “visio” kelimesinin bir araya gelmesiyle “Televisio” kavramı Türkçe’ye “televizyon” şeklinde aktarılmıştır. Televizyon “uzak görüntü”, “uzaktakini görme/uzacı görme” anlamlarına gelir. Bu kelime ilk defa “Constantine Persky” tarafından 1900’lerde (Kırık, 2010: 21) kullanılmıştır.

Televizyon denildiğinde “uzacı görme” durumundan söz etme, televizyonun tanımlanması konusunda yeterli gelmemektedir. Bu deyimle beraber “uzacı duymak” anlamını da eklemek mümkündür. Televizyon en geniş anlamıyla, insanın mekan ve zaman kısıtlamaları ile daralan gündelik hayat tecrübelerinin gelişmesini sağlayan, geliştirmekle birlikte bu tecrübelerin nicel ve nitel örüntüsünde de önemli değişikliklerin yaşandığı teknolojik bir olanak (Mutlu, 1991: 15) olarak tanımlanmaktadır.

Televizyon, elektromanyetik dalgalarla bir iletinin hem görüntü hem de ses formatı ile aktarımını sağlamaktadır. Televizyonun ses ve görüntüyü aynı anda iletmeye yarayan bir araç olması, tüm bu sayılan faaliyetlerin de aynı anda geniş kitleye ulaşmasını mümkün hale getirmektedir. Williams, televizyonu kültürel bir üretim aracı olarak değerlendirmektedir. Buna karşın televizyonun ilettiği ürünlerin niteliğiyle edebiyat veya sanat gibi kültürel faaliyetlerden ayrılır. Williams, “kültürel pratik” açısından televizyonun farklı olmasındaki temel nedeni; üretim süreçlerindeki mülkiyet ilişkileriyle ücretli emek istihdamının bütünleşmesine bağlamaktadır. Televizyon programları açısından üretim yapmanın, nadir örneklerinin dışında aşağıdaki üç temel ilişki biçimine bağlı olduğu belirtilmektedir (Williams, 2003: 21):

1. “Doğrudan doğruya ekonomik ilişkiler,

2. Ayrıcalıklı mülkiyet ile sosyo-politik düzenin arasındaki uyuma dayanan siyasi ilişkiler,
3. Televizyondaki fiili üretimin bu koşullarında görülen ve toplumsal düzenin çıkarlarına yöneltilmiş olan kültürel ilişkiler.”

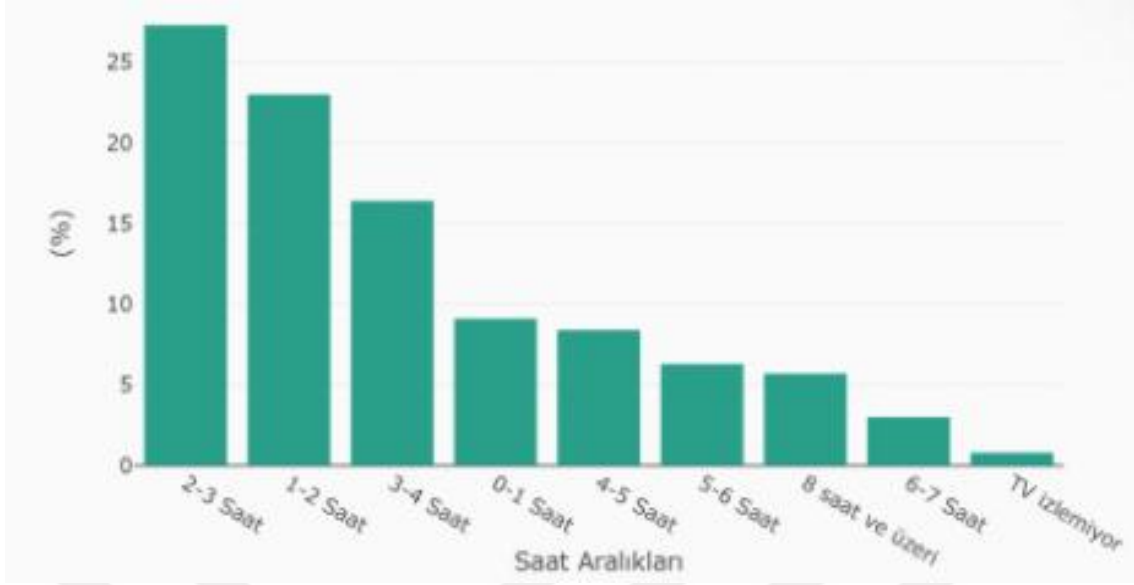
Kitle iletişim araçlarının arasında televizyonun hala en büyük güç olduğunu söylemek mümkündür. Televizyon, bireylerin özel mülklerindeyken dış dünyayla ilişkilerinin tümünü görsel olarak kurmasını sağlaması açısından önemlidir. Kapitalist sistem içinde ilk zamanlarda televizyonun sosyal anlamda oluşan sınıflar üzerindeki etkilerinin çok büyük olduğu görülmektedir. Sistemin devamlılığı için ihtiyaç olan tüketim kalıplarının kurulması ve insanlara kabul ettirilmesi durumunun televizyon üzerinden sergilendiği görülen veya pazarlanan yaşam tarzının büyük oranda kabul edildiği görülmektedir. Üretim ve üretimle ilişkili bir şekilde gelişen, egemen elit sınıfın denetimi altındadır. Ayrıca bu tekel gücüyle birlikte televizyonla eklemlendiği görülen kültür endüstrisinde, tüketim amacıyla üretilen ürünlerin insanların hayatlarında zorunluluğa dönüştüğü, bu durumun da televizyon ile mümkün olduğu görülmektedir. Mevcut görsel ve yazılı kitle iletişim araçlarının tümünün içinde gündelik hayata katılma açısından, televizyonun büyük bir gücü bulunmaktadır. Buradan hareket ederek bireylerin gündelik hayatlarına ait dekorasyon ve mekan tercihlerinin bile televizyonda sunulan dünyayla paralellik gösterdiği söylenebilir (Bauman, 2014: 13).

Bireyin televizyonla iletişim süreci içinde birer “izleyici” olması, izleyicinin televizyonla iletişimde, “iletiler” deki hem kaynak hem de alıcı durumuna soktuğu görülmektedir. Bu süreç içinde, ileti döngüsüyle iletinin alınması sürecin anları olarak tarif edilir. Televizyon programları özelinde iletişim kurmak ve bu programların tüketimi ve alımı, üretim süreçlerinin birer “anı” olarak ifade edildiği görülmektedir. Burada televizyon iletisinin üretimiyle tüketimin aynı olduğu gibi bir sonuç da çıkabilmektedir. Ancak bu sonucun tamamen doğru olmadığı görülmektedir. Televizyon iletisinin üretim ve tüketimi birbirine benzeyen kavramlardır. Buna karşın aynı değildirler. Birbirleriyle ilintili olduklarını belirtmek gerekir. Bir bütün olarak bakıldığında ise iletişimsel süreçlerin sosyal ilişkilerle kurulduğu ve birbirlerinden ayrımlandığı (Erdoğan, 2009: 28-29) görülmektedir.

Toplumsal aktörlerin bazen tabanlarıyla kitle iletişim araçları içinde en fazla televizyonla bağ kurduğu, özellikle de hassas zaman ve seçim dönemlerinde seçmenlerine buradan mesajlarını ilettiği görülmektedir. Her çeşit sosyolojik tabakanın temsilcilerinin de zamanla bu yöneme başvurduğunu belirtmek gerekir. Ancak durum her zaman bu denli masum kalmamaktadır. Bazen suç ile suçluyu destekleyen gruplar tarafından da bu mecranın kullanıldığı görülmektedir. Televizyon yayınları üzerinden geniş kesimlere ulaşma alt yapısının bir infial yaratmak koşuluyla izleyici kitlesini yönlendirebilmek için de kullanılabildiğini belirtmek gerekir.

Düşünürlerin birçoğu, televizyonla iletim sürecinin, kapitalist ilişki biçimleri kapsamında daha çok belirginleştiğini belirtmişlerdir. Televizyonun iletimsel sürecinde; üretim ağları ve pratikleriyle, düzenlenen ilişkiler, teknik yapıları ile yayıncılığın kurumsal yapılarıyla ilişkili program üretimine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu süreç “emek süreci” şeklinde nitelenmektedir. Üretimse burada iletiyi oluşturur. Döngünün başladığı noktaysa tam olarak burasıdır. Bu süreç söylemsel bir yöne dayanır. Televizyonla üretim süreci düşünce ve anlamlarla baştanbaşa örüntülenmiştir. Televizyon programlarının üretiminde, üretim süreciyle ilgili kalıplarla buna dayanan bilgi, ideoloji, teknik beceri, yönetsel ve kurumsal bilgi düzeyi ve izleyici profilleriyle ilgili varsayım gibi üretim alanında yapıların tümü, üretimi etkilemekte ve biçimlendirmektedir. Televizyon, üretimsel yapıları ile televizyon söylemini oluşturmaktadır. Bununla beraber üretimsel süreç bakımından kapalı bir sisteme dönüşmüştür. Bu yapılar, yaklaşımları, konuları, gündemleri, çalışmaları, olayları, izleyici imgeleri ile durum tanımları, geniş politik ve sosyo-kültürel diğer yapılardan, diğer söylem ve kaynaklardan (Erdoğan, 2009: 28) elde edilmektedir.

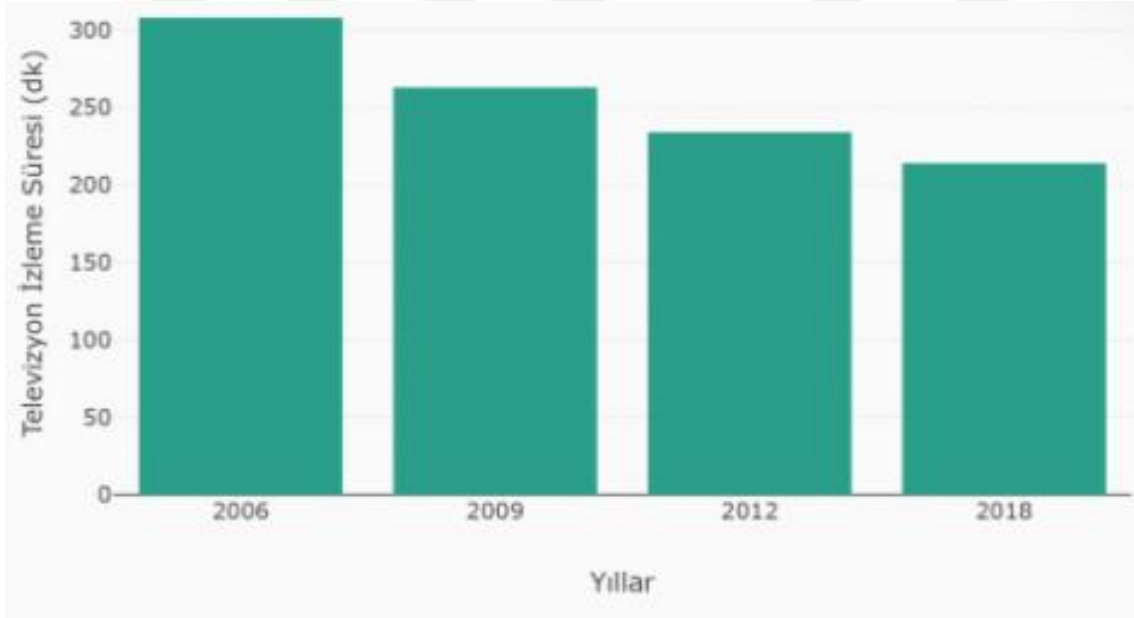
Aşağıdaki grafikte Türkiye’de hafta içi günlük ortalama televizyon izleme oranları (2018) verilmiştir.



Şekil 1: Türkiye’de Hafta İçi Günlük Ortalama Televizyon İzleme Oranları (2018)

Kaynak: RTÜK, 2018.

Buna göre “Türkiye’de her 100 kişiden 27,3’ü hafta içi günlük ortalama 2-3 saat televizyon izlemektedir. 8 saat ve üzeri televizyon izleyenlerin oranı ise %5,7” olarak belirlenmiştir.



Şekil 2: Türkiye’de Yıllara Göre Günlük Ortalama Televizyon İzleme Süresi (2018)

Kaynak: RTÜK, 2018

RTÜK’ün araştırmasında “Türkiye’de televizyon izleme süreleri 2006 yılından beri düşmektedir. En son yapılan 2018 yılı araştırmasına göre, Türkiye’de günlük ortalama 3 saat 34 dakika (214 dk.) televizyon”un izlendiği belirtilmiştir (RTÜK, 2018).

1.5.2. Radyo

Radyo; icadının hemen ardından hem teknik bir buluş olarak hem kullanıldığı alan itibari ile insanların dikkatini çekmiştir. Medyanın diğer kanallarının gelişmesi ve etkilenmesi konusunda ciddi pay oluşturmuştur. Görüntülü ve sesli medya ile ilişkili olduğu için bu iki medya aracının yazılı medyaya göre daha ayrıntılı olarak değerlendirilmesi (Bay, 2007: 11) gerekir. Radyo, ses sinyallerinin iletimi anlamında kullanılmaktadır. Radyo iletişimde kullanılan, radio dalgaları şeklinde de isimlendirilen elektromanyetik dalgalar, vericiyle alıcının arasında düz bir çizgi üzerinde yol alabilmekte; alıcıya iyonosferden yansıtılarak ya da haberleşme uydusu aracılığı ile de ulaşabilmektedir (Çakır, 2005: 23).

Birinci Dünya Savaşı’nda, propaganda bakımından iletişim çalışmalarının üretimi ve gelişiminde etkili olduğu, İkinci Dünya Savaşı’nın bu yönde sergilenen çabaları nicelik ve nitelik olarak tetiklediğini söylemek mümkündür. Bu anlamda Harold Laswell 1927 yılında “Dünya Savaşı’nda Propaganda Teknikleri” isimli bir eser kaleme almıştır. Burada söz konusu iletişim aracının etkisi net olarak aktarılmıştır. Radyonun öncelikli olarak deniz savaşı ve taşımacılığındaki iletişimde işlevsel bir rol üstlendiği ve ardından İtalya ve Almanya gibi ülkelerde 1920 yılından sonra kitlelerin siyasal yönetimi konusunda güçlü bir araç olduğu görülmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 22).

Hitler zamanında özellikle propaganda amacıyla Bakanlık kurulmuş ve bu kapsamda sadece Almanya’da değil diğer ülke ve yöneticileri tarafından da kullanıldığını belirtmek gerekir. ABD tarafından yürütülen antikomünist propagandası da radyolar tarafından yürütülmüştür. Sovyetler Birliği de Soğuk Savaş’tan önce radyonun bu gücünden faydalanmıştır. 1929 yılının Ekim ayı içinde Moskova’nın merkez radyosu Almanya karşıtı yayınlara başlamıştır (Alizade, 1991: 122). Bu durum Radyo bağlamında değerlendirildiği zaman 1920’lerden İkinci Dünya Savaşı’nın sonuna dek geçen zamanda radyo yayıncılığı ile haberciliğin altın çağını yaşadığı, 1930’lara gelindiğinde ise önemli toplumsal bir etki gücü olduğu ve siyasal açıdan Nazi tecrübesi

ve İkinci Dünya Savaşı'nın radyolar savaşı (Gönenç, 2003: 97) şeklinde ifade edilmesinin sebebi de budur.

Bütün bunlar dikkate alındığında radyonun, en yaygın kullanılan iletişim araçlarından biri olduğunu söylemek mümkündür. Dünya genelinde bugün her iki kişiden birisinin radyo sahibi olduğu söylenmektedir. Bunun sebebi kuşkusuz radyonun avantajlarıdır: Radyo yayınları insanları bilgilendirmekte ancak aynı zamanda eğlendirmektedir. Başka işler yapılırken de radyo dinlenebilmektedir. Radyo dinlemek o an yapılan işlere engel olmamaktadır. Radyo bir yerden bir başka yere rahatlıkla taşınabilmektedir. Çalışması için de elektrik gerekmemektedir. Hatta okuma yazma bilmeyenler de radyo dinleyebilmektedir. Radyoyla gerçekleştirilen kitle iletişiminde iletilen şey bir bilgi, bir haber ve dikkat çekmesi gereken bir mesaj, çeşitli uzmanların görüşleri, grup tartışmalarının neticeleri ve magazin haberleri olabilmektedir. Bununla birlikte sözlü müzik parçaları ve radyo oyunları da kitlelere bazı görüş ve kavramlar iletilebilmektedir. Radyoda yapılan kitle iletişimindeki olumsuz taraf yayın istasyonlarının olmayışı veya yetersizliği durumlarında iletişimin yapılamaması ve bireylerin radyonun devamlı açık olmasının vermiş olduğu alışkanlıkla ne söylendiğine dikkat etmemeleri (Doruk, 2018: 38) olarak sıralanmaktadır.

Dünya genelinde 2015 yılı itibariyle sayıları 80 bini geçen radyo kanalı ve yaklaşık 2 milyar radyo alıcısı olduğu belirtilmektedir. ABD, radyo vericisi, alıcı sayısı ve kanal açısından dünyanın üçte birini barındırmaktadır (Karakoç, 2015: 20).

Bugün dünya genelinde birçok radyo yayınının internet yoluyla verildiği görülmektedir. Ülkemizde yüzde 98 oranlarında özel radyo kanalı bulunmakta ve internet aracılığıyla yayınlarını dünyanın tümüne duyurmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nden alınan bilgilerde Türkiye'de internetten yayınlarına devam eden 264 radyo istasyonu olduğu belirtilmiştir. RTÜK tarafından 3-15 Aralık 2009'da yapılan bir araştırmada radyoyu geleneksel radyo alıcılarından dinleyenlerin oranı 2007'de yüzde 88'ken 2009'da bu oranın yüzde 64'e gerilediği saptanmıştır. Dinleyicilerin "yüzde 18,4'ü mobil telefon, yüzde 15'i internet, yüzde 14,5'i uydu, yüzde 12,9'u ise MP3 çalar ve ev sinema sistemleri gibi yeni teknolojik vasıtalar aracılığıyla radyo" (Özcan ve Tugen, 2014: 265) dinlediği aktarılmıştır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)'nin “Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması” ile en az bir adet radyosu olanların oranı yüzde 39,2, radyosu olmayanların oran yüzdesi ise 60,8 olduğu belirlenmiştir. Radyonun daha ziyade cep telefonları ve televizyonlardan dinlendiği belirlenmiştir. 13 Şubat Dünya Radyo Günü sebebiyle RTÜK tarafından iki senede bir yaptığı “Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması” ndan derlenen bilgilerde, Türkiye'de “radyo dinleyenlerin oranı yüzde 66,9, dinlemeyenlerin oranı ise yüzde 33,1'dir. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırmasını temsil eden 26 ilde, 15 yaş ve üzeri 4 bin 512 kişiyle görüşerek yapılan araştırmada, evinde veya iş yerinde radyo cihazı olanların yaşa göre dağılımına bakıldığında en az bir adet radyosu olanların oranının 15-24 yaş grubunda yüzde 38,4, 25-34 yaş grubunda yüzde 40,4, 35-44 yaş grubunda yüzde 40,7, 45-54 yaş grubunda yüzde 43,1, 55 ve üzeri yaş grubunda ise yüzde 34,6 olduğu” belirlenmiştir (aa.com.tr, 2021).

Araştırmaya katılanlar arasından ev ve iş ortamında radyo alıcısı veya radyo cihazı sahiplik durumuna göre, en az bir tane radyosu “olanların oranı yüzde 39,2 iken, radyosu olmayanların oranının yüzde 60,8 olduğu” belirlenmiştir. Otomobil sahibi olanlarda ise radyoyu dinlemiş oldukları cihazların ilk sırada yüzde 57,5'le araç radyosu yer almıştır. Radyo yayınlarının araç radyosu ve cep telefonundan dinlenme oranları yıllar içerisinde önemli derecede artış göstermiştir. Buna göre, “radyo yayınlarının yüzde 54 oranıyla cep telefonundan, yüzde 43,2 oranıyla televizyondan, yüzde 28,9 oranıyla klasik radyodan, yüzde 23,5 oranıyla araç radyosundan ve yüzde 13,2 oranıyla bilgisayar ve tableten takip edildiği anlaşılmıştır. Radyo ve televizyon yayınlarının farklı cihazlardan takip edilmesine ilişkin karşılaştırmaya bakıldığında, radyo yayınlarının televizyona göre cep telefonundan daha fazla takip edildiği, televizyon yayınlarının ise radyoya göre bilgisayardan daha yüksek oranda” takip edildiği belirtilmiştir (aa.com.tr, 2021).

1.5.3. Gazete-Dergi

Gazete, kamuoyunun bilgilendirilmesi için günlük ve/veya düzenli bir şekilde yayınlanan ve geniş bir içeriği kapsamayı beklenerek üretilmiş, bununla birlikte kar amacı güden basılı iletişim aracı olarak tanımlanmaktadır. Gazete, Avrupa'da Orta Çağ'ın ardından haber mektuplarıyla ilk defa gün yüzüne çıkmıştır. Modern anlamda gazetenin, kapitalist sistemde üretim şekli; piyasa şartları içerisinde sosyal bir kurum ve

ticari işletme olarak var olmaya devam etmektedir (Tokgöz, 2003: 97). On yedinci yüzyılda ortaya çıktığı görülen ve bugüne kadar gelen gazete, bir taraftan insan uğraşlarını derleyerek toplayan kitaplık görevini üstlenmiş, diğer taraftan halkın ekonomik düzeniyle ilişkili ticari ya da paraya dönüştürecek haberlerle mesajları taşıma görevini (Törenli, 2005: 165) yapmıştır.

Toplum içerisinde güçlenen ve önemli bir yeri olan gazetelerin, üzerinde resmi yönetim mekanizmalarının (hükümet, kraliyet gibi) kontrolünün olduğu araçlar olduğu görülmektedir. Haber kağıtları ve kitapların ruhsatlandırılması, matbaa ve basın üzerindeki kısıtlamalar, saldırı veya yasadışı amaçlı yayınlara sert cezaların verilmesi gibi yayından önce ve yayından sonra kontrollerin yanında matbaalara el koyulması, verilen ruhsatların iptal edilmesi, mali cezalar uygulanması ve kışkırtıcılık yapanlara hapis cezaları verilmesi söz konusudur. Ayrıca aykırı görüşlerin ortaya çıkmasının bu şekilde engellenmeye çalışıldığı görülmektedir. Gazetelerin günümüzdeki formuna ulaşılması konusundaki en büyük etkenin matbaanın keşfi olduğunu söylemek mümkündür. 19. yüzyılın sonunda ve 20. yüzyılın başına gelindiği zaman gelişim gösteren başka bir kitle iletişim aracı olan telgraf ve radyo boy göstermektedir. Sonrasında gelişen frekans gönderme teknolojisiyle sinemanın bulunması da birleşince başka bir icada ön ayak olduğu ve televizyonun doğmasını sağladığı görülmektedir (Nuran, 2015: 10).

Dergi yayıncılığının da nitelik olarak gazete ve diğer kitle iletişim araçlarındaki gibi hedeflenen kitleye mesajları ulaştırmak amacıyla yayıncılık yapan bir iletişim aracı olduğu görülmektedir. Ancak gazete gibi günlük değildir. Haftalık ya da aylık yayımlanan dergilerin de belli dosya konularının irdelendiği görülmektedir. Gazetelerde, basit ve sıradan metinler ile geçirilebilecek olan konuların dergilerde bütün yönleriyle ele alındığı ve değerlendirildiğini belirtmek gerekir. Ancak bazı dergilerde, görselliğin ön planda olduğu ve fotoğraf unsurunun daha çok kullanıldığı görülmektedir. Özetle inceleme, röportaj ve gezi yazılarının bulunduğu dergilerin, kitle iletişim yayıncılığında önemli bir yeri vardır (Bülbül, 2001: 45).

Dergiler, dünya genelinde gerçekleşen dönüşüm ve değişim içinde yaşanan olayların neden ve sonuçlarını etkileyebilecek yayın yapabilmektedir. Hatta algı oluşturarak; ulus ötesi proje ve organizasyonları yönlendirecek özellikte bilgi akışı sağlanabilmektedir.

Genellikle haftalık yayın yapan ve kapak haberler ile ses getiren yayıncılık faaliyetlerine devam eden dergilerin ciddi bir etki gücü olduğu görülmektedir. 1980’lerde dünya genelinde yaşandığı görülen sosyo-ekonomik gelişmelerin 90’larda da etkisi devam etmektedir. Bu süreç içinde gerek televizyon gerekse de gazete haberciliğinde görüldüğü gibi dergi haberciliğinde de kendisi için bir pay almıştır. Özellikle haber dergilerinde 80’lerin tersine daha farklı biçim ve içeriklere rastlamak mümkün olmaktadır. Hem dergi sayıları artmış hem de içeriklerdeki çeşitlilik çoğalmıştır. 90’lar haber dergiciliği açısından patlama dönemi olmuştur. Bu dönemde haber dergilerinin sayıları artmıştır. Her zaman başarılı olamadığı görülse de haber dergiciliği çeşitli açılımların öncülüğünü yapmıştır. Bu dönemde kapak haberciliği de önemli bir hal almıştır. Derginin sürükleyiciliği kapak haberindedir. Satışların düşük olması etkisizlik anlamına gelmemekle beraber haber dergilerinin büyük gazetelerin izlemiş olduğu, alıntı yaptığı süreli yayınlara dönüşmüştür. Bu yayınlar günlük gazetelerin beslenme kaynağı olmuş, bir nevi omurga vazifesi görmüş olduğunu söylemek mümkündür (Suiçmez, 2009: 45).

Türkiye Eğilimleri Araştırmasının 2020 yılı raporunda ülkedeki kitap okumayanların oranı 2019’da yüzde 50.9 iken, 2020’de yüzde 59.1’e ulaştığı belirtilmiştir. “Kadir Has Üniversitesi” tarafından hazırlanan “Türkiye Eğilimleri Araştırması 2020” raporunda, ülkede gazete okumayanların oranı ise yüzde 56.6, kitap okumayanların oranı yüzde 59.1’ken vaktinin çoğunluğunu sosyal medya hesaplarına ayıranların oranı yüzde 91.2, televizyon izleyenlerin oranıysa yüzde 93.3 olarak kaydedilmiştir. 26 şehirde kent merkezlerinde oturan 18 yaş üzerindeki 1000 kişi ile yapılan bu araştırmada Türkiye’deki kitap ve gazete okuma oranlarında düşüş görülmüştür. Türkiye Eğilimleri Araştırması 2020 raporunda, ülkede gazete okumayanların oranı ise 2019’da yüzde 48.4 iken 2020’de yüzde 56.6’ya yükselmiştir. Kitap okumayanların oranı ise yüzde 50.9’dan, yüzde 59.1’e ulaşmıştır. “2020’de yalnızca internetten gazete okuyanların oranı yüzde 62.9’a yükselirken, basılı gazete okuma oranı ise yüzde 37.1’e gerilemiştir. Rapora göre, sosyal medya hesaplarına vakit ayıranların oranı yüzde 92.1 iken, televizyon izleyenlerin oranı ise yüzde 93.3’tür. Toplumun yüzde 50.9’unun sinemaya gittiğini belirtirken, sinemaya gitmeyenlerin oranında ise yüzde 10.8’lik artış vardır. Tiyatroya gitmeyenlerin oranı ise önceki yıla kıyasla artarak 74.6’ya” yükselmiştir (yeni1mecra.com, 2021).

1.5.4. Sinema

Sinema, 19.Yüzyılın sonlarında insanların hayatına girmiştir. Bir sanat mı yoksa kitle kültürü için bir araç mı olduğu halen tartışma konusudur. İletişim fakültelerinde sinema kitle iletişim aracı şeklinde değerlendirilmekteyken; güzel sanatlar fakültelerinde sanat dalı olarak incelenmektedir. Şüphesiz sinema, sanatsal ürünleri gündeme getirdiği kadar, kitle kültüründe bir araç olarak da varlığına devam etmektedir (Yedekçi, 2017: 26-27).

Televizyon ile sinemanın bir kitle iletişim aracı olarak ortak özelliği görüntüdür. Buna karşın televizyondaki görüntüyle sinemada perdeye yansıyan görüntünün arasında büyük farklılıklar vardır. Televizyonun, diğer kitle iletişim araçlarına göre büyük üstünlüklere sahip olduğu görülmektedir. Bu üstünlüğü nasıl sağladığıyla ilgili birçok görüşün olmasına karşın, televizyondaki etkinin temel öznesi olarak görüntü öne çıkmaktadır. Televizyondaki görüntüyle sinemadaki görüntü kavramı “Anlık-Etkili Görüntü” olarak tanımlanmaya çalışılsa da televizyon söz konusu olduğu zaman bu kavrama farklı anlamlar da yüklenmiştir. Bu farklılaşmanın temel nedeni, televizyondaki görüntünün sinemadaki görüntüden farklı olmasıdır. Her ikisinin oluşumunda da ışığın kullanıldığı görülmektedir. Buna karşın bu ortak kaynak kullanımında farklılık olduğu görülür. Sinemadaki görüntünün elde edebilmesi için kamera tarafından çevrelenen alanın aydınlatılması gerekir. Bunun içinse ışıklandırma gerekmektedir. Buna karşılık televizyondaki görüntünün zaten kendisinin ışıktan oluştuğu görülmektedir. Televizyondaki görüntü elektrondur. Bu sebeple elektronik iletişim çağının başlangıcı sağlanarak daha modern kitle iletişim aracının geldiğini söylemek mümkündür (Uğurlu, 2005:192).

Sinemanın bir iletişim aracı olarak etkin olması konusunda görsel öğelerin önemli olduğu vurgulanmaktadır. Bu anlamda sinema tarihinde, siyasal ve sosyal mesajların verilmesi oldukça önemlidir. Sinemanın kitle iletişim aracı şeklinde görsel öğelerle vermiş olduğu mesajlardaki etkili rolü sebebiyle kamuoyu oluşturma konusunda oldukça etkili olduğu görülmektedir. Konuyla ilgili yapılan bir araştırmada sinemanın dünü bugünü ve yarınıyla ilgili; insana doğrudan hitabı ve bu duyguların aynı anda yaşatılması sebebiyle önemli bir kitle iletişim aracı olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte sinemanın siyasal ve ideolojik etkisi vurgulanmaktadır (Bektaş, 2002: 102-103;

Karakoç ve Mert, 2013: 283-284). Gelişen teknolojik gelişmelerle birlikte sinemada kullanılan teknolojilerin de geliştiği; işitsel ve görsel kitle iletişim aracı olarak sinemanın etkisinin arttığını belirtmek gerekir. Eğlenme ve sosyalleştirme gibi bazı alanlarda oldukça etkili olduğu görülen iletişim aracının kısaca sinemanın siyasal bir iletişim aracı olarak tarihsel süreç içinde etkisini oldukça arttırdığı görülmektedir (Aziz, 2007: 61).

Bu anlamda gündeme gelen film endüstrisi kavramı; bir kitle iletişim aracı olarak insanların alışkanlık ve zevklerini etkilemektedir. İnsanlara neleri arzulayacağı değil nasıl arzulamaları gerektiğini söylemektedir. Sinemanın bu gücünün, insanlarla özdeşleşme duygusundan aldığını belirtmek gerekir. Sinema salonlarındaki görüntü ve ses kalitesi diğer mekanik düzenlemelerle seyircinin filmin farklı atmosferi içerisinde filme adapte olmasını sağlamaktadır. İzleyicinin özdeşleşme duygusu ile sinemada etkilendikleriyle çok beğendikleri oyuncuların kıyafetlerini, saçlarını, aksesuarlarını ve hatta canlandırdıkları karakterlerin davranış özelliklerini dahi taklit ettikleri görülmektedir. Popüler filmler kültürler arasında bir köprü vazifesi görmekte ve göstergelerin ortaklığını sağlamaktadır. Popüler sinema ile kitle iletişim araçlarının sistemin ideolojisini farklı kültürel şartlarda yaşayan insanlara yayma ve tüketim zincirinin halkalarının genişletilmesi için göstergelerin ortaklaşmasını sağlamaktadır. Özellikle de Amerikan sinemasının, “refah toplum” rüyasını sadece kendi ülkesindeki sinemalarda insanlara yansıtmadığı; dünya sinema tekeli olan Amerika, uzaktaki kitleleri de tüketme yollarını öğretmiştir (Yedekçi, 2017: 27-28).

1.5.5. Telefon

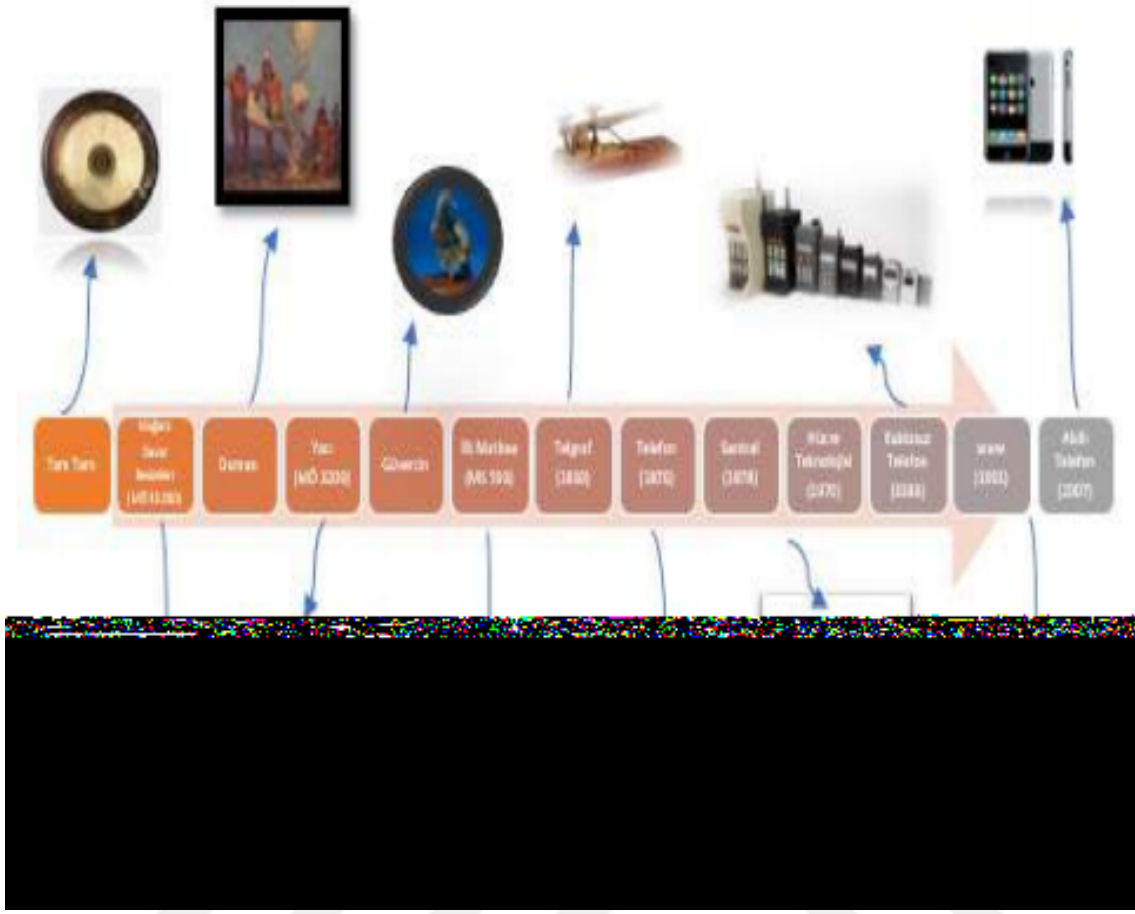
Kitle iletişim aracı denildiğinde ilk akla gelen araçlardan birisi “telefon” dur. Telefon kelimesinin kökeni, Eski Yunanca “telos-uzak” ve “phone-ses” kelimelerinin birleşmesinden oluşmuştur. Türkçe’ye Fransızca’daki “telephone” kelimesinden geçmiştir. Dil bilimci olan Nurullah Ataç, telefon kelimesini, Türkçe’de kelime olarak “Uzaklaşarak konuşur” anlamına geldiğini belirtmiştir. Türkiye’de ilk başlarda Türkçe anlamı olarak bu sözcüğün söyleme çabaları olmasına karşın, halkın Fransızca telefon kelimesini tercih ettiği görülmektedir. Telefon, birbirlerinden uzak yerlerde yaşayan kişilerle düzeneklerin arasında bilgi alışverişini sağlayan elektrikli ses alıp verme aygıtına denilmektedir. Telefonun çalışmasındaki temel ilke “ağızdan çıkan ses

dalgalarının önce elektrik sinyallerine çevrilmesi, bu sinyallerin çeşitli gönderme yöntemleriyle uzağa iletilmesinden sonra, bu defa elektrik sinyallerinin yeniden kulakla duyulabilecek ses dalgalarına çevrilmesidir”. Farklı yerlerdeki kişilerin arasında konuşmayı sağlayan kitle iletişim aracıdır. Telefon, sesi uzağa ileterek konuşmayı sağlamaktadır (Kılıç, 2014: 43-44).

1793 yılında Fransız olan Claude Chappe tarafından icat edilen uzaktan yazılı mesaj iletme makinesinin, telgraftan sonra A. Graham Bell, 1876’da ilk başta sesleri teller aracılığıyla bir yerden başka bir yere iletmeyi başararak; telefonu icat etmiştir. Bununla birlikte iletişimde önemli bir değişim yaşanmıştır. 1945’lerde taşınabilir “bugünkü adıyla cep telefonu” için ilk başlangıç sayılan çalışmaların başladığını belirtmek gerekir. Elde taşınabilen ilk mobil aletlerin, 1969 yılında George Sweigert tarafından yapılarak; orduların kullanımına sunulduğu görülmüştür. Buna karşın bu aletlerin ağ şebekesi tek bir tabandan oluşmuştur ve kapsama alanlarının oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu ağın, günümüzdeki cep telefonu şebekesinin temeli olduğunu belirtmek gerekir.

Bugüne yakın modeldeki mobil telefon ya da cep telefonu Martin Cooper tarafından 1973’de icat edilmiştir. Takip edilen yıllarda ise telefonların ağ şebekeleri çoğalarak; çeşitlenmiştir. 1989’da iletişimde çağ atlatan teknolojik yeniliklere sebebiyet veren Tim Berners-Lee’nin “World Wide Web”i icadı ve bugün kullanılan internetin ortaya çıkışıdır. Bunu takip eden adımsa iletişim aleti cep telefonlarının internetle buluşturulmasıdır. En ileri teknolojik donanımları kapsayan cep telefonlarının kullanım alanlarının da geliştiği görülmektedir. İsminin de “akıllı telefon” olduğunu belirtmek gerekir. Bugünün internet erişimi ve sosyal ağların oluşmasıyla birlikte akıllı telefonlar günlük hayatta gerekli olmuştur. Diğer bireylerle iletişim kurma, haber alma, aile üyeleri ve arkadaşları ile konuşma hatta görüşme, ileti gönderme, her yer ve zamanda dünyayla bağlantılı olma, oyun oynama, müzik dinleyerek hoş vakit geçirebilmek için zorunlu görülen bir araca dönüşmüştür (Çakır vd., 2011 : 346).

İletişim araçlarının içinde en fazla kaynağı birleştiren ve bunu her birey için kullanıma sunan akıllı telefonun önlenemeyen gelişimi gelecekte de hız kesmeden devam edecektir.



Şekil 3: İletişim Araçlarıyla Akıllı Telefona Giden Yol

Kaynak: www.trthaber.com, 2021

Yukarıda ilk iletişim araçları ile başlayarak akıllı telefona giden yolun haritası verilmektedir.

Mobil İletişim Araçları ve Bilgi Teknolojileri İş Adamları Derneği (MOBİSAD), 2020 yılında toplam 10 milyon 500 bin adet akıllı telefon satışı gerçekleştiğini ve akıllı telefonlar için yapılan ortalama ödemenin bir önceki yıla kıyasla yüzde 50 artarak 3 bin 600 liraya ulaştığını” açıklamıştır (www.trthaber.com, 2021).

1.6. Yeni Medya

Yeni medya, kitle iletişim ortamlarının tümünü bir araya getiren, internet aracılığı ile kullanıcılar için etkileşimli ortam imkanı tanıyan medya araçlarına bakıldığında, yeni medya ortamlarında her kullanıcının bir yayıncıya dönüşebildiği görülmektedir. Bireylerin tüzel bir kişiliğe bürünmeden profesyonel medya çalışanları ile aynı kulvarda yayıncılık yapabildiklerini belirtmek gerekir. Bunun anlamı kullanıcıların yalnızca

tüketici ve/veya izleyici olarak değil, aynı zamanda katılımcı ve üretici olarak var olabilmektedir. Her kullanıcı, bir üretici ve kaynak konumuna dönüşür. Geleneksel medyada pasif olan izleyiciler, yeni medyayla beraber yorumlayıcı ve izleyici olarak sürece dahil olmaktadır. Yeni medya kullanıcılarının, geleneksel medya kullanıcılarından farkı pasif olmamalarıdır. Önceden “izleyici” şeklinde ifade edilen kavram günümüzde “kullanıcı” olmuştur. Çünkü kişilerin, medya mesajları seçilebildiği ve adları, adresleri ve demografik özelliklerini mesaj dağıtıcılar, pazarlamacılar ve veri tabanının parçası olan taraflar tarafından “indirilebilir” duruma geldiği görülmektedir (Bryant ve Thompson, 2002).

21. yüzyıldaki yeni medya teknolojileri sayısal kodlardan oluşmaktadır. Burada çeşitli verileri toplama, işleme, depolama ve aktarma gibi süreçlerde sayısal tekniklerin kullanıldığı sistemlerden yararlanılmaktadır. Sayısal teknoloji; ses, metin, görüntü biçiminde her çeşit öge bilgisayara mikro işlemcilerle dönüştürülmektedir. Yeni medyanın geleneksel medyadan farkı, sayısal tabanlı, karşılıklı, eşzamanlı, çok katmanlı ve etkileşimin hızlı gerçekleştiği iletişim kanal ve araçları ifade etmesidir (Büker, 2013: 138).

Bugün “bilgisayar, internet, bilgisayar ağları, çevrimiçi sohbet odaları, bilgisayar dolayımı iletişim, e-ticaret, e-imza, dijital medya, dijital oyun, siber uzam, sanal uzam, sanal gerçek” gibi çeşitli kavramlarla bu kavramların ifade ettiği, toplumsal, ekonomik ve kültürel olguların günlük konuşmaların doğal bir parçasına dönüştüğü görülmektedir. Sıralanan bu kavramların tümünü kapsayarak birleştiren kavram “yeni medya” olmuştur (Binar ve Löker, 2011).

Yeni medyayla birlikte ses, veri, metin ve görüntü bir tek alt yapı üzerinden aktarılabilen, saklanabilen, toplanabilen ve işleme tabi tutulabilmektedir (McQuail, 2005: 137). Bu noktada sayısallaşma, enformasyonun içinde bulunduğu doğal (analog) halinden bilgisayarın okunabileceği bir formata dönüştürülmesini ifade etmektedir. Sayısallaşmanın sunmuş olduğu en büyük avantajısa “sayısallaşmış enformasyonun elektriksel değerler” i ifade edilmesi sebebiyle elektronik cihazlarla kullanılabilmesidir. Ayrıca birbirlerine dönüştürülebilmekte ve kolaylıkla bir ortamdan başka bir ortama aktarılabilmesini de belirtmek gerekir (Atabek, 2001: 37). Yeni medya olarak adlandırılan İnternet, sayısal televizyon, GSM, GPRS, WAP, CD, DVD, VCD,

çift taraflı ve etkileşimli CD ile benzer yeni medya teknolojileri geleneksel medyadan nicel olarak farklı bir teknoloji ile sayısal olarak üretilmektedir (Törenli, 2005: 87). Sayısallaşma ilkesinin kullanıldığı yeni medyanın geleneksel medyadan farklılaştığı birçok noktanın olduğu aşikardır.

Toplumların gelişim süreçlerine bakıldığında, yaşanan çağın bilgi çağı olduğu da düşünüldüğünde, internet ve bilgisayar teknolojisinin hakimiyetinden bahsetmek mümkündür. Sosyal medya uygulama içeriğinin tamamen bireyler tarafından belirlenmekte ve bireylerin birbirleriyle sürekli etkileşim halinde oldukları görülmektedir. Mekan ve zaman sınırlaması olmadan paylaşımların, etkileşimlerin ve tartışmanın esas alındığı bir iletişim şekli (Erdem, 2009: 97) olduğu belirtilmektedir. Bilgisayarlar internetin uygulamaya girmesiyle kitleler arasında bir haberleşme aracı olmuştur. İnternet, uluslararası bilgisayar ağı; yani ağların ağı anlamında kullanılmaktadır (Baykul ve Üret, 1996: 56).

İnternet, teknik anlamda bilgisayarların veya bilgisayar sistemlerinin birbirlerine bağlandığı, dünya genelinde yaygın ve devamlı büyüyen iletişim ağına denir. Bu iletişim ağı kapsamında bilgisayarların birbirlerine fiziksel anlamda (kablo, uydu bağlantıları ve telsiz bağlantı gibi) bağlıdırlar. Geliştirilen özel protokollerden (TCP/IP) bazılarının birbirlerine bağlı bilgisayarların arasında bilgi paylaşmaya dayanan dosya almak ya da göndermek veya sohbet etmek gibi birçok aktivite gerçekleştirilebilmektedir. Bilgisayarların bilgileri saklamak (harddisk ve fiberoptik vs.), bilgilerin hızlı işlemesi (analiz ve veri tabanı programları gibi) özellikleri ile bilgisayar ağlarının iki bilgisayar arasında veri iletişimini mümkün hale getirmektedir (Bulunmaz, 2011: 24).

Kısa süre içerisinde gündelik hayatın her alanına egemen olduğu görülen internet, habercilik alanının da gelişerek “elektronik ortam haberciliği” ne yol açmıştır. Yeni medyada, habercilik olgusu geleneksel medyanın “kaynak-mesaj-hedef” üçgeninde yapılan tek yönlü (kimi zaman çift yönlü) ileti aktarımı “interaktif ve hipermetinsellik” boyutları kazandırmakta ve iletişimin daha geniş alana dönüşmesini sağlamaktadır (Gezgin ve İralı, 2017: 21). İnternetteki yöndeşme özelliğiyle birlikte gazeteciliğe ciddi yenilikler gelmiştir. İnternet ortamında dolaşımın sağlandığı gazetelerin yöndeşme prensibiyle eski yöntemleri kullanarak yayıncılık yapan gazetelerden ayrı olarak benzer

kanal üzerinde grafik, ses, tablo, durağan görüntü, yazılı belge, devingen görüntü ve çeşitli web sitelerine ve benzer siteleri kapsayan sayfalara iletiler gönderilerek çeşitlendirilen bir medya içeriği; yeni nesil medya kullanıcılarına sunulmaktadır (Aktaş, 2007: 34-35).

Teknolojik gelişmelerin getirmiş olduğu bu dönüşümlerin tümü, medyanın yeniden yapılandırma sürecini (Gökhan, 2015: 57-58) devam ettirmiştir. Temel olarak bakıldığında zaman yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran üç temel özellikten bahsetmek mümkündür (Geray, 2001: 18-19):

- “Etkileşim: İletişim süreci içinde etkileşimin olması gerekir. Alıcı ile verici taraflar eş zamanlı iletişimde dir.
- Kitlesizleştirme: Büyük kullanıcı grubunun içinde her bireyin özel mesaj değişimi yapmasını sağlayacak kadar “kitlesizleştirici” olabilmektedir.
- Eşzamansız Olabilme: İletişim teknolojilerinin birey için uygun zamanda mesaj göndermek veya almak gibi yetenekleri vardır. Aynı andalık gerekliliğinin ortadan kalktığını söylemek mümkündür.”

Özetle yeni medya süreç içinde birçok dergi ve gazete gibi basılı yayınların etkilerini ve gücünü azaltmıştır. Hatta bazılarının da kapanmasına neden olacak etkileri vardır. Televizyon ve radyo gibi işitsel ve görsel araçların dahi formatının değişmesine sebebiyet vermiştir. Çoğunun internetten de yayın yaptığı görülmektedir. Yeni medyanın geleneksel medya üzerindeki etkiyi göstermesinin önemli nedenlerinden biri kurumları yoğun olarak kullanmasıdır. Bugün birçok kurumun kendi iletişim kampanyaları içinde sosyal medyaya ciddi yatırımlar yaptığı görülmektedir. Yeni medyanın sunmuş olduğu anlık bildirim alma fırsatı, hedeflenen kitlelerle minimum araç üzerinden iletişim kurmaya olanak sağlamaktadır. Geleneksel medyaya nazaran daha maliyetsiz olduğu görülmektedir. Hedef kitlesi özellikle genç nesil olan kurumların çoğunun iletişim bütçelerini sosyal medyada kullanmasına zemin oluşturmuştur. Yeni medyanın geleneksel medyanın birçok alanında tekeli sonlandırdığı görölse de bu iki medyanın birbirlerini beslediğini belirtmek gerekir. Bugün her iki medya içeriğinde de birçok eğlence ve haber paylaşılmaktadır (Tokatlı, 2016: 885).

1.7. Türkiye’de Medyanın Gelişimi

Kitle iletişim araçlarının tarihsel sürecine bakıldığında zaman zaman yeni gelen bir aracın etkilerinin önemli olduğu görülmektedir. Radyonun ortaya çıktığı zaman yazılı araçlar, televizyonun ortaya çıkması ile radyonun önemini kaybedeceği konusu gündeme gelmiştir. Ancak söz konusu araçların tümünün medya havuzu kapsamında kendisine bir yer bulduğu görülmüştür. Burada ihtiyacın ortadan kalkmasından ziyade o ihtiyacı karşılayan araçların, teknolojinin gelişimi sayesinde daha etkin ve verimli olan araçla yer değiştirdiğini söylemek mümkündür (Köseoğlu, 2012:426-427). Bu başlıkta Türkiye’de medyanın nasıl geliştiği konusu üzerinde durulacaktır.

1.7.1. Geleneksel Medyanın Gelişimi

Johanness Gutenberg tarafından 1450’de icat edilen matbaa, iletişim teknolojisindeki ilk araç olarak kabul edilir. 16. yüzyılda ise ilk gazete basılmış ve baskı makinesi kitle iletişim için ilk defa kullanılmıştır. 1741’de Philadelphia’da da ilk derginin yayımlandığı kayıtlara geçmiştir. Matbaanın yaygın ve etkin kullanılmaya başlanması ile birlikte gazete, dergi, kitap ve diğer basılı ürünleri kitle iletişimde önemli araçlara dönüşmüştür (Erdoğan, 2005:287). Bu durum iletişim teknolojisinin doğması ve gelişimi için zemin hazırlamıştır. Özellikle basılı materyallerin iletişim teknolojisi şeklinde önemini ve yerini uzun süre koruduğu görülmektedir. Telgrafın icat edilmesiyle iletişim teknolojisinde ikinci aşama olarak ifade edilen “analog dönem” başlamıştır. İki merkezin arasında, kararlaştırılan işaretlerin yardımı ile yazılı belge veya haberlerin iletilmesini sağlayan telekomünikasyon düzeni kurulan telgraf, Samuel Morse’un geliştirdiği Morse Alfabesi ile çağ atlamıştır. Telgraf teknolojisi kullanımının sosyal, ekonomik ve siyasal anlamda farklı yansımalarının olduğunu belirtmek gerekir. Bu açıdan basım çağı telgrafla birlikte analog çağına geçilmiş ve bu anlamda bir devrim (Aktaş 2014: 38) yaşanmıştır.

Telgraf, yazılı metinle iletişim kurmayı sağlarken iletişimin diğer bir çeşidi işitsel verinin iletilmesi de Alexander Graham Bell tarafından 1876’da icat edilmiş telefonla mümkün olmuştur. Böylelikle ilk defa bir iletişim aracı ile işitsel verinin iletilmesi gerçekleşmiştir. Eşzamanlı işitsel verilerin karşılıklı bir şekilde aktarılması iletişim teknolojisinde yeni bir sayfanın açılmasını sağlamıştır (Birsen, 2013:9). 1895 yılında Guglielmo Marconi’nin icat ettiği telsizle de işitsel veri aktarımının uzak mesafelere

kablosuz bir şekilde gönderilmesi mümkün hale gelmiştir. Bu icat iletişimi farklı bir boyuta taşımıştır. Ardından radyonun doğmasına zemin hazırlayan bu icat, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması konusunda önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir (Aziz, 2006: 17).

Türkiye’de görsel ve işitsel medyanın tarihsel sürecine bakıldığında bir asır geriye gitmek yeterlidir. 19. Yüzyılın başlarında elektrik, telgraf ile telefonun icadıyla radyo dalgalarının keşfedilmesi; görsel ve işitsel medyanın doğmasını sağlamıştır. Radyo dalgalarının kullanılarak sesin bir yerden bir başka yere herhangi bir engele takılmadan nakledilmesi savaş dönemlerinde daha fazla artmıştır. İlk telsiz telefon denemelerinin de bu yıllarda yapıldığı görülmektedir (Dursun, 2017: 98).

Türkiye ilk radyo yayınlarını 1927’de İstanbul ve Ankara’daki telsiz istasyonlarından başlamıştır. “406 sayılı Telgraf ve Telefon Kanunu”, 04.02.1924 tarihinde kabul edilmiştir ve buna göre; “telsiz istasyonlarını işletme hakkına Posta, Telgraf ve Telefon İdaresi sahipti”. 1926’da “özel hukuk tüzel kişisi” olarak kurulduğu görülen “Telsiz - Telefon Türk Anonim Şirketi (TTTAŞ)” 10 senelik süre içinde devlet tarafından radyo yayını yapma imtiyazı verilince; bu imtiyaza sahip kurum eliyle yapılmaya başlandığı görülmüştür. Türkiye’de radyo yayıncılığına devlet kontrolünde olan özel bir işletmeyle başlanmıştır. Ortaklarının arasında “Anadolu Ajansı, İş Bankası, siyasi iktidara yakınlığıyla bilinen Falih Rıfkı, Cemal Hüsnü” gibi isimlerin olduğu bu kurumun “Nizamname-i Dâhilîsi’nin Bakanlar Kurulu”na 6 Ocak 1926’da çıkarılan bir genelgeyle onaylanması ve bunun ardından “radyo yayın hakkının imzalanan İşletme Ruhsatnamesi” ile bu kuruma verilmesi Cumhuriyetin kurulma döneminde medya politikasıyla ilişkili asgari bir bilgi vermekle birlikte tek parti dönemlerinde iktidarın denetiminde bir basın politikası izlenmiştir (Korkmaz, 2009: 10).

Türkiye’de 1930-1940’larda propaganda araçları için kullanılan en etkili aracın radyo olduğu görülmektedir. Radyo sesinin bir anda bütün dünyayı sardığı görülmektedir. Bu nedenle savaş yılları içerisinde savaşan devletlerin cephede yapamadıklarını radyoyla yapma, başarısızlığı radyo edebiyatıyla örtbas etme, herhangi bir başarıyı yine aynı biçimde abartılarak propaganda aracına dönüştürme gayretiyle hareket ettikleri görülmektedir (Kuruoğlu, 2006: 55). Sonraki yıllarda yine Radyo’nun sahnede olduğunu, Türk Halkı’nın 27 Mayıs 1960 tarihindeki Askeri Müdahaleyi radyoda

okunan bildiriden öğrendiğini belirtmek gerekir. Benzer olarak 12 Eylül 1980 Darbesi'nin ardından darbe haberi yine basın ve yayın organları ile duyurulmuştur. Bu dönemde Kenan Evren'in tüm ülkeyi dolaşması ve radyo ve televizyonlardan neredeyse her gün yayımlanan konuşmalar yaptığı görülmektedir. Turgut Özal'ın 1983-1988 yılları arasında katılmış olduğu "İcraatın İçinden" isimli televizyon programında yapmış olduğu konuşmanın akabinde bu konuşmanın radyodan da verildiği görülmektedir (Ahmad, 1996: 102). Özetle, birçok ülkenin radyoyu toplumu kontrol altında tutma, kitleleri belirlenen hedefe kanalize etme ve yönlendirme amacıyla kullanmış ve halen daha kullanmaya devam etmektedir.

Türkiye'deki televizyon (TV) çalışmalarına 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ)'nde başlanmıştır. Bu ilk denemelerin Türkiye'de televizyonculuk tarihi açısından önemli olduğu görülmektedir. İTÜ'nün Taşkışla binasındaki bu yayınların başında İTÜ "Yüksek Frekans Kürsüsü Başkanı Mustafa Santur" vardı. Santur'un televizyon ile ilk tanışması 1948'de Avrupa seyahati sırasında olmuştur. Bu seyahatle televizyonun yakından tanınması ve son gelişmelerin takip edilmesi amaçlanmıştır. Avrupa seyahatinin ardından ülkeye dönen Santur, 16 Temmuz 1951 tarihinde İTÜ Elektrik Fakültesi Dekanlığı'na mektup ile bir başvuru yapmış ve televizyon kurma çalışmaları için destek ve izin istemiştir. Santur, yazdığı mektupta televizyon ile gelişen teknolojisi konularında öğrencilerin eğitimi ve ilk yayın denemelerinin yapılması olduğunu (Yanatma, 2002) aktarmıştır.

TRT yayıncılığıyla ilgili bu gelişmelerin yaşanması esnasında Türkiye'nin ilk televizyonu İTÜ TV'nin 1968'deki olaylardan etkilendiği ve öğrenciler ile binasının basıldığı görülmüştür. Öğrencilerin televizyon yayınlarını o dönemde "kapitalist kesimin ayrıcalığı" şeklinde görerek yayınları engellediklerini belirtmek gerekir. Bu eylemlerin ardından İTÜ yönetimi yayınlarını kesmiştir. İTÜ TV'nin yaklaşık olarak 20 yıl devam eden yayın yaşamı bir daha yayın yapmayacak biçimde sona ermiştir. Teknik ekipmanlarını da TRT'ye devretmiştir. Televizyon uzun yıllar TRT tekeline (Tekinalp, 2011: 228) kalmıştır.

TRT'nin "özerk yasa" ile kurulması ve yayınların korumaya alınması o dönemin iktidarı için rahatsızlık verici olmuştur. Bu rahatsızlığın, 1971 yılındaki 12 Mart Muhtırası'nın oluşturduğu ortamla beraber değişiklik yaşamıştır. Muhtıranın ardından Nihat Erim

Hükümeti kurulmuş ve Anayasa'nın TRT'ye özerklik verilen 121. md. 20 Eylül 1971 tarihinde değiştirilmiştir. Bununla birlikte televizyon yayıncılığının çok farklı bir döneme girdiği görülmektedir. TRT özerk yapıdan çıkmıştır “tarafsız bir kamu iktisadi kuruluş”a dönüşmüştür (Tekinalp, 2011: 244). Söz konusu yasada yapılan bu değişiklik ile TRT her gelen hükümetin “kendisine yakın genel müdürü atadığı tarafsızlığını kaybeden bir kurum” şeklinde ifade edilmeye başlanmıştır. Bu tartışmaların bugün dahi sürdüğünü belirtmek gerekir (Turşak, 2020: 22).

Türkiye 1984 yılında renkli yayına geçmiştir. Bu “sihirli kutu” ile birlikte dünyanın küçüldüğü belirtilmektedir. Avrupa ve Amerika'daki gelişmelere ayak uyduramadığı görülen Türkiye 1990 yılında TRT tekelinin gayri hukuki olarak yıkıldığı görülmektedir. Özel ilk televizyon kanalı olduğu görülen Star'ın (Magic Box) yayını daha sonraki dönemlerde diğer yerel ve ulusal kanallar takip edilmiştir. 1994 yılında “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun” kabul edilmiştir. Özel radyo ile televizyon kurumları bu kanunla hukuki çatıya girmiştir (Sekerci, 1996:7).

Bağımsız radyo ve televizyonların, 20 Nisan 1994'de “3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları” hakkındaki kanunla yasal bir nitelik kazanmıştır. Bu yasayla kamu hizmeti yayıncılığına devam eden TRT ile özel radyo ve televizyonlar üst kurulu olan “Radyo ve Televizyon Üst Kurulu” çatısında birleşeceklerdir. Sonraki dönemlerde yapılan düzenlemeler ile sıklıkla adından söz ettiren yasada televizyon yayınları “kamu hizmeti anlayışı içerisinde Türkiye Cumhuriyeti”nin bölünmez bütünlüğü, toplumun milli ve manevi değerlerine, demokratik kurallara ve kişi haklarına, genel ahlak, toplumun huzuru ve Türk aile yapısına vb. yayınlara imkan verilmemesi” ilkelerine aykırı olmayacak (Uslu, 2000: 70) şekilde düzenlenmiştir. Yasal engellemelerin tümüne karşın televizyonların bu ilkelere uymadıkları ve ilkesiz yayıncılık anlayışının giderek arttığını söylemek mümkündür. Yasalara uymayan kanallara RTÜK tarafından verilen cezaların da caydırıcı olamadığı görülmektedir. Özel televizyonların sayılarının da giderek arttığı ve sayısız boyuta ulaştığı görülmektedir.

1.7.2. Yeni Medyanın Gelişimi

Türkiye 1993 yılından itibaren internete bağlı durumdadır. İlk bağlantının Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ)'nden gerçekleştirildiği görülmektedir. 1991'de başlayan

Çalışmaların 1993’de Washington-Ankara arasında kiralık bir hat ile kurulan bağlantı sonucunda Türkiye’nin gerçek anlamda internetle tanıştığı görülmektedir. 12 Nisan günü gerçekleştirilen bu bağlantı her yılın bu zamanında “İnternet Haftası” olarak kutlanmaktadır. Bu bağlantının uzun süre ülke içindeki tek bağlantı olduğu ve internet gelişiminin niversite hatlarının kurulması ile yaygınlaştığı görülmektedir (Törenli, 2005: 42).

İnternet 1996’dan itibaren yalnızca kurumlara özgü bir kullanım ile kamuya açılmıştır. Bu tarihten sonra küreselleşen dünyanın etkisi ile teknolojik gelişmelerin çok yakından takip edilmesi ve uygulanmasıyla Türkiye’de evlerde de internet kullanımı başlamış ve zamanla artmıştır. Özellikle 2000’lerin ardından, internet bağlantı ücretlerinin eski dönemlere göre ucuzlaması ve bilgisayar sektörünün yaygınlaşarak gelişmesiyle internet zor ulaşılan bir olgu olmaktan uzaklaşmıştır. Kısa zamanda dünyanın çoğunda olduğu gibi Türkiye’de de varlığından vazgeçilemez ya da yokluğu düşünülemez teknolojik bir araç (Mutlu, 2011: 65) haline gelmiştir.

“We Are Social ve Hootsuite”ın birlikte yayımladığı “2021 Dünya İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri” raporu 6 başlıktan oluşturulmuştur (dijilopedi.com, 2021):

- “Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri 2021”
- “Dünya İnternet Kullanım İstatistikleri”
- “Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri”
- “Mobil Kullanım İstatistikleri”
- “E-Ticaret İstatistikleri”
- “Dijital Pazarlama İstatistikleri”

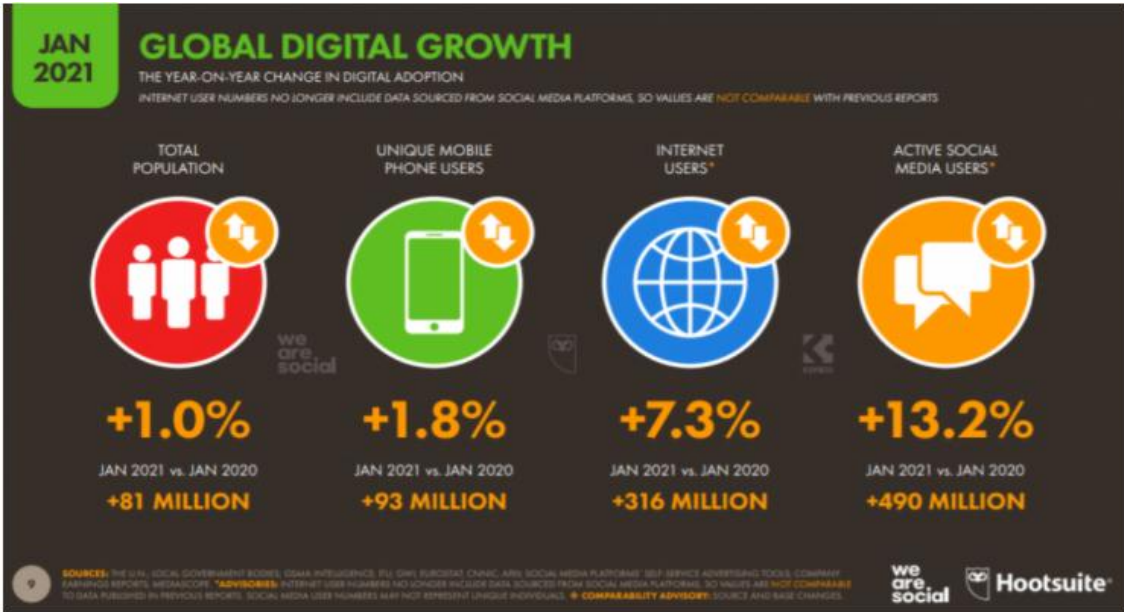


Şekil 4: Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri – 2021

Kaynak: dijilopedi.com, 2021

“We Are Social Digital in 2021” raporunda İnternet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistikleri:

- “4.66 milyar internet kullanıcısı, dünya nüfusunun %59’u”
- “4.20 milyar sosyal medya kullanıcısı, dünya nüfusunun %53’ü”
- “5.22 milyar mobil kullanıcısı, dünya nüfusunun %66’sını” oluşturmaktadır.



Şekil 5: Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri Yıllık Değişim

Kaynak: dijilopedi.com, 2021

“We Are Social Digital in 2021” raporuna göre İnternet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistiklerindeki yıllık büyüme oranları:

- “İnternet kullanıcı sayıları %7,3 (317 milyon)”
- “Sosyal medya kullanıcı sayısı %13,2 (490 milyon)”
- “Mobil kullanıcı sayısı %1,8 (93 milyon)” artış göstermiştir.

Geçen yıla oranla en çok artış sosyal medya kullanıcı sayısında olmuştur.

1.8. Literatür Taraması

Geleneksel medyayı kullanım biçimleri konusunda alanyazında yapılan araştırmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Araştırmaların genellikle medyanın insan veya topluma etkileri üzerinde durulduğu görülmektedir. Geleneksel medya konulu araştırmalara bakıldığında genellikle televizyonun ön plana çıktığı görülmektedir (Şahin, 2011: 50; Aladağ, 2012: 90; Zavalı ve Dağcı, 2019: 198; Kırtepe, 2012).

Televizyon çok fazla insana kolayca erişebilmekte ve ulaşılan kişileri de kolaylıkla etkilediği (Şahin, 2011: 250) görülmektedir. Televizyon izleme eğilimleriyle ilişkili yapılan araştırmalarda en fazla izlenen programların başında dizi filmlerin geldiği tespit edilmiştir. Bir toplumu ve kültürü anlama konusunda dizi filmlerin içeriği, karakterleri, ideolojisi ve olayları sunma biçimleri önemlidir. Aladağ (2012: 90) tarafından yapılan “Televizyon Dizilerinin Kültürel Yozlaşma Açısından İncelenmesi (Fırat Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması)” isimli çalışmada “Televizyon dizilerinin gençlerin kültürel yozlaşmaları üzerinde rolü bulunmaktadır” hipotezinin kabul edildiği görülmektedir. Zavalı ve Dağcı (2019: 198)’nin yaptığı çalışmada televizyon dizilerinin toplumu özendirici bazı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Kırtepe (2012: 43) çalışmasında “televizyon dizi film programlarının toplumu oluşturan bireylerin davranışlarına olan etkisinin yanı sıra toplumsal değerlere bakış açılarında da değişikliklere zemin hazırladığı” saptamıştır.

1.9. Türkiye’de İzlenen Diziler, Dinlenen Radyo Programları ve Okunan Gazetelerin Özellikleri

Televizyon dizileri, içinde ana karakterlerle çok sayıda yan karakteri olan, genellikle ana karakterlerin yaşadığı olayları anlatan televizyon programları olarak

tanımlanmaktadır. Dizilerde olay örgüsünün sürekli bir akışta olduğu görülmektedir. İzleyicilerin bu akış içerisinde tutulması için dizide kendini bulacağı hayatlar sunulmaktadır (Çakır ve Kınıt, 2009: 21). Dizi filmler, sergilendiği toplum özelliklerine göre şekillendirilmektedir. Bunun gerçekleşmesi konusunda toplumun sinemalaştırılması ile filmlerin kültürel bir ürün şeklinde kabul edilmesinin önemli rolü vardır. Senaristlerin içinde yaşadıkları toplumun özellikleri ve kültürel yapısına yakın olmaktadır. Bu yakınlığın yapılan çalışmalarda toplumsal bilinçdışının gösterimlerinin gerçekleştirilmesi konusunda olanak sağladığı görülmektedir (Kırtepe, 2012: 42).

Örneğin son zamanlarda gündemde olan “Yasak Elma” dizisinde zengin ve lüks yaşamın güzel gösterilerek buna itibar edilmesinin altı çizilmektedir. Fakirlik olumsuz bir şey olarak gösterilerek; alt sınıftakilerin kültürsüz şeklinde nitelendirilmesi söz konusudur. Yabancı ülkelerin yemekleriyle lüks ve zengin yaşama dair özendirici sahneler yansıtılmıştır. Meşrulaştırılmış davranış ve söylemlerle aile, arkadaş, komşu ve ikili ilişkilerin yozlaştığı tespit edilmiştir. Zenginlerin arasında komşuluk ilişkisinin olmadığı; fakir kişilerin komşularının ise dedikoducu olarak betimlendiği görülmektedir. Dizideki kaba ve argo kelimeler, kısaltılmış kelimeler, özellikle yabancı cümleler ve kelimelerin olduğu görülmektedir. Bu durum dilin yozlaşması bağlamında değerlendirilmektedir. Gelenek görenek içinde düğün sahnelerinin çok fazla gösterilmediği görülmektedir. Aileden habersiz evlenmek, evlenmeden önce birlikte olmak gibi durumların normalmiş gibi yansıtıldığını belirtmek gerekir (Batu ve Kaptan, 2020:150-151).

Türkiye’de yayınlandığı yıl reyting rekorları kıran ve önemli dizilerden biri olan “Yaprak Dökümü” dizisinde, kadın kimliğinin temsil edildiği görülmektedir. Aytekin (2018: 454) diziyle ilgili olarak; “Medya, kadınlar ve dişilik hakkında sırasıyla stereotipik, ataerkil ve egemen değerleri aktaran temel araçlar olarak algılanır. Bu değerlere bağlı kalınmak suretiyle kadın medyada ya korunması gereken, masum, saf, anne, eş olarak ya da basit, fethan, cinselliği ön plana çıkarılmış kötü kadın olarak yer almaktadır. Her konumda genellikle ikinci plandadırlar, ancak gençlerse mutlaka güzeldirler. Çalışıyorlarsa ev işlerini ikinci plana düşürmeyecek geleneksel kadın mesleklerinde çalışıyorlardır. Öncelik hep anneliğe verilmektedir. Böylece kadının birincil görevi annelik olarak betimlenmektedir” demiştir.

Varlı ve Gürer (2020:647-648) tarafından yapılan çalışmada, ulusal kanallardaki dizilerde kadın karakterlerin nasıl tanımlandığı aktarılmıştır. Dizilerde kadına verilen toplumsal cinsiyet rollerinin en başında anneliğin geldiği belirtilmektedir. Anne olmayan kadın karakterlerinse “anaç” duygularla hareket ettiği ve kendinin sahip olmadığı bir çocuk ya da kardeşe kol kanat gerdiği gözlemlenmiştir. Bu çalışmada, “kadın karakter”, “cevakâr”, “fedakâr” şeklinde nitelendirilmiştir. Böylece kadınların, kendi yaşamlarının yerine başkalarının yaşamlarını ön planda tutup; onların mutluluğu için çalışanlar olarak gösterilmiştir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında “toplumun kadın cinsine yönelik yıllardır yapmış olduğu kategorileştirmenin dizilerin sunduğu evrende ana karakterler özelinde devam etmesi önemli bir bulgu” olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye’de en çok dinlenen radyo programlarına gelince, özellikle radyolarda yapılan yarışma programlarının eğlendirici niteliğinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu programlar öğretmenin amaçlandığı bilgi-eğlence programı formatında kurgulanan programları ifade etmektedir. Bazı programların yarışanların genel kültürü veya belli bir alandaki bilgilerinin ortaya konulduğu, bazılarının da uzmanların sorduğu sorulardan oluştuğu görülmektedir. Bunların yanında tartışma programlarının da oldukça fazla takip edildiği görülmektedir. Tarafsız bir sunucuyla birlikte karşıt görüşlerin ifade edildiği iki ya da daha fazla konuşmacının bulunduğu radyo programlarıdır. Bu programlar hazırlanırken dikkat edilmesi gereken konu, program sunucusunun konuya hâkim olması gerekmektedir. Bunların yanında radyodaki show programlarının da önemli olduğunu belirtmek gerekir. Bu programlara örnek olarak “Geveze Show, Cem Ceminay Show Time, Michael Show, Bay J Show” gibi programlar gösterilebilir (Kuyucu, 2013: 380).

Gazetenin, kitle iletişim araçları arasında önemli bir yeri vardır. Türkiye’de yayımlanan ulusal gazetelerin genellikle hükümet ya da devletle, özeldeyse siyasiler ve bürokratlarla yakın ilişki içinde oldukları belirtilmektedir. Onlara, dolaylı ya da doğrudan maddi destek almak, haber kaynağı şeklinde yararlanmak gibi konularda bağımlı oldukları görülmektedir. Ulusal gazetelerde aktarılır haberlerdeki konularla ifade edilen görüşlerin, söz konusu bağımlılıktan izler taşımaktadır (Gencel, 2003: 131). Ulusal gazetelerdeki siyasal gündemin genellikle, siyasal/ekonomik merkezli olduğu görülmektedir. Bu habercilik anlayışında, bazen yapay krizlerle gündemin değiştirildiği

ya da var olan siyasetin ancak popülist bir kapsamda eleştirilerek yeniden üretildiğini belirtmek gerekir. Bu sebeple “Türkiye’de ulusal gazetelerin geleneksel gazetecilik anlayışının değişime uğrayarak çoğulculaşması, demokratik dönüşümleri sağlayacak mekanizmaları da beraberinde getireceği için büyük bir önem taşımaktadır. Ancak, mevcut sermaye/mülkiyet yapısı ile tekelleşme içerisinde ulusal gazetelerin bunu gerçekleştiremediği düşünülmektedir” (Gürkan 2003: 164).

1.10. Tutuklu ve Hükümlü Kavramları

1.10.1. Tutuklu Statüsü

Tutuklama, hakkında suçlu olduğu konusunda kesin hüküm olmayan sanık veya şüphelinin, suç işlediğiyle ilgili kuvvetli şüphe duyulan somut deliller ve bir tutuklama sebebinin bulunması durumlarında tutuklama tedbiri somut olayla orantılı olma şartıyla özgürlüğünün hakim kararlarıyla kısıtlanması olarak ifade edilmektedir (Ceza Muhakemesi Kanunu, madde 100/1). “5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu” 101. m. de” *tutuklama kararı soruşturma evresinde savcının talebi üzerine sulh ceza hakimii tarafından, kovuşturma evresinde ise savcının talebi üzerine veya re’sen mahkeme tarafından*” verildiği ifade edilmiştir. T.C. Anayasası 19. md.nin üçüncü fıkrasında tutuklamaya yalnızca hakim karar verebileceği belirtilmiş, bu kuralın istisnasının olmadığı aktarılmıştır. Burada, tutuklama kararının ancak ceza yargılamasının hedefleri, gerçeklerin ortaya çıkarılması ve kararların uygulanabilmesi için mecburi durumlarda başvurulabilen koruma tedbiri olduğu bildirilmiştir (Toroslu ve Feyzioğlu, 2015: 217).

Tutuklama, “5271 sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu (CMK)” çerçevesinde bir koruma tedbiri olarak ifade edilmiştir. Buna karşın, tutuklama kararlarının suçüstü durumu ya da delillerin net olduğu hallerde verilmesi durumunda yargılamanın hızlı bir şekilde bitirilmesi gerekir. Aksi durumun koruma tedbiri kurumu olan tutuklamanın, mahkeme ve toplum nezdinde infaz kurumuna dönüşmesine neden olacaktır. Bu nedenle, tutuklamanın, koruma tedbiri niteliği taşıması için tutuklu işlerin mahkeme oturumları sonucunda bitirilmesi gerekir (Centel ve Zafer, 2016: 363). Anayasa’nın 19. m. 7. fıkrası gereğince tutuklu kimselerin yargılanması makul sürede tamamlanmalıdır. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi’nin de tutukluluk durumunun cezaya dönüşecek kadar uzun sürmesini Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’ne aykırı bulduğu görülmektedir (Centel, 2013: 197).

1.10.2. Hükümlü Statüsü

Yargılama makamının faaliyetleri neticesinde yüklenen suçun işlediğinin sabit bulunması halinde sanıkla ilgili “mahkumiyet kararı” verilir (CMK m. 223/5).” *Ceza, işlenen suçun mahiyeti ve ağırlığına göre, sanığın özgürlüğüne ve/veya malvarlığına yönelik uygulanan yaptırımdır. Cezalar; hapis ve adli para cezalarıdır*” (TCK m. 45). Hükümlünün malvarlığıyla ilgili yaptırım adli para cezası olarak belirlenebilir. Özgürlüğe yönelik hapis cezalarıysa “sürelî hapis cezası”, “müebbet hapis cezası” ve “ağırlaştırılmış müebbet hapis cezası” olarak üç gruba ayrılır. Sürelî hapis cezası aksi öngörülme hallerde, en az bir ay, en fazla yirmi yıl şeklinde belirlenmiştir. Bir yıl ve daha azına hükmedilmiş cezalar kısa süreli hapis cezalarıdır. Müebbet hapis cezasıysa hükümlünün hayatı boyunca devam eder. Ağırlaştırılmış müebbet cezası hükümlünün yaşamı boyunca devam eder ve sıkı güvenlik rejimine göre çektirilir (TCK m. 47, 48, 49).

Kişi özgürlüğü ve güvenliği ilkesinin hükümlüler açısından da geçerli olduğunu belirtmek gerekir. Kişinin ancak mahkeme kararı sonunda hapis cezasına çarptırılabilirdiği görülür. Hükümlüler, hapis cezasının infazıyla ilgili, infaz kurumlarına kabul edilebilir. Hakkında mahkumiyet hükmü verilmiş olan tutukluların, mahkumiyet kararlarının kesinleşmesinden sonra tutukluk durumu biter. Hükümlü tutukevi veya infaz kurumunda tutuklular için ayrılan bölümden çıkartılır; ceza infaz kurumu veya tutukevinin hükümlüler bölümüne aktarılır. Kesinleşmiş mahkumiyet kararı mahkeme tarafından “Cumhuriyet Başsavcılığı”na iletilir. İlam infaz defterine kaydedilir, hükümlüye çağrı kağıdı ya da yakalama emri çıkarılır. İnfaz kurumunda hükümlünün üstü ve eşyaları aranır, kabul odasına alınır, doktor muayenesinden sonra hükümlü ceza infaz kurumuna yerleştirilir (CGTİHK m. 20, 21).

İnfaz kurumundaki hükümlüler “5275 sayılı Ceza ve Güvenlik Tedbirlerinin İnfazı Hakkında Kanun” kapsamında doğan yükümlülüklerle sahiptir. Burada, “Hükümlü cezayı çekme, güvenlik ve iyileştirme programına uyma, sağlığın korunması kurallarına uyma, barınılan oda, kurum binası, yönetim tarafından kendisine bırakılan eşyaları korumakla yükümlüdür” (CGTİHK m. 26, 27, 28). Bunun yanında hükümlülerin salıverilmelerinin ardından yaşamlarını devam ettirebilmeleri için sanat ve meslek öğrenmelerinin sağlanması, üretme ve çalışma şevklerinin geliştirilmesi ya da

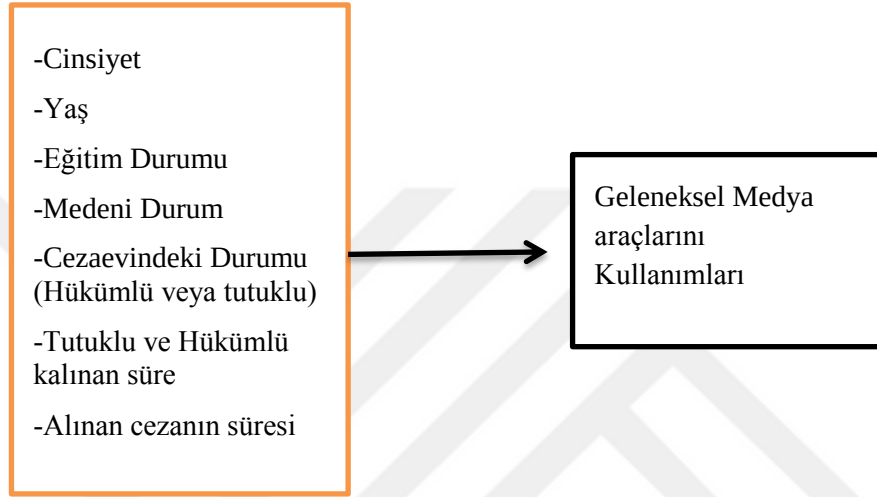
güçlendirilmesi için hükümlüler çalıştırılabilir. Hükümlüler çalışma ve ürettiklerinin karşılığını ücret olarak alır ve sosyal haklardan faydalandırılır (CGTİHK m. 29-32).



BÖLÜM 2: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Modeli

Yapılan bu araştırma katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanım alışkanlıklarını tespit edebilmek için genel tarama modelinde tasarlanmış ve uygulanmıştır.



Şekil 6: Araştırma Modeli

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıda yer araştırma modelini doğrultusunda araştırma sonuçlarına ulaşabilmek yapılan bu araştırma yöntemi olarak nitel yöntem uygulanmıştır.

2.1.1. Araştırmanın Hipotezleri

Cezaevinde bulunan tutuklu ve hükümlülerin geleneksel medyayı kullanım biçimlerinin tespit edilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki temel hipotezler oluşturulmuştur.

2.1.1.1. Araştırmanın Ana Hipotezi

Cezaevinde bulunan tutuklu ve hükümlülerin geleneksel medyayı kullanım biçimleri hangi düzeydedir?

2.1.1.2. Araştırmanın Alt Hipotezleri

H₁:Cinsiyete ile katılımcıların geleneksel iletişim araçlarını kullanımı ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar arasında ilişki vardır. (var mıdır?)

H₂:Yaş ile katılımcıların geleneksel iletişim araçlarını kullanımı ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar arasında ilişki vardır. (var mıdır?)

H₃:Eğitim Durumu ile katılımcıların geleneksel iletişim araçlarını kullanımı ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar arasında ilişki vardır. (var mıdır?)

H₄:Medeni Durum ile katılımcıların geleneksel iletişim araçlarını kullanımı ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar arasında ilişki vardır. (var mıdır?)

H₅:Cezaevindeki Durumu (Hükümlü veya tutuklu) ile katılımcıların geleneksel iletişim araçlarını kullanımı ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar arasında ilişki vardır. (var mıdır?)

H₆:Tutuklu ve Hükümlü kalınan süre ile katılımcıların geleneksel iletişim araçlarını kullanımı ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar arasında ilişki vardır. (var mıdır?)

H₇:Alınan cezanın süresi ile katılımcıların geleneksel iletişim araçlarını kullanımı ile ilgili sorulara verdikleri cevaplar arasında ilişki vardır. (var mıdır?)

2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Sakarya ilinde bulunana Ferizli L Tipi kapalı ceza infaz kurumunda yer alan tutuklu ve hükümlülerden oluşmaktadır. Örneklem ise evren yer alan 50 kadın ve 50 erkekten olmak üzere 100 katılımcıdan oluşmaktadır.

2.3. Araştırmanın Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan veri toplama aracı yazar tarafından yapılan literatür taraması sonucunda oluşturulmuştur. Veri toplama aracı 2 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde 6 sorunun yer aldığı demografik bilgiler formu yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanım alışkanlıklarını tespit etmek için oluşturulan 13 soru yer almaktadır.

2.4. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları

Katılımcıların kendilerine yöneltilen sorulara cevap verebilecek entelektüel yapıda oldukları, sorulara samimi ve doğru cevaplar verdikleri, örneklemin evreni temsil ettiği araştırmanın başlıca varsayımlarıdır.

Çalışmanın akademik amaçlar ile yapılmış olması, araştırmada sadece katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanımlarının incelenmesi ile sınırlı tutulması, araştırmanın örneklem üzerinde yapılması ve araştırmanın sadece cezaevlerinde kalan tutuklu ve hükümlüler üzerinde yapılmış olması araştırmanın başlıca sınırlılıklarıdır.

2.5. Verilerin Analizi

Yapılan bu araştırmada kategorik değişkenler için frekans ve yüzde değerleri hesaplanmış ve raporlanmıştır. Kategorik değişkenler arası ilişkilerin incelenmesinde Ki-kare analizi kullanılmıştır. $p < 0,05$ istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Tüm analizler SPSS 23 programı ile yapılmıştır.

BÖLÜM 3: BULGULAR VE YORUM

3.1. Tanımlayıcı İstatistiklere İlişkin Bulgular

Nitel araştırma; olayların ve olguların laboratuvar ortamı dışında, tümel biçimde ele alınması ile beraber anlamlarını bulmaya yönelik olan çalışmalardır. Doküman analizi ile gözleme dayalı şekilde gerçekleştirilen nitel araştırma, özellikle toplum davranışları üzerinde öne çıkmaktadır. Toplum davranışları ile beraber birçok farklı soyut kavram üzerinden önemli sonuca ulaşılmaktadır. Bu sayede bazı yanlışların daha etkin biçimde doğru noktaya ulaştırılması için olanak sağlanmaktadır.

Bu başlık altında katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler tablolatırılmış ve raporlanmıştır.

Tablo 1: Demografik Özelliklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

		n	%
Cinsiyet	Kadın	50	50,00
	Erkek	50	50,00
Yaş	18-25 Yaş	14	14,00
	26-30 Yaş	14	14,00
	31-40 Yaş	33	33,00
	41-50 Yaş	23	23,00
	51 yaş ve üzeri	16	16,00
	Okur yazar değil	14	14,00
	Okur Yazar	12	12,00
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	40	40,00
	Lise	24	24,00
	Üniversite	8	8,00
	Lisansüstü	2	2,00
Medeni Durum	Bekar	35	35,00
	Evli	56	56,00
	Boşanmış	9	9,00
Cezaevindeki Durumunuz	Hükümlü	66	66,00
	Tutuklu	34	34,00
	0-1 Yıl	25	25,00
Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?	2-5 Yıl	48	48,00
	6-10 Yıl	18	18,00
	11-20 Yıl	8	8,00
	21 Yıl ve üzeri	1	1,00
	1-5 Yıl	15	20,00
Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi	6-10 Yıl	19	25,33
	11-20 Yıl	19	25,33
	21 Yıl ve Üzeri	22	29,33

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların %50'sinin erkek ve %50'sinde kadın olduğu, %33'ünün 31-40 yaş aralığında, %23'ünün 41-50 yaş aralığında olduğu, %40'nın ilköğretim mezunu olduğu, %24'ünün lise mezunu olduğu, %56'sının evli olduğu, %66'sının hükümlü, %34'ünün tutuklu olduğu, %48'inin 2-5 yıldır tutuklu ve hükümlü olarak kaldığı ve %29'unun 21 yıl ve üzeri ceza aldığı tespit edilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Kendilerine Ayırdıkları Zamana İlişkin Frekans Dağılımları

	n	%
Kendinize ayırdığınız zaman: 1 Saatten Az	11	11,00
1-3 Saat	44	44,00
4-7 Saat	20	20,00
8 Saatten Fazla	25	25,00

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların kendilerine ayırdıkları zaman dağılımları incelendiğinde, %44'ünün günde 1-3 saat ve %25'inin 8 saatten fazla zaman ayırdığı, %20'sinin 4*7 saat ayırdığı tespit edilmiştir.

Tablo 3: Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türüne İlişkin Frekans Dağılımları

Kütüphaneden faydalanma Sıklığı	n	%		
Haftada Bir Defa	6	6,0		
Ayda Bir Defa	44	44,0		
Yılda Bir defa	15	15,0		
Hiç faydalanmıyorum	35	35,0		
			Hayır	Evet
Tercih Edilen Kitap Türü	n	%	n	%
Siyasi	96	96,00	6	6,00
Tarih	76	76,00	24	24,00
Kişisel Gelişim	70	70,00	30	30,00
Roman	73	73,00	27	27,00

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların %44'ünün kütüphaneden ayda bir defa %35'inin kütüphaneden hiç faydalanmadığı tespit edilmiştir. Tercih edilen kitap türleri incelendiğinde, %30'unun kişisel gelişim kitaplarını, %27'sinin roman, %24'ünde tarih kitaplarını tercih ettiği tespit edilirken %6'sının siyasi kitapları okumayı tercih ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 4: TV İzleme ve Gece ve Gündüz Kuşağı İzlenen Yayınların Frekans Dağılımı

		n	%		
Günlük TV izleme süresi (Saat)	1 Saatten Az	7	7,00		
	1-3 Saat	36	36,00		
	4-7 Saat	46	46,00		
	8 Saatten Fazla	11	11,00		
		Hayır		Evet	
		n	%	n	%
Gündüz kuşağında izlenen yayın					
Dizi		72	72,00	28	28,00
Yarışma		80	80,00	20	20,00
Reality Şov		95	95,00	5	5,00
Haber Bülteni		41	41,00	59	59,00
Tartışma Programı		92	92,00	8	8,00
Gece kuşağında izlenen yayın					
Dizi		48	48,00	52	52,00
Yarışma		88	88,00	12	12,00
Reality Şov		96	96,00	4	4,00
Haber Bülteni		63	63,00	37	37,00
Tartışma Programı		81	81,00	19	19,00

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların %46'sının günde 4-7 saat ve %36'sınında günde 1-3 saat TV izlediği tespit edilmiştir. Katılımcıların gündüz kuşağında izledikleri yayınların dağılımı incelendiğinde, %59'unun haber bülteni, %28'inin dizi ve %20'sinin yarışma programı izlediği tespit edilmiştir. Gece kuşağında izlenen yayın türleri dağılımları incelendiğinde, %52'sinin dizi, %37'sinin haber bülteni, %19'unun tartışma programı izlediği tespit edilmiştir.

Tablo 5: Takip Edilen Dizilere İlişkin Frekans Dağılımı

			n	%
	Hayır		Evet	
	n	%	n	%
Takip edilen dizi veya diziler?				
Çukur	54	54,55	45	45,45
Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	38	38,38	61	61,62
Masumlar Apartmanı	92	92,93	7	7,07
Doğduğun Ev kaderindir	92	92,93	7	7,07
Alev Alev	86	86,87	13	13,13
Kırmızı Oda	71	71,72	28	28,28
Kardeşlerim	84	84,85	15	15,15
Masumiyet	93	93,94	6	6,06
Diğer	87	87,88	12	12,12

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların takip ettikleri diziler incelendiğinde, %61,62'sinin Eşkıya dünyaya hükümdar olmaz dizisini, %45,45'inin Çukur dizisini takip ettiği, %28,28'inin Kırmızı oda dizisini takip ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 6: Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete Bölümlerine İlişkin Frekans Dağılımları

	Hayır		Evet	
	n	%	n	%
Düzenli okunan gazeteler				
Hürriyet	44	53,01	39	46,99
Sabah	75	90,36	8	9,64
Akşam	79	95,18	4	4,82
Posta	48	57,83	35	42,17
Sözcü	66	79,52	17	20,48
Akit	83	100,00	0	,00
Cumhuriyet	83	100,00	0	,00
Yeni Şafak	82	98,80	1	1,20
Diğer	69	83,13	14	16,87
İlgi duyulan gazete bölümleri				
Ekonomi	76	76,00	24	24,00
Siyasi	65	65,00	35	35,00
Magazin	79	79,00	21	21,00
Spor	83	83,00	17	17,00
Eğlence	89	89,00	11	11,00
Polis Adliye Haberler	82	82,00	18	18,00

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların düzenli okudukları gazetelerin dağılımları incelendiğinde, %46,99'unun Hürriyet, %42,17'sinin Posta, %20,48'inin Sözcü gazetesini takip ettikleri Akit ve Cumhuriyet gazetelerini okuyan katılımcıların olmadığı tespit edilmiştir. Gazetelerde ilgi duyulan bölümler incelendiğinde, %35'inin siyasi, %24'ünün ekonomi ve %21'inin magazin haberlerini okumayı tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 7: Dinlenen Radyo Kanalı ve Dinlenen Radyo Program Türüne İlişkin Frekans Dağılımları

	Hayır		Evet	
	n	%	n	%
Dinlenen radyo kanalı				
Süper FM	79	85,87	13	14,13
Kral FM	83	90,22	9	9,78
Radyo mega	46	50,00	46	50,00
Best FM	82	89,13	10	10,87
Diğer	63	68,48	29	31,52
Dinlenen radyo programı türü				
Canlı yayın	44	47,83	48	52,17
Müzik	45	48,91	47	51,09
Bant Yayını	88	95,65	4	4,35
Haber Bülteni	83	90,22	9	9,78

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların dinledikleri radyo kanalları incelendiğinde, %50'sinin Radyo Mega, %31,52'sinin diğer ve %14,13'ünün Süper FM kanalını dinledikleri tespit edilmiştir. Dinlenen radyo programı incelendiğinde, %52,17'sinin canlı yayın, %51,09'unun müzik türünde programları dinlemeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 8: Dinlenen Müzik Türüne İlişkin Dağılımlar

	Hayır		Evet	
	n	%	n	%
Dinlenen müzik türü				
Türk Halk Müziği	76	87,36	11	12,64
Türk Sanat Müziği	76	87,36	11	12,64
Arabesk	70	80,46	17	19,54
Özgün	83	95,40	4	4,60
Pop	76	87,36	11	12,64
Hepsi	41	47,13	46	52,87

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dinlenen müzik türleri incelendiğinde %%52,87'sinin tüm müzik türlerini dinlediği, Türk Halk Müziği, Türk Sanat Müziği ve Türk Pop müziklerini dinleyenlerin oranlarının eşit ve %12,64 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 9: Geleneksel Medya Araçları Kullanımının Size Katkıları Nelerdir? Sorusuna Verilen Cevaplara İlişkin Frekans Dağılımları

	Hayır		Evet	
	n	%	n	%
Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir?				
Zaman Geçirme	79	81,44	18	18,56
Kişisel Gelişim	69	71,13	28	28,87
Gündemden Haberdar Olmak	71	73,20	26	26,80
Hepsi	55	56,70	42	43,30

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanımının katkılarına nelerdir sorusuna verilen cevaplarının dağılımı incelendiğinde %43,30'unun hepsi seçeneğini işaretlerken, %28,87'sinin kişisel gelişim dediği ve %26,80'nininde gündemden haberdar olmak dediği tespit edilmiştir.

3.2. Cinsiyet Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler

Bu başlık altında katılımcı bireylerin geleneksel medya araçlarını kullanımına ilişkin kendilerine yöneltilen sorulara vermiş oldukları cevapların cinsiyet değişkenine göre incelemesi yapılmış ve analiz sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 10: Cinsiyet ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cinsiyet				χ^2	sd.	p
		Kadın		Erkek				
		n	%	n	%			
Kütüphaneden faydalanma sıklığınız?	Haftada Bir Defa	1	16,67	5	83,33	2,453	3,00	0,000
	Ayda Bir Defa	23	52,27	21	47,73			
	Yılda Bir defa	1	6,67	14	93,33			
	Hiç faydalanmıyorum	25	71,43	10	28,57			
Kütüphaneden tercih edilen kitap türü (Siyasi)	Hayır	47	50,00	47	50,00	0,000	1,00	1,000
	Evet	3	50,00	3	50,00			
Tarih	Hayır	48	63,16	28	36,84	21,930	1,00	0,000
	Evet	2	8,33	22	91,67			
Kişisel Gelişim	Hayır	35	50,00	35	50,00	0,000	1,00	1,000
	Evet	15	50,00	15	50,00			
Roman	Hayır	36	49,32	37	50,68	0,051	1,00	0,822
	Evet	14	51,85	13	48,15			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyeti ile kütüphaneden faydalanma sıklığı ve tercih edilen kitap türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda,

Katılımcıların cinsiyeti ile kütüphaneden faydalanma sıklığı arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. ($p=0,0001$). Diğer bir ifade ile cinsiyet ile katılımcıların kütüphaneden faydalanma sıklıklarının ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde erkeklerde haftada bir defa (%83,3) ve ayda bir defa (%93,33) diyenlerin oranı kadınlara göre daha yüksek iken kadınlarda hiç faydalanmıyorum (%71,43) diyenlerin oranının erkeklerle göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların cinsiyeti ile kütüphaneden tercih edilen kitap türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Siyasi ($p=1,00$), Kişisel Gelişim ($p=1,00$), Roman ($p=0,822$), kitap tercihlerinin cinsiyeti ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile bu kitapların tercihinin cinsiyet ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cinsiyeti olan katılımcıların bu kitaplardaki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tarih ($p=0,0001$), kitabı tercihinde cinsiyet ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde erkeklerin (%91,67) kadınlara göre daha yüksek oranda tarih kitaplarını tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 11: Cinsiyet ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cinsiyet				χ^2	sd.	p
		Kadın		Erkek				
		n	%	n	%			
Gündüz kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	34	47,22	38	52,78	0,794	1,00	0,373
	Evet	16	57,14	12	42,86			
Yarışma	Hayır	39	48,75	41	51,25	0,250	1,00	0,617
	Evet	11	55,00	9	45,00			
Reality Şov	Hayır	49	51,58	46	48,42	1,895	1,00	0,362
	Evet	1	20,00	4	80,00			
Haber Bülteni	Hayır	23	56,10	18	43,90	1,033	1,00	0,309
	Evet	27	45,76	32	54,24			
Tartışma Programı	Hayır	46	50,00	46	50,00	0,000	1,00	1,000
	Evet	4	50,00	4	50,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyeti ile gündüz kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi (p=0,373), Yarışma (p=0,617), Reality Şov (p=0,362), Haber Bülteni (p=0,309), Tartışma Programı (p=1,00), yayın türlerinde, izlenen yayın türünün cinsiyeti ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gündüz kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların cinsiyeti ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cinsiyeti olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 12: Cinsiyet ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cinsiyet				χ^2	sd.	P
		Kadın		Erkek				
		n	%	n	%			
Gece kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	21	43,75	27	56,25	1,442	1,00	0,230
	Evet	29	55,77	23	44,23			
Yarışma	Hayır	44	50,00	44	50,00	0,000	1,00	1,000
	Evet	6	50,00	6	50,00			
Reality Şov	Hayır	49	51,04	47	48,96	1,042	1,00	0,617
	Evet	1	25,00	3	75,00			
Haber Bülteni	Hayır	33	52,38	30	47,62	0,386	1,00	0,534
	Evet	17	45,95	20	54,05			
Tartışma Programı	Hayır	44	54,32	37	45,68	3,184	1,00	0,074
	Evet	6	31,58	13	68,42			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyeti ile gece kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi (p=0,23), Yarışma (p=1,00), Reality Şov (p=0,617), Haber Bülteni (p=0,534), Tartışma Programı (p=0,074), türlerinde izlenen yayın türünün cinsiyeti ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gece kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların cinsiyeti ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cinsiyeti olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 13: Cinsiyet ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Takip edilen dizi veya diziler?		Cinsiyet						
		Kadın		Erkek		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%			
Çukur	Hayır	20	37,04	34	62,96	8,620	1,00	0,003
	Evet	30	66,67	15	33,33			
Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Hayır	23	60,53	15	39,47	2,478	1,00	0,115
	Evet	27	44,26	34	55,74			
Masumlar Apartmanı	Hayır	46	50,00	46	50,00	0,133	1,00	1,000
	Evet	4	57,14	3	42,86			
Doğduğun Ev kaderindir	Hayır	44	47,83	48	52,17	3,736	1,00	0,112
	Evet	6	85,71	1	14,29			
Alev Alev	Hayır	41	47,67	45	52,33	2,099	1,00	0,147
	Evet	9	69,23	4	30,77			
Kırmızı Oda	Hayır	32	45,07	39	54,93	2,966	1,00	0,085
	Evet	18	64,29	10	35,71			
Kardeşlerim	Hayır	40	47,62	44	52,38	1,847	1,00	0,174
	Evet	10	66,67	5	33,33			
Masumiyet	Hayır	44	47,31	49	52,69	6,259	1,00	0,027
	Evet	6	100,00	0	0,00			
Diğer	Hayır	46	52,87	41	47,13	1,611	1,00	0,204
	Evet	4	33,33	8	66,67			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyeti ile takip edilen dizi veya diziler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz ($p=0,115$), Masumlar Apartmanı ($p=1,00$), Doğduğun Ev kaderindir ($p=0,112$), Alev Alev ($p=0,147$), Kırmızı Oda ($p=0,085$), Kardeşlerim ($p=0,174$), Diğer ($p=0,204$), dizilerinde izlenen dizi ile cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile izlenen dizi ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cinsiyeti olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Çukur ($p=0,003$), ve Masumiyet ($p=0,027$) dizilerinin izlenme durumunun cinsiyet ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, Çukur dizisini (%66,67) ve Masumiyet dizisini (%100) kadınların erkeklere göre daha yüksek oranda izlediği belirlenmiştir.

Tablo 14: Cinsiyet ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi

		Cinsiyet				χ^2	sd.	P
		Kadın		Erkek				
		n	%	n	%			
Düzenli okunan gazeteler (Hürriyet)	Hayır	12	27,27	32	72,73	7,258	1,00	0,007
	Evet	22	56,41	17	43,59			
Sabah	Hayır	30	40,00	45	60,00	0,299	1,00	0,711
	Evet	4	50,00	4	50,00			
Akşam	Hayır	33	41,77	46	58,23	0,443	1,00	0,641
	Evet	1	25,00	3	75,00			
Posta	Hayır	23	47,92	25	52,08	2,275	1,00	0,131
	Evet	11	31,43	24	68,57			
Sözcü	Hayır	33	50,00	33	50,00	10,880	1,00	0,001
	Evet	1	5,88	16	94,12			
Akit	Hayır	34	40,96	49	59,04	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00			
Cumhuriyet	Hayır	34	40,96	49	59,04	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00			
Yeni Şafak	Hayır	34	41,46	48	58,54	0,702	1,00	1,000
	Evet	0	0,00	1	100,00			
Diğer	Hayır	29	42,03	40	57,97	0,192	1,00	0,661
	Evet	5	35,71	9	64,29			
İlgi duyulan gazete bölümleri (Ekonomi)	Hayır	38	50,00	38	50,00	0,000	1,00	1,000
	Evet	12	50,00	12	50,00			
Siyasi	Hayır	36	55,38	29	44,62	2,154	1,00	0,142
	Evet	14	40,00	21	60,00			
Magazin	Hayır	42	53,16	37	46,84	1,507	1,00	0,220
	Evet	8	38,10	13	61,90			
Spor	Hayır	49	59,04	34	40,96	15,946	1,00	0,000
	Evet	1	5,88	16	94,12			
Eğlence	Hayır	42	47,19	47	52,81	2,554	1,00	0,110
	Evet	8	72,73	3	27,27			
Polis Adliye Haberler	Hayır	44	53,66	38	46,34	2,439	1,00	0,118
	Evet	6	33,33	12	66,67			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyeti ile düzenli okunan gazeteler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Sabah (p=0,711), Akşam (p=0,641), Posta (p=0,131), Yeni Şafak (p=1,00), Diğer (p=0,661), okunan gazete türlerinde, okunan gazete ile cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile okunan gazete ile katılımcıların cinsiyeti

arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cinsiyette olan katılımcıların bu gazetelerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Akit (p=NA) ve Cumhuriyet (p=NA) gazetelerinde tüm katılımcıların okumadığı tespit edilmiştir. Bu iki gazeteyi okuyan katılımcı olmadığı için p değeri hesaplanamamıştır.

Hürriyet (p=0,007) ve Sözcü (p=0,001), gazetesini okuma durumu ile cinsiyet arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde Hürriyet gazetesini kadınların (%56,41) erkeklere göre daha yüksek oranda ve sözcü gazetesini de erkeklerin (%94,12) kadınlara göre daha yüksek oranda okuduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların cinsiyeti ile ilgi duyulan gazete bölümleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Ekonomi (p=1,00), Siyasi (p=0,142), Magazin (p=0,22), Eğlence (p=0,110), Polis Adliye Haberler (p=0,118), ilgi duyulan gazete bölümlerinde, ilgi duyulan gazete bölümü ile Cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile ilgi duyulan gazete bölümü tercihi ile katılımcıların cinsiyeti ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cinsiyette olan katılımcıların bu gazete bölümlerini tercih düzeylerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Spor (p=0,000), bölümü okuma durumu ile cinsiyet arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde erkeklerin (%94,12) kadınlara göre bu bölümü daha yüksek oranda okumayı tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 15: Cinsiyet ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cinsiyet				χ^2	sd.	P
		Kadın		Erkek				
		n	%	n	%			
Günlük TV izleme süresi (Saat)	1 Saatten Az	4	57,14	3	42,86	1,048	1,00	0,849
	1-3 Saat	18	50,00	18	50,00			
	4-7 Saat	24	52,17	22	47,83			
	8 Saatten Fazla	4	36,36	7	63,64			
Kendinize ayırdığınız zaman:	1 Saatten Az	2	18,18	9	81,82	11,713	1,00	0,008
	1-3 Saat	25	56,82	19	43,18			
	4-7 Saat	6	30,00	14	70,00			
	8 Saatten Fazla	17	68,00	8	32,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyeti ile günlük TV izleme süresi arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, günlük TV izleme süresi (Saat) ($p=0,849$), ile cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı cinsiyette olan katılımcıların günlük TV izleme süreleri birbirine benzerdir.

Katılımcıların cinsiyeti ile kendilerine ayırmış oldukları zaman arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kendilerine ayırmış oldukları zaman ($p=0,008$), ile cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı cinsiyeti olan katılımcıların kendilerine ayırmış oldukları zamanların düzeyi birbirinden farklıdır. Oranlar incelendiğinde 1 saatten az zaman ayıranlarda erkeklerin oranı (%81,82) ve 4-7 saat ayıranlarda yine erkeklerin (%70,00) oranı yüksek iken kadınların oranı ise 8 saatten fazla ayıranlarda daha yüksek olduğu (%68,00) tespit edilmiştir. Kadınların kendilerine ayırdıkları zamanın 8 saatten fazla erkeklerin ise 7 saatten az olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 16: Cinsiyet ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi

		Cinsiyet				χ^2	sd.	P
		Kadın		Erkek				
		n	%	n	%			
Dinlenen radyo kanalı (Süper FM)	Hayır	42	53,16	37	46,84	0,220	1,00	0,639
	Evet	6	46,15	7	53,85			
Kral FM	Hayır	44	53,01	39	46,99	0,239	1,00	0,732
	Evet	4	44,44	5	55,56			
Radyo mega	Hayır	23	50,00	23	50,00	0,174	1,00	0,676
	Evet	25	54,35	21	45,65			
Best FM	Hayır	42	51,22	40	48,78	0,275	1,00	0,600
	Evet	6	60,00	4	40,00			
Diğer	Hayır	34	53,97	29	46,03	0,258	1,00	0,612
	Evet	14	48,28	15	51,72			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyeti ile dinlenen radyo kanalı arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Süper FM ($p=0,639$), Kral FM ($p=0,732$), Radyo Mega ($p=0,676$), Best FM ($p=0,6$), Diğer ($p=0,612$), dinlenen radyo kanallarında, dinlenen radyo kanalı ile cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo kanalı ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı

cinsiyette olan katılımcıların bu radyo kanallarını dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 17: Cinsiyet ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Dinlenen radyo programı türü		Cinsiyet				χ^2	sd.	P
		Kadın		Erkek				
		n	%	n	%			
Canlı Yayınlar	Hayır	18	40,91	26	59,09	4,289	1,00	0,038
	Evet	30	62,50	18	37,50			
Müzik	Hayır	25	55,56	20	44,44	0,404	1,00	0,525
	Evet	23	48,94	24	51,06			
Bant Yayını	Hayır	47	53,41	41	46,59	1,238	1,00	0,346
	Evet	1	25,00	3	75,00			
Haber Bülteni	Hayır	45	54,22	38	45,78	1,419	1,00	0,302
	Evet	3	33,33	6	66,67			
Dinlenen müzik türü								
Türk Halk Müziği	Hayır	45	59,21	31	40,79	13,492	1,00	0,000
	Evet	0	0,00	11	100,00			
Türk Sanat Müziği	Hayır	45	59,21	31	40,79	13,492	1,00	0,000
	Evet	0	0,00	11	100,00			
Arabesk	Hayır	39	55,71	31	44,29	2,284	1,00	0,131
	Evet	6	35,29	11	64,71			
Özgün	Hayır	44	53,01	39	46,99	1,199	1,00	1,349
	Evet	1	25,00	3	75,00			
Pop	Hayır	39	51,32	37	48,68	0,040	1,00	0,841
	Evet	6	54,55	5	45,45			
Hepsi	Hayır	12	29,27	29	70,73	15,660	1,00	0,000
	Evet	33	71,74	13	28,26			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyeti ile dinlenen radyo programı türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Müzik (p=0,525), Bant Yayını (p=0,346), Haber Bülteni (p=0,302), dinlenen radyo program türlerinde, dinlenen radyo program türü ile cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo program türü ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cinsiyette olan katılımcıların bu radyo programı türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Canlı Yayınlar (p=0,038) dinleme durumu ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edildi. Oranlar incelendiğinde erkeklerin (%59,09) kadınlara göre daha yüksek oranda canlı yayın dinlemeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Katılımcıların cinsiyeti ile dinlenen müzik türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Arabesk (p=0,131), Özgün (p=1,349), Pop (p=0,841), dinlenen müzik türlerinde, dinlenen müzik türü ile cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen müzik türü ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı cinsiyette olan katılımcıların bu müzik türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Türk Halk Müziği (p=0,000), Türk Sanat Müziği (p=0,000) ve Hepsi (p=0,000) müzik türlerinde dinleme durumu ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, Türk halk müziği ve Türk sanat müziği dinleyenlerin %100'ünde erkek olduğu diğer bir ifadeyle Türk Halk müziğini ve Türk Sanat müziğini erkeklerin daha yüksek oranda dinlediği tespit edilirken kadınların ise hepsi seçeneğini erkeklere göre daha yüksek seçtiği tespit edilmiştir.

Tablo 18: Cinsiyet ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir?		Cinsiyet				χ^2	sd.	P
		Kadın		Erkek				
		n	%	n	%			
Zaman Geçirme	Hayır	45	56,96	34	43,04	7,078	1,00	0,008
	Evet	4	22,22	14	77,78			
Kişisel Gelişim	Hayır	33	47,83	36	52,17	0,692	1,00	0,406
	Evet	16	57,14	12	42,86			
Gündemden Haberdar Olmak	Hayır	34	47,89	37	52,11	0,732	1,00	0,392
	Evet	15	57,69	11	42,31			
Hepsi	Hayır	27	49,09	28	50,91	0,103	1,00	0,748
	Evet	22	52,38	20	47,62			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cinsiyeti ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Kişisel Gelişim (p=0,406), Gündemden Haberdar Olmak (p=0,392), Hepsi (p=0,748), cevaplarında, verilen cevaplar ile Cinsiyet arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların cinsiyeti arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cinsiyette olan katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Zaman Geçirme ($p=0,008$) cevabında ise cinsiyet ile anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarını zaman geçirmek için kullanma durumu ile cinsiyet arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde zaman geçirmek için geleneksel medya araçlarını kullanan katılımcılarda erkeklerin oranının (%77,78) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

3.3. Yaş Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler

Bu başlık altında katılımcı bireylerin geleneksel medya araçlarını kullanımına ilişkin kendilerine yöneltilen sorulara vermiş oldukları cevapların Yaş değişkenine göre incelemesi yapılmış ve analiz sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 19: Yaş ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

			Yaş										χ^2	sd.	p
			18-25 Yaş		26-30 Yaş		31-40 Yaş		41-50 Yaş		51 yaş ve üzeri				
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Kütüphaneden faydalanma sıklığınız?	Haftada Bir Defa	0	0,00	1	16,67	3	50,00	1	16,67	1	16,67	9,219	12	0,697	
	Ayda Bir Defa	7	15,91	10	22,73	14	31,82	8	18,18	5	11,36				
	Yılda Bir defa	2	13,33	1	6,67	4	26,67	4	26,67	4	26,67				
	Hiç faydalanmıyorum	5	14,29	2	5,71	12	34,29	10	28,57	6	17,14				
Kütüphaneden tercih edilen kitap türü (Siyasi)	Hayır	13	13,83	13	13,83	30	31,91	22	23,40	16	17,02	1,834	4	0,827	
	Evet	1	16,67	1	16,67	3	50,00	1	16,67	0	0,00				
Tarih	Hayır	9	11,84	10	13,16	30	39,47	17	22,37	10	13,16	7,593	4	0,1	
	Evet	5	20,83	4	16,67	3	12,50	6	25,00	6	25,00				
Kişisel Gelişim	Hayır	11	15,71	7	10,00	17	24,29	20	28,57	15	21,43	15,763	4	0,002	
	Evet	3	10,00	7	23,33	16	53,33	3	10,00	1	3,33				
Roman	Hayır	13	17,81	9	12,33	22	30,14	17	23,29	12	16,44	4,191	4	0,386	
	Evet	1	3,70	5	18,52	11	40,74	6	22,22	4	14,81				

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaşı ile kütüphaneden faydalanma sıklığı ve tercih edilen kitap türleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kütüphane kullanım sıklığı ile yaş arasında

anlamli iliski olmadigi tespit edilmiştir. (p=0,697). Yaş gruplarına göre kütüphane sıklığı dağılımları birbirine benzer düzeydedir.

Katılımcıların Siyasi (p=0,827), Tarih (p=0,100), Roman (p=0,386), kitap tercihlerinin yaş ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile bu kitapların tercihinin yaş ile anlamli bir ilişkisi olmadığı ve farklı yaş gruplarında olan katılımcıların bu kitaplardaki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Kişisel Gelişim (p=0,002) kitaplarında ise yaş ile anlamli bir ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Yaş gruplarına göre oranlar incelendiğine, kişisel gelişim kitaplarını okuyanların içinde en yüksek orana (%53,33) 31-40 yaş grubunda olanların sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile 31-40 yaş grubu diğer gruplara göre daha fazla kişisel gelişim kitaplarını tercih etmektedir.

Tablo 20: Yaş ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Yaş												
		18-25		26-30		31-40		41-50		51 yaş ve üzeri		χ^2	sd.	p
		Yaş		Yaş		Yaş		Yaş						
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Gündüz kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	11	15,28	10	13,89	24	33,33	14	19,44	13	18,06	2,289	4	0,695
	Evet	3	10,71	4	14,29	9	32,14	9	32,14	3	10,71			
Yarışma	Hayır	8	10,00	9	11,25	29	36,25	19	23,75	15	18,75	9,183	4	0,044
	Evet	6	30,00	5	25,00	4	20,00	4	20,00	1	5,00			
Reality Şov	Hayır	13	13,68	14	14,74	29	30,53	23	24,21	16	16,84	4,516	4	0,207
	Evet	1	20,00	0	0,00	4	80,00	0	0,00	0	0,00			
Haber Bülteni	Hayır	10	24,39	7	17,07	10	24,39	11	26,83	3	7,32	11,106	4	0,025
	Evet	4	6,78	7	11,86	23	38,98	12	20,34	13	22,03			
Tartışma Programı	Hayır	12	13,04	13	14,13	33	35,87	19	20,65	15	16,30	6,884	4	0,072
	Evet	2	25,00	1	12,50	0	0,00	4	50,00	1	12,50			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaşı ile gündüz kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamli iliski olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi (p=0,695), Reality Şov (p=0,207), Tartışma Programı (p=0,072), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün yaş ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gündüz kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların yaşı ile anlamli bir ilişkisi

olmadığı ve farklı yaş grubunda olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Yarışma (p=0,044) ve Haber Bülteni (p=0,025) yayın türlerinde ise yaş ile verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Yaş gruplarına göre oranlar incelendiğinde,

Yarışma yayın türünde evet cevabını verenlerde 18-25 yaş grubunun (%30) ve 26-30 yaş grubunun (%25) oranlarının diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu diğer bir ifade ile 18-25 ve 26-30 yaş gruplarının diğer yaş gruplarına göre daha yüksek oranda gündüz kuşağında yarışma programlarını tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Haber bülteni yayın türünde ise evet cevabını verenlerde 31-40 (%38,98) yaş grubu ile 51 yaş ve üzeri (%22,03) grubu diğer yaş gruplarına göre daha yüksek bir orana sahip oldukları tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile bu yaş grupları diğerlerine göre daha yüksek oranda gündüz kuşağında haber bülteni izlemeyi tercih etmektedirler.

Tablo 21: Yaş ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Yaş										χ^2	sd.	p
		18-25		26-30		31-40		41-50		51 yaş ve üzeri				
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Gece kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	9	18,75	5	10,42	14	29,17	8	16,67	12	25,00	9,028	4	0,06
	Evet	5	9,62	9	17,31	19	36,54	15	28,85	4	7,69			
Yarışma	Hayır	8	9,09	13	14,77	29	32,95	22	25,00	16	18,18	11,937	4	0,003
	Evet	6	50,00	1	8,33	4	33,33	1	8,33	0	0,00			
Reality Şov	Hayır	14	14,58	13	13,54	32	33,33	21	21,88	16	16,67	2,636	4	0,579
	Evet	0	0,00	1	25,00	1	25,00	2	50,00	0	0,00			
Haber Bülteni	Hayır	9	14,29	7	11,11	23	36,51	17	26,98	7	11,11	5,379	4	0,251
	Evet	5	13,51	7	18,92	10	27,03	6	16,22	9	24,32			
Tartışma Programı	Hayır	12	14,81	12	14,81	26	32,10	19	23,46	12	14,81	0,951	4	0,937
	Evet	2	10,53	2	10,53	7	36,84	4	21,05	4	21,05			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaşı ile gece kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Reality Şov (p=0,579), Haber Bülteni (p=0,251), Tartışma Programı (p=0,937), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün yaş ile ilişkili olmadığı tespit

edilmiştir. Diğer bir ifade ile gece kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların yaşı ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı yaş grubunda olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Dizi (p=0,06) ve Yarışma (p=0,003) yayın türlerinin izlenme durumunun ise yaş ile anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 22: Yaş ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Yaş										χ^2	sd.	p
		18-25		26-30		31-40		41-50		51 yaş ve üzeri				
		Yaş		Yaş		Yaş		Yaş						
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Takip edilen dizi veya diziler? (Çukur)	Hayır	6	11,11	7	12,96	18	33,33	12	22,22	11	20,37	2,28	4	0,684
	Evet	8	17,78	7	15,56	14	31,11	11	24,44	5	11,11			
Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Hayır	6	15,79	5	13,16	10	26,32	10	26,32	7	18,42	1,296	4	0,862
	Evet	8	13,11	9	14,75	22	36,07	13	21,31	9	14,75			
Masumlar Apartmanı	Hayır	14	15,22	13	14,13	28	30,43	22	23,91	15	16,30	2,255	4	0,753
	Evet	0	0,00	1	14,29	4	57,14	1	14,29	1	14,29			
Doğduğun Ev kaderindir	Hayır	13	14,13	13	14,13	27	29,35	23	25,00	16	17,39	5,347	4	0,15
	Evet	1	14,29	1	14,29	5	71,43	0	0,00	0	0,00			
Alev Alev	Hayır	13	15,12	12	13,95	26	30,23	20	23,26	15	17,44	1,76	4	0,792
	Evet	1	7,69	2	15,38	6	46,15	3	23,08	1	7,69			
Kırmızı Oda	Hayır	10	14,08	9	12,68	17	23,94	19	26,76	16	22,54	14,553	4	0,004
	Evet	4	14,29	5	17,86	15	53,57	4	14,29	0	0,00			
Kardeşlerim	Hayır	12	14,29	12	14,29	27	32,14	20	23,81	13	15,48	0,535	4	0,992
	Evet	2	13,33	2	13,33	5	33,33	3	20,00	3	20,00			
Masumiyet	Hayır	13	13,98	14	15,05	28	30,11	22	23,66	16	17,20	3,2	4	0,462
	Evet	1	16,67	0	0,00	4	66,67	1	16,67	0	0,00			
Diğer	Hayır	13	14,94	11	12,64	28	32,18	22	25,29	13	14,94	3,49	4	0,493
	Evet	1	8,33	3	25,00	4	33,33	1	8,33	3	25,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaşı ile takip edilen dizi veya diziler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Çukur (p=0,684), Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz (p=0,862), Masumlar Apartmanı (p=0,753), Doğduğun Ev kaderindir (p=0,150), Alev Alev (p=0,792), Kardeşlerim (p=0,992), Masumiyet (p=0,462), Diğer (p=0,493), dizilerinde izlenen dizi ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Kırmızı Oda (p=0,004) dizisini izleme durumu ile yaş arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Dizi izleme durum dağılımları yaşa göre incelendiğinde, 41-50 yaş

grubu (%26,76) olanların en yüksek izlememe oranına sahipken 31-40 yaş grubun ise en yüksek %53,57 izleme oranına sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile 31-40 yaş grubu diğer gruplara göre daha yüksek oranda izlemeyi tercih ederken 41-50 yaş grubu en yüksek izleme oranına sahip, aynı zamanda 51 yaş ve üstü olan grubun tamamı ise diziyi izlememektedir.

Tablo 23: Yaş ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi

		Yaş										χ^2 <i>sd.</i> <i>P</i>		
		18-25		26-30		31-40		41-50		51 yaş ve üzeri				
		Yaş	Yaş	Yaş	Yaş	Yaş	Yaş	Yaş	Yaş					
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Düzenli okunan gazeteler (Hürriyet)	Hayır	9	20,45	5	11,36	15	34,09	8	18,18	7	15,91	3,24	4	0,518
	Evet	4	10,26	8	20,51	11	28,21	10	25,64	6	15,38			
Sabah	Hayır	11	14,67	13	17,33	22	29,33	17	22,67	12	16,00	2,934	4	0,587
	Evet	2	25,00	0	0,00	4	50,00	1	12,50	1	12,50			
Akşam	Hayır	11	13,92	12	15,19	25	31,65	18	22,78	13	16,46	4,04	4	0,353
	Evet	2	50,00	1	25,00	1	25,00	0	0,00	0	0,00			
Posta	Hayır	9	18,75	6	12,50	14	29,17	11	22,92	8	16,67	1,742	4	0,783
	Evet	4	11,43	7	20,00	12	34,29	7	20,00	5	14,29			
Sözcü	Hayır	11	16,67	10	15,15	21	31,82	13	19,70	11	16,67	1,156	4	0,934
	Evet	2	11,76	3	17,65	5	29,41	5	29,41	2	11,76			
Akit	Hayır	13	15,66	13	15,66	26	31,33	18	21,69	13	15,66	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00			
Cumhuriyet	Hayır	13	15,66	13	15,66	26	31,33	18	21,69	13	15,66	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00			
Yeni Şafak	Hayır	13	15,85	13	15,85	26	31,71	18	21,95	12	14,63	4,656	4	0,47
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	100,00			
Diğer	Hayır	12	17,39	9	13,04	20	28,99	16	23,19	12	17,39	3,946	4	0,41
	Evet	1	7,14	4	28,57	6	42,86	2	14,29	1	7,14			
İlgi duyulan gazete bölümleri (Ekonomi)	Hayır	9	11,84	11	14,47	28	36,84	16	21,05	12	15,79	3,259	4	0,531
	Evet	5	20,83	3	12,50	5	20,83	7	29,17	4	16,67			
Siyasi	Hayır	8	12,31	5	7,69	23	35,38	18	27,69	11	16,92	7,855	4	0,097
	Evet	6	17,14	9	25,71	10	28,57	5	14,29	5	14,29			
Magazin	Hayır	10	12,66	10	12,66	25	31,65	18	22,78	16	20,25	6,518	4	0,154
	Evet	4	19,05	4	19,05	8	38,10	5	23,81	0	0,00			
Spor	Hayır	13	15,66	13	15,66	26	31,33	20	24,10	11	13,25	4,272	4	0,378
	Evet	1	5,88	1	5,88	7	41,18	3	17,65	5	29,41			
Eğlence	Hayır	12	13,48	12	13,48	30	33,71	20	22,47	15	16,85	1,279	4	0,885
	Evet	2	18,18	2	18,18	3	27,27	3	27,27	1	9,09			
Polis Adliye Haberler	Hayır	14	17,07	10	12,20	24	29,27	20	24,39	14	17,07	6,676	4	0,137
	Evet	0	0,00	4	22,22	9	50,00	3	16,67	2	11,11			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaşı ile düzenli okunan gazeteler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Hürriyet (p=0,518), Sabah (p=0,587), Akşam (p=0,353), Posta (p=0,783), Sözcü (p=0,934), Yeni Şafak (p=0,470), Diğer (p=0,410), okunan gazete türlerinde, okunan gazete ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile okunan gazete ile katılımcıların yaşı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı yaş grubunda olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Akit (p=NA) ve Cumhuriyet (p=NA) gazetesini hiçbir katılımcının okumadığını belirtmiştir. Bu nedenle bu gazeteler için bir p değeri hesaplanamamıştır.

Katılımcıların yaşı ile ilgi duyulan gazete bölümleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Ekonomi (p=0,531), Siyasi (p=0,097), Magazin (p=0,154), Spor (p=0,378), Eğlence (p=0,885), Polis Adliye Haberler (p=0,137), ilgi duyulan gazete bölümlerinde, ilgi duyulan gazete bölümü ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile ilgi duyulan gazete bölümü tercihi ile katılımcıların yaş ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı yaş grubunda olan katılımcıların bu gazete bölümlerini tercih düzeylerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 24: Yaş ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Yaş										χ^2	sd.	p
		18-25		26-30		31-40		41-50		51 yaş ve				
		Yaş		Yaş		Yaş		Yaş		üzeri				
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Günlük	1 Saatten Az	1	14,29	0	0,00	4	57,14	1	14,29	1	14,29	20,91	12	0,021
TV izleme	1-3 Saat	1	2,78	3	8,33	13	36,11	12	33,33	7	19,44			
süresi	4-7 Saat	12	26,09	10	21,74	12	26,09	8	17,39	4	8,70			
(Saat)	8 Saatten Fazla	0	0,00	1	9,09	4	36,36	2	18,18	4	36,36			
	1 Saatten Az	0	0,00	0	0,00	7	63,64	2	18,18	2	18,18	17,255	12	0,107
Kendinize	1-3 Saat	4	9,09	8	18,18	18	40,91	9	20,45	5	11,36			
ayırdığınız	4-7 Saat	5	25,00	2	10,00	3	15,00	4	20,00	6	30,00			
zaman:	8 Saatten Fazla	5	20,00	4	16,00	5	20,00	8	32,00	3	12,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaşı ile günlük TV izleme süresi arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, günlük TV izleme süresi (Saat) (p=0,021), ile yaş arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bir diğer ifade ile farklı yaş gruplarında olan katılımcıların günlük TV izleme süreleri birbirine benzer değildir. Dağılımlar incelendiğinde, 18-25 yaş aralığında olanların TV izleme süresinin 4-7 saat ile en yüksek düzeyde olduğu (%26,09), 45-50 yaş grubunda olanların TV izleme sürelerinin 1-3 saat (%33,33) ayırdıkları tespit edilmiştir.

Katılımcıların yaşı ile kendilerine ayırmış oldukları zaman arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kendilerine ayırmış oldukları zaman ($p=0,107$), ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı yaş olan katılımcıların kendilerine ayırmış oldukları zamanların düzeyi birbirine benzerdir.

Tablo 25: Yaş ile Dinlenen Radyo Kanalı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Yaş										χ^2	sd.	P
		18-25		26-30		31-40		41-50		51 yaş ve üzeri				
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Dinlenen radyo kanalı (Süper FM)	Hayır	13	16,46	9	11,39	26	32,91	17	21,52	14	17,72	5,341	4	0,228
	Evet	1	7,69	5	38,46	4	30,77	2	15,38	1	7,69			
Kral FM	Hayır	11	13,25	13	15,66	28	33,73	16	19,28	15	18,07	4,554	4	0,261
	Evet	3	33,33	1	11,11	2	22,22	3	33,33	0	0,00			
Radyo mega	Hayır	4	8,70	7	15,22	17	36,96	9	19,57	9	19,57	3,757	4	0,44
	Evet	10	21,74	7	15,22	13	28,26	10	21,74	6	13,04			
Best FM	Hayır	12	14,63	11	13,41	26	31,71	18	21,95	15	18,29	4,247	4	0,36
	Evet	2	20,00	3	30,00	4	40,00	1	10,00	0	0,00			
Diğer	Hayır	13	20,63	11	17,46	18	28,57	14	22,22	7	11,11	8,924	4	0,059
	Evet	1	3,45	3	10,34	12	41,38	5	17,24	8	27,59			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaşı ile dinlenen radyo kanalı arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Süper FM ($p=0,228$), Kral FM ($p=0,261$), Radyo mega ($p=0,440$), Best FM ($p=0,360$), Diğer ($p=0,059$), dinlenen radyo kanallarında, dinlenen radyo kanalı ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo kanalı ile katılımcıların yaş arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı yaş grubunda olan katılımcıların bu radyo kanallarını dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 26: Yaş ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Yaş										χ^2	sd.	p
		18-25		26-30		31-40		41-50		51 yaş ve üzeri				
		Yaş		Yaş		Yaş		Yaş						
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Dinlenen radyo programı türü (Canlı Yayınlar)	Hayır	6	13,64	6	13,64	15	34,09	10	22,73	7	15,91	0,518	4	0,972
	Evet	8	16,67	8	16,67	15	31,25	9	18,75	8	16,67			
Müzik	Hayır	6	13,33	6	13,33	15	33,33	8	17,78	10	22,22	2,67	4	0,615
	Evet	8	17,02	8	17,02	15	31,91	11	23,40	5	10,64			
Bant Yayını	Hayır	14	15,91	14	15,91	27	30,68	19	21,59	14	15,91	3,21	4	0,487
	Evet	0	0,00	0	0,00	3	75,00	0	0,00	1	25,00			
Haber Bülteni	Hayır	14	16,87	13	15,66	27	32,53	17	20,48	12	14,46	3,109	4	0,559
	Evet	0	0,00	1	11,11	3	33,33	2	22,22	3	33,33			
Dinlenen müzik türü (Türk Halk Müziği)	Hayır	13	17,11	13	17,11	27	35,53	16	21,05	7	9,21	11,393	4	0,008
	Evet	0	0,00	1	9,09	3	27,27	1	9,09	6	54,55			
Türk Sanat Müziği	Hayır	11	14,47	13	17,11	28	36,84	16	21,05	8	10,53	7,722	4	0,063
	Evet	2	18,18	1	9,09	2	18,18	1	9,09	5	45,45			
Arabesk	Hayır	7	10,00	12	17,14	24	34,29	14	20,00	13	18,57	8,447	4	0,059
	Evet	6	35,29	2	11,76	6	35,29	3	17,65	0	0,00			
Özgün	Hayır	12	14,46	14	16,87	28	33,73	16	19,28	13	15,66	1,902	4	0,953
	Evet	1	25,00	0	0,00	2	50,00	1	25,00	0	0,00			
Pop	Hayır	11	14,47	11	14,47	26	34,21	15	19,74	13	17,11	3,081	4	0,578
	Evet	2	18,18	3	27,27	4	36,36	2	18,18	0	0,00			
Hepsi	Hayır	8	19,51	5	12,20	14	34,15	7	17,07	7	17,07	2,309	4	0,692
	Evet	5	10,87	9	19,57	16	34,78	10	21,74	6	13,04			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaşı ile dinlenen radyo programı türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Canlı Yayınlar (p=0,972), Müzik (p=0,615), Bant Yayını (p=0,487), Haber Bülteni

(p=0,559), dinlenen radyo program türlerinde, dinlenen radyo program türü ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo program türü ile katılımcıların yaşı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı yaş grubunda olan katılımcıların bu radyo programı türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların yaşı ile dinlenen müzik türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Türk Sanat Müziği (p=0,063), Arabesk (p=0,059), Özgün (p=0,953), Pop (p=0,578), Hepsi (p=0,692), dinlenen müzik türlerinde, dinlenen müzik türü ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen bu müzik türleri ile katılımcıların yaşı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı yaş grubunda olan katılımcıların bu müzik türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Türk Halk Müziği (p=0,008) dinleme durumunun yaşı ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile yaşa bağlı olarak Türk Halk müziği dinleme oranlarının birbirinden farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde 18-25 yaş grubunda hiçbir katılımcının halk müziği dinlemediği ve dinleyenler içerisinde en yüksek orana 51 yaş ve üzeri grubun (%54,55) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 27: Yaş ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir?		Yaş												
		18-25 Yaş		26-30 Yaş		31-40 Yaş		41-50 Yaş		51 yaş ve üzeri		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Zaman	Hayır	11	13,92	11	13,92	27	34,18	16	20,25	14	17,72	0,803	4	0,966
Geçirme	Evet	3	16,67	3	16,67	6	33,33	4	22,22	2	11,11			
Kişisel	Hayır	8	11,59	7	10,14	27	39,13	16	23,19	11	15,94	6,893	4	0,134
Gelişim	Evet	6	21,43	7	25,00	6	21,43	4	14,29	5	17,86			
Gündemden	Hayır	11	15,49	9	12,68	25	35,21	15	21,13	11	15,49	1,224	4	0,902
Haberdar	Evet	3	11,54	5	19,23	8	30,77	5	19,23	5	19,23			
Olmak														
Hepsi	Hayır	11	20,00	9	16,36	15	27,27	10	18,18	10	18,18	5,341	4	0,254
	Evet	3	7,14	5	11,90	18	42,86	10	23,81	6	14,29			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların yaşı ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme (p=0,966), Kişisel

Gelişim (p=0,134), Gündemden Haberdar Olmak (p=0,902), Hepsi (p=0,254), Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir Sorusuna verilen cevaplarda, verilen cevaplar ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı yaş grubunda olan katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

3.4. Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler

Bu başlık altında katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanımına ilişkin kendilerine yöneltilen sorulara vermiş oldukları cevapların Eğitim düzeyi değişkenine göre incelemesi yapılmış ve analiz sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 28: Eğitim Düzeyi ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Eğitim Düzeyi										χ^2 <i>sd.</i> <i>P</i>		
		Okur yazar değil		Okur Yazar		İlköğretim		Lise		Lisans ve Üstü				
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Kütüphaneden Tercih edilen kitap türü (Siyasi)	Haftada Bir Defa	0	0,00	2	33,33	1	16,67	2	33,33	1	16,67	34,919	12	0,0001
	Ayda Bir Defa	1	2,27	7	15,91	20	45,45	14	31,82	2	4,55			
	Yılda Bir defa	0	0,00	0	0,00	8	53,33	4	26,67	3	20,00			
	Hiç faydalanmıyo rum	13	37,14	3	8,57	11	31,43	4	11,43	4	11,43			
Kütüphaneden tercih edilen kitap türü (Siyasi)	Hayır	14	14,89	11	11,70	37	39,36	23	24,47	9	9,57	1,932	4	0,771
	Evet	0	0,00	1	16,67	3	50,00	1	16,67	1	16,67			
Kişisel Gelişim	Hayır	14	18,42	9	11,84	31	40,79	15	19,74	7	9,21	7,851	4	0,085
	Evet	0	0,00	3	12,50	9	37,50	9	37,50	3	12,50			
	Hayır	13	18,57	7	10,00	29	41,43	14	20,00	7	10,00	6,184	4	0,179
	Evet	1	3,33	5	16,67	11	36,67	10	33,33	3	10,00			
Roman	Hayır	13	17,81	11	15,07	26	35,62	17	23,29	6	8,22	7,096	4	0,122
	Evet	1	3,70	1	3,70	14	51,85	7	25,93	4	14,81			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile kütüphaneden faydalanma sıklığı ve tercih edilen kitap türleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kütüphane kullanım sıklığı ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. ($p=0,0001$) Diğer biri ifade ile kütüphaneden faydalanma sıklık dağılımlarının eğitim düzeyine göre dağılımlarının farklılaştığı tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde okur yazar olmayanların kütüphaneden hiç faydalanmayanlar içerisinde en yüksek orana sahip olduğu (%37,14) ve ilköğretim mezunu olanların ayda bir kütüphaneden faydalananlar arasında en yüksek orana sahip oldukları (%45,45) tespit edilmiştir.

Katılımcıların Siyasi ($p=0,771$), Tarih ($p=0,085$), Kişisel Gelişim ($p=0,179$), Roman ($p=0,122$), kitap tercihlerinin Eğitim düzeyi ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile bu kitapların tercihinin eğitim düzeyi ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu kitaplardaki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 29: Eğitim Düzeyi ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Eğitim Düzeyi												
		Okur yazar değil		Okur Yazar		İlköğretim		Lise		Lisans ve Üstü		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Gündüz kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	9	12,50	6	8,33	30	41,67	19	26,39	8	11,11	4,203	4	0,38
	Evet	5	17,86	6	21,43	10	35,71	5	17,86	2	7,14			
Yarışma	Hayır	12	15,00	10	12,50	33	41,25	16	20,00	9	11,25	3,247	4	0,529
	Evet	2	10,00	2	10,00	7	35,00	8	40,00	1	5,00			
Reality Şov	Hayır	13	13,68	12	12,63	38	40,00	23	24,21	9	9,47	1,864	4	0,8
	Evet	1	20,00	0	0,00	2	40,00	1	20,00	1	20,00			
Haber Bülteni	Hayır	7	17,07	9	21,95	14	34,15	8	19,51	3	7,32	7,882	4	0,096
	Evet	7	11,86	3	5,08	26	44,07	16	27,12	7	11,86			
Tartışma Programı	Hayır	12	13,04	11	11,96	37	40,22	22	23,91	10	10,87	1,667	4	0,88
	Evet	2	25,00	1	12,50	3	37,50	2	25,00	0	0,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile gündüz kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz

sonucunda, Dizi (p=0,380), Yarışma (p=0,529), Reality Şov (p=0,800), Haber Bülteni (p=0,096), Tartışma Programı (p=0,880), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün Eğitim düzeyi ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gündüz kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların eğitim düzeyi ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 30: Eğitim Düzeyi ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Eğitim Düzeyi										χ^2 <i>sd.</i> <i>p</i>		
		Okur yazar değil		Okur Yazar		İlköğretim		Lise		Lisans ve Üstü				
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Gece kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	5	10,42	7	14,58	17	35,42	13	27,08	6	12,50	2,787	4	0,594
	Evet	9	17,31	5	9,62	23	44,23	11	21,15	4	7,69			
Yarışma	Hayır	13	14,77	11	12,50	37	42,05	18	20,45	9	10,23	4,259	4	0,341
	Evet	1	8,33	1	8,33	3	25,00	6	50,00	1	8,33			
Reality Şov	Hayır	14	14,58	12	12,50	38	39,58	23	23,96	9	9,38	2,083	4	0,761
	Evet	0	0,00	0	0,00	2	50,00	1	25,00	1	25,00			
Haber Bülteni	Hayır	10	15,87	5	7,94	25	39,68	16	25,40	7	11,11	3,123	4	0,538
	Evet	4	10,81	7	18,92	15	40,54	8	21,62	3	8,11			
Tartışma Programı	Hayır	12	14,81	11	13,58	31	38,27	19	23,46	8	9,88	1,337	4	0,885
	Evet	2	10,53	1	5,26	9	47,37	5	26,32	2	10,53			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile gece kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi (p=0,594), Yarışma (p=0,341), Reality Şov (p=0,761), Haber Bülteni (p=0,538), Tartışma Programı (p=0,885), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün eğitim düzeyi ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gece kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların eğitim düzeyi ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 31: Eğitim Düzeyi ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Eğitim Düzeyi												
		Okur yazar değil		Okur Yazar		İlköğretim		Lise		Lisans ve Üstü		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Takip edilen dizi veya diziler? (Çukur)	Hayır	4	7,41	6	11,11	25	46,30	14	25,93	5	9,26	5,073	4	0,28
	Evet	10	22,22	6	13,33	15	33,33	10	22,22	4	8,89			
Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Hayır	5	13,16	2	5,26	16	42,11	12	31,58	3	7,89	3,946	4	0,413
	Evet	9	14,75	10	16,39	24	39,34	12	19,67	6	9,84			
Masumlar Apartmanı	Hayır	14	15,22	12	13,04	37	40,22	22	23,91	7	7,61	3,989	4	0,317
	Evet	0	0,00	0	0,00	3	42,86	2	28,57	2	28,57			
Doğduğun Ev kaderindir	Hayır	13	14,13	11	11,96	37	40,22	23	25,00	8	8,70	1,398	4	0,944
	Evet	1	14,29	1	14,29	3	42,86	1	14,29	1	14,29			
Alev Alev	Hayır	12	13,95	9	10,47	34	39,53	23	26,74	8	9,30	3,581	4	0,44
	Evet	2	15,38	3	23,08	6	46,15	1	7,69	1	7,69			
Kırmızı Oda	Hayır	12	16,90	9	12,68	29	40,85	17	23,94	4	5,63	4,409	4	0,354
	Evet	2	7,14	3	10,71	11	39,29	7	25,00	5	17,86			
Kardeşlerim	Hayır	12	14,29	9	10,71	34	40,48	20	23,81	9	10,71	2,411	4	0,677
	Evet	2	13,33	3	20,00	6	40,00	4	26,67	0	0,00			
Masumiyet	Hayır	12	12,90	10	10,75	39	41,94	24	25,81	8	8,60	7,02	4	0,058
	Evet	2	33,33	2	33,33	1	16,67	0	0,00	1	16,67			
Diğer	Hayır	14	16,09	10	11,49	36	41,38	20	22,99	7	8,05	3,999	4	0,365
	Evet	0	0,00	2	16,67	4	33,33	4	33,33	2	16,67			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile takip edilen dizi veya diziler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Çukur (p=0,280), Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz (p=0,413), Masumlar Apartmanı (p=0,317), Doğduğun Ev kaderindir (p=0,944), Alev Alev (p=0,440), Kırmızı Oda (p=0,354), Kardeşlerim (p=0,677), Masumiyet (p=0,058), Diğer (p=0,365), dizilerinde izlenen dizi ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile izlenen dizi ile katılımcıların eğitim düzeyi ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 32: Eğitim Düzeyi ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi

		Eğitim Düzeyi										χ^2	sd.	P
		Okur yazar değil		Okur Yazar		İlköğretim		Lise		Lisans ve Üstü				
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Düzenli okunan gazeteler (Hürriyet)	Hayır	2	4,55	4	9,09	22	50,00	11	25,00	5	11,36	2,435	4	0,697
	Evet	1	2,56	7	17,95	16	41,03	12	30,77	3	7,69			
Sabah	Hayır	3	4,00	10	13,33	35	46,67	19	25,33	8	10,67	2,224	4	0,703
	Evet	0	0,00	1	12,50	3	37,50	4	50,00	0	0,00			
Akşam	Hayır	3	3,80	11	13,92	36	45,57	21	26,58	8	10,13	1,717	4	0,894
	Evet	0	0,00	0	0,00	2	50,00	2	50,00	0	0,00			
Posta	Hayır	1	2,08	6	12,50	17	35,42	19	39,58	5	10,42	9,666	4	0,035
	Evet	2	5,71	5	14,29	21	60,00	4	11,43	3	8,57			
Sözcü	Hayır	3	4,55	9	13,64	32	48,48	18	27,27	4	6,06	4,668	4	0,29
	Evet	0	0,00	2	11,76	6	35,29	5	29,41	4	23,53			
Akit	Hayır	3	3,61	11	13,25	38	45,78	23	27,71	8	9,64	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00			
Cumhuriyet	Hayır	3	3,61	11	13,25	38	45,78	23	27,71	8	9,64	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00			
Yeni Şafak	Hayır	3	3,66	11	13,41	37	45,12	23	28,05	8	9,76	4,005	4	1
	Evet	0	0,00	0	0,00	1	100,00	0	0,00	0	0,00			
Diğer	Hayır	2	2,90	10	14,49	31	44,93	20	28,99	6	8,70	2,281	4	0,689
	Evet	1	7,14	1	7,14	7	50,00	3	21,43	2	14,29			
İlgi duyulan gazete bölümleri (Ekonomi)	Hayır	13	17,11	8	10,53	32	42,11	16	21,05	7	9,21	4,639	4	0,319
	Evet	1	4,17	4	16,67	8	33,33	8	33,33	3	12,50			
Siyasi	Hayır	13	20,00	8	12,31	27	41,54	9	13,85	8	12,31	13,514	4	0,007
	Evet	1	2,86	4	11,43	13	37,14	15	42,86	2	5,71			
Magazin	Hayır	13	16,46	10	12,66	30	37,97	20	25,32	6	7,59	4,272	4	0,367
	Evet	1	4,76	2	9,52	10	47,62	4	19,05	4	19,05			
Spor	Hayır	14	16,87	10	12,05	31	37,35	20	24,10	8	9,64	4,088	4	0,38
	Evet	0	0,00	2	11,76	9	52,94	4	23,53	2	11,76			
Eğlence	Hayır	13	14,61	10	11,24	35	39,33	22	24,72	9	10,11	1,127	4	0,931
	Evet	1	9,09	2	18,18	5	45,45	2	18,18	1	9,09			
Polis Adliye Haberler	Hayır	14	17,07	9	10,98	30	36,59	20	24,39	9	10,98	5,302	4	0,238
	Evet	0	0,00	3	16,67	10	55,56	4	22,22	1	5,56			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile düzenli okunan gazeteler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda,

Hürriyet ($p=0,697$), Sabah ($p=0,703$), Akşam ($p=0,894$), Sözcü ($p=0,290$), Yeni Şafak ($p=1,00$), Diğer ($p=0,689$), okunan gazete türlerinde, okunan gazete ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile okunan gazete ile katılımcıların eğitim düzeyi ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Akit ($p=NA$) ve Cumhuriyet ($p=NA$) gazetesini katılımcıların tamamının okumadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle p değeri hesaplanamamıştır.

Posta ($p=0,035$) gazetesini okuma durumu ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde ilköğretim mezunlarının okuyanlar arasında en yüksek orana (%60) sahip oldukları ve lise mezunlarının da okumayanlar arasında en yüksek orana (% 39,58) sahip oldukları tespit edilmiştir.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile ilgi duyulan gazete bölümleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Ekonomi ($p=0,319$), Magazin ($p=0,367$), Spor ($p=0,380$), Eğlence ($p=0,931$), Polis Adli Haberler ($p=0,238$), ilgi duyulan gazete bölümlerinde, ilgi duyulan gazete bölümü ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile ilgi duyulan gazete bölümü tercihi ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu gazete bölümlerini tercih düzeylerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

İlgi duyulan gazete bölümünde Siyasi ($p=0,007$) olan gazete bölümlerinde eğitim düzeyi ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde lise mezunlarının (%42,86) diğer eğitim düzeylerine göre gazetelerin siyasi bölümlerine daha yüksek oranda ilgi gösterdikleri tespit edilmiştir.

Tablo 33: Eğitim Düzeyi ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Eğitim Düzeyi										χ^2	sd.	P
		Okur yazar değil		Okur Yazar		İlköğretim		Lise		Lisans ve Üstü				
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Günlük TV izleme süresi (Saat)	1 Saatten Az	2	28,57	1	14,29	1	14,29	2	28,57	1	14,29	8,009	4	0,783
	1-3 Saat	5	13,89	3	8,33	14	38,89	9	25,00	5	13,89			
	4-7 Saat	5	10,87	6	13,04	19	41,30	12	26,09	4	8,70			
	8 Saatten Fazla	2	18,18	2	18,18	6	54,55	1	9,09	0	0,00			
Kendinize ayırdığınız zaman:	1 Saatten Az	2	18,18	1	9,09	6	54,55	1	9,09	1	9,09	24,538	4	0,007
	1-3 Saat	5	11,36	2	4,55	21	47,73	11	25,00	5	11,36			
	4-7 Saat	1	5,00	1	5,00	5	25,00	10	50,00	3	15,00			
	8 Saatten Fazla	6	24,00	8	32,00	8	32,00	2	8,00	1	4,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile günlük TV izleme süresi arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, günlük TV izleme süresi (Saat) ($p=0,783$), ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların günlük TV izleme süreleri birbirine benzerdir.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile kendilerine ayırmış oldukları zaman arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kendilerine ayırmış oldukları zaman ($p=0,007$), ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların kendilerine ayırmış oldukları zamanların düzeyi birbirinden anlamlı düzeyde farklıdır. Oranlar incelendiğinde kendisine 8 saatten fazla zaman ayıranlar arasında en yüksek orana okuryazar eğitim düzeyinde olanlar ve ilköğretim mezunu olanların (%32) olduğu tespit edilirken, lise mezunlarının da kendisine 4-7 saat ayıranlar arasında %50 ile en yüksek orana sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 34: Eğitim Düzeyi ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi

		Eğitim Düzeyi												
		Okur yazar değil		Okur Yazar		İlköğretim		Lise		Lisans ve Üstü		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Dinlenen radyo kanalı (Süper FM)	Hayır	14	17,72	12	15,19	29	36,71	18	22,78	6	7,59	6,444	4	0,124
	Evet	0	0,00	0	0,00	8	61,54	3	23,08	2	15,38			
Kral FM	Hayır	13	15,66	11	13,25	33	39,76	18	21,69	8	9,64	1,172	4	0,943
	Evet	1	11,11	1	11,11	4	44,44	3	33,33	0	0,00			
Radyo mega	Hayır	6	13,04	3	6,52	19	41,30	13	28,26	5	10,87	5,003	4	0,287
	Evet	8	17,39	9	19,57	18	39,13	8	17,39	3	6,52			
Best FM	Hayır	13	15,85	11	13,41	34	41,46	17	20,73	7	8,54	2,145	4	0,731
	Evet	1	10,00	1	10,00	3	30,00	4	40,00	1	10,00			
Diğer	Hayır	10	15,87	10	15,87	23	36,51	14	22,22	6	9,52	2,028	4	0,76
	Evet	4	13,79	2	6,90	14	48,28	7	24,14	2	6,90			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile dinlenen radyo kanalı arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Süper FM ($p=0,124$), Kral FM ($p=0,943$), Radyo mega ($p=0,287$), Best FM ($p=0,731$), Diğer ($p=0,760$), dinlenen radyo kanallarında, dinlenen radyo kanalı ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo kanalı ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu radyo kanallarını dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 35: Eğitim Düzeyi ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Eğitim Düzeyi										χ^2	sd.	P
		Okur yazar değil		Okur Yazar		İlköğretim		Lise		Lisans ve Üstü				
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Dinlenen radyo programı türü (Canlı Yayınlar)	Hayır	1	2,27	5	11,36	24	54,55	9	20,45	5	11,36	14,672	4	0,005
	Evet	13	27,08	7	14,58	13	27,08	12	25,00	3	6,25			
Müzik	Hayır	12	26,67	8	17,78	12	26,67	10	22,22	3	6,67	13,554	4	0,009
	Evet	2	4,26	4	8,51	25	53,19	11	23,40	5	10,64			
Bant Yayını	Hayır	14	15,91	11	12,50	36	40,91	19	21,59	8	9,09	2,831	4	0,557
	Evet	0	0,00	1	25,00	1	25,00	2	50,00	0	0,00			
Haber Bülteni	Hayır	14	16,87	11	13,25	33	39,76	18	21,69	7	8,43	2,291	4	0,724
	Evet	0	0,00	1	11,11	4	44,44	3	33,33	1	11,11			
Dinlenen müzik türü (Türk Halk Müziği)	Hayır	12	15,79	9	11,84	29	38,16	19	25,00	7	9,21	4,646	4	0,271
	Evet	0	0,00	0	0,00	8	72,73	2	18,18	1	9,09			
Türk Sanat Müziği	Hayır	12	15,79	9	11,84	33	43,42	16	21,05	6	7,89	5,735	4	0,155
	Evet	0	0,00	0	0,00	4	36,36	5	45,45	2	18,18			
Arabesk	Hayır	11	15,71	7	10,00	27	38,57	19	27,14	6	8,57	3,75	4	0,437
	Evet	1	5,88	2	11,76	10	58,82	2	11,76	2	11,76			
Özgün	Hayır	12	14,46	9	10,84	35	42,17	21	25,30	6	7,23	5,768	4	0,12
	Evet	0	0,00	0	0,00	2	50,00	0	0,00	2	50,00			
Pop	Hayır	12	15,79	9	11,84	30	39,47	18	23,68	7	9,21	3,598	4	0,419
	Evet	0	0,00	0	0,00	7	63,64	3	27,27	1	9,09			
Hepsi	Hayır	1	2,44	2	4,88	23	56,10	10	24,39	5	12,20	13,856	4	0,006
	Evet	11	23,91	7	15,22	14	30,43	11	23,91	3	6,52			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile dinlenen radyo programı türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Bant Yayını ($p=0,557$), Haber Bülteni ($p=0,724$), radyo program türlerinde, dinlenen radyo program türü ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo program türü ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu radyo programı türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Canlı Yayınlar (p=0,005), Müzik (p=0,009) radyo programlarında dinleme durumu ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde okuryazar olmayanların yüksek oranda (%27,08) canlı yayın dinlediği ve ilköğretim mezunlarının da yüksek oranda (%54,55) canlı yayın dinlemediği tespit edilmiştir.

Müzik için oranlar incelendiğinde, okuryazar olanların yüksek oranda (%26,7) canlı müzik dinlemediği ve ilköğretim mezunu olanların (%53,19) yüksek oranda müzik dinlediği tespit edilmiştir.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile dinlenen müzik türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Türk Halk Müziği (p=0,271), Türk Sanat Müziği (p=0,155), Arabesk (p=0,437), Özgün (p=0,120), Pop (p=0,419), Hepsi (p=0,006), dinlenen müzik türlerinde, dinlenen müzik türü ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen müzik türü ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu müzik türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Okuryazar olmayanların hepsi diyen katılımcılar arasında en yüksek orana (%23,91) sahip olduğu ve ilköğretim mezunlarının da hepsi hayır diyenler arasında (%56,10) en yüksek orana sahip oldukları tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile okuryazar olmayanlar tüm müzik türlerini dinlediklerini ifade ederken ilköğretim mezunları hepsi seçeneğini en az oranda işaretleyen grup olmuştur.

Tablo 36: Eğitim Düzeyi ile Geleneksel Medya Araçlarının Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir?		Eğitim Düzeyi												
		Okur yazar değil		Okur Yazar		İlköğretim		Lise		Lisans ve Üstü		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Zaman	Hayır	12	15,19	12	15,19	29	36,71	19	24,05	7	8,86	5,319	4	0,236
Geçirme	Evet	2	11,11	0	0,00	10	55,56	3	16,67	3	16,67			
Kişisel	Hayır	10	14,49	6	8,70	29	42,03	15	21,74	9	13,04	4,408	4	0,354
Gelişim	Evet	4	14,29	6	21,43	10	35,71	7	25,00	1	3,57			
Gündemden	Hayır	10	14,08	9	12,68	29	40,85	16	22,54	7	9,86	0,378	4	1
Haberdar	Evet	4	15,38	3	11,54	10	38,46	6	23,08	3	11,54			
Olmak	Hayır	8	14,55	8	14,55	21	38,18	13	23,64	5	9,09	0,85	4	0,932
Hepsi	Evet	6	14,29	4	9,52	18	42,86	9	21,43	5	11,90			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme (p=0,236), Kişisel Gelişim (p=0,354), Gündemden Haberdar Olmak (p=1,00), Hepsi (p=0,932), Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir Sorusuna verilen cevaplarda, eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

3.5. Medeni Durum Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler

Bu başlık altında katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanımına ilişkin kendilerine yöneltilen sorulara vermiş oldukları cevapların medeni durum değişkenine göre incelemesi yapılmış ve analiz sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 37: Medeni Durum ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Medeni Durum							
		Bekar				Evli			
		n	%	n	%	χ^2	sd.	P	
Kütüphaneden faydalanma sıklığınız?	Haftada Bir Defa	2	33,33	4	66,67	0,847	3	0,872	
	Ayda Bir Defa	18	40,91	26	59,09				
	Yılda Bir defa	7	46,67	8	53,33				
	Hiç faydalanmıyorum	17	48,57	18	51,43				
Kütüphaneden tercih edilen kitap türü (Siyasi)	Hayır	42	44,68	52	55,32	0,295	1	0,587	
	Evet	2	33,33	4	66,67				
Tarih	Hayır	33	43,42	43	56,58	0,043	1	1	
	Evet	11	45,83	13	54,17				
Kişisel Gelişim	Hayır	32	45,71	38	54,29	0,278	1	0,598	
	Evet	12	40,00	18	60,00				
Roman	Hayır	31	42,47	42	57,53	0,258	1	0,611	
	Evet	13	48,15	14	51,85				

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ile kütüphaneden faydalanma sıklığı ve tercih edilen kitap türleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kütüphane kullanım sıklığı ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. ($p=0,872$)

Katılımcıların Siyasi ($p=0,587$), Tarih ($p=1,00$), Kişisel Gelişim ($p=0,598$), Roman ($p=0,611$), kitap tercihlerinin medeni durumu ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile bu kitapların tercihinin medeni durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu kitaplardaki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 38: Medeni Durum ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Medeni Durum				χ^2	sd.	P
		Bekar		Evli				
		n	%	n	%			
Gündüz kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	35	48,61	37	51,39	2,219	1	0,136
	Evet	9	32,14	19	67,86			
Yarışma	Hayır	29	36,25	51	63,75	9,75	1	0,002
	Evet	15	75,00	5	25,00			
Reality Şov	Hayır	42	44,21	53	55,79	0,034	1	0,853
	Evet	2	40,00	3	60,00			
Haber Bülteni	Hayır	16	39,02	25	60,98	0,698	1	0,403
	Evet	28	47,46	31	52,54			
Tartışma Programı	Hayır	41	44,57	51	55,43	0,149	1	0,699
	Evet	3	37,50	5	62,50			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ile gündüz kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi ($p=0,136$), Reality Şov ($p=0,853$), Haber Bülteni ($p=0,403$), Tartışma Programı ($p=0,699$), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün medeni durumu ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gündüz kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların medeni durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Yarışma ($p=0,002$) yayın türünde ise izlenme durumunun medeni durum ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, bekar olanların (%75) olmayanlara göre daha yüksek oranda yarışma programı izledikleri tespit edilmiştir.

Tablo 39: Medeni Durum ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Medeni Durum						χ^2	sd.	P
		Bekar		Evli						
		n	%	n	%					
Gece kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	21	43,75	27	56,25	0,002	1	0,961		
	Evet	23	44,23	29	55,77					
Yarışma	Hayır	35	39,77	53	60,23	5,318	1	0,021		
	Evet	9	75,00	3	25,00					
Reality Şov	Hayır	40	41,67	56	58,33	5,303	1	0,021		
	Evet	4	100,00	0	0,00					
Haber Bülteni	Hayır	27	42,86	36	57,14	0,09	1	0,764		
	Evet	17	45,95	20	54,05					
Tartışma Programı	Hayır	39	48,15	42	51,85	2,977	1	0,084		
	Evet	5	26,32	14	73,68					

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ile gece kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi ($p=0,961$), Haber Bülteni ($p=0,764$), Tartışma Programı ($p=0,084$), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün medeni durumu ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gece kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların medeni durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Yarışma ($p=0,021$), Reality Şov ($p=0,021$) yayın türlerinde ise izleme durumunun medeni durum ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde bekarların (%75) evli olanlara göre daha yüksek oranda yarışma izlemeyi tercih ettikleri ve aynı şekilde bekarların (%100) evli olanlara göre daha yüksek oranda reality Şov izlemeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 40: Medeni Durum ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Medeni Durum				χ^2	sd.	P
		Bekar		Evli				
		n	%	n	%			
Takip edilen dizi veya diziler? (Çukur)	Hayır	22	40,74	32	59,26	0,66	1	0,417
	Evet	22	48,89	23	51,11			
Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Hayır	17	44,74	21	55,26	0,002	1	0,963
	Evet	27	44,26	34	55,74			
Masumlar Apartmanı	Hayır	40	43,48	52	56,52	0,492	1	0,483
	Evet	4	57,14	3	42,86			
Doğduğun Ev kaderindir	Hayır	42	45,65	50	54,35	0,769	1	0,381
	Evet	2	28,57	5	71,43			
Alev Alev	Hayır	38	44,19	48	55,81	0,018	1	0,894
	Evet	6	46,15	7	53,85			
Kırmızı Oda	Hayır	31	43,66	40	56,34	0,062	1	0,803
	Evet	13	46,43	15	53,57			
Kardeşlerim	Hayır	36	42,86	48	57,14	0,566	1	0,452
	Evet	8	53,33	7	46,67			
Masumiyet	Hayır	42	45,16	51	54,84	0,319	1	0,572
	Evet	2	33,33	4	66,67			
Diğer	Hayır	41	47,13	46	52,87	2,091	1	0,148
	Evet	3	25,00	9	75,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ile takip edilen dizi veya diziler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Çukur (p=0,417), Eşkîya Dünyaya Hükümdar Olmaz (p=0,963), Masumlar Apartmanı (p=0,483), Doğduğun Ev kaderindir (p=0,381), Alev Alev (p=0,894), Kırmızı Oda (p=0,803), Kardeşlerim (p=0,452), Masumiyet (p=0,572), Diğer (p=0,148), dizilerinde izlenen dizi ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile izlenen dizi ile katılımcıların medeni durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 41: Medeni Durum ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi

		Medeni Durum						
		Bekar		Evli		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%			
Düzenli okunan gazeteler (Hürriyet)	Hayır	24	54,55	20	45,45	1,514	1	0,219
	Evet	16	41,03	23	58,97			
Sabah	Hayır	34	45,33	41	54,67	2,548	1	0,11
	Evet	6	75,00	2	25,00			
Akşam	Hayır	36	45,57	43	54,43	4,518	1	0,034
	Evet	4	100,00	0	0,00			
Posta	Hayır	24	50,00	24	50,00	0,14	1	0,7
	Evet	16	45,71	19	54,29			
Sözcü	Hayır	35	53,03	31	46,97	3,02	1	0,082
	Evet	5	29,41	12	70,59			
Akit	Hayır	40	48,19	43	51,81	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00			
Cumhuriyet	Hayır	40	48,19	43	51,81	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00			
Yeni Şafak	Hayır	40	48,78	42	51,22	0,942	1	0,322
	Evet	0	0,00	1	100,00			
Diğer	Hayır	32	46,38	37	53,62	0,54	1	0,462
	Evet	8	57,14	6	42,86			
İlgi duyulan gazete bölümleri (Ekonomi)	Hayır	34	44,74	42	55,26	0,07	1	0,792
	Evet	10	41,67	14	58,33			
Siyasi	Hayır	29	44,62	36	55,38	0,029	1	0,866
	Evet	15	42,86	20	57,14			
Magazin	Hayır	32	40,51	47	59,49	1,864	1	0,172
	Evet	12	57,14	9	42,86			
Spor	Hayır	36	43,37	47	56,63	0,078	1	0,78
	Evet	8	47,06	9	52,94			
Eğlence	Hayır	37	41,57	52	58,43	1,934	1	0,164
	Evet	7	63,64	4	36,36			
Polis Adliye Haberler	Hayır	36	43,90	46	56,10	0,002	1	0,967
	Evet	8	44,44	10	55,56			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ile düzenli okunan gazeteler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Hürriyet (p=0,219), Sabah (p=0,110), Posta (p=0,70), Sözcü (p=0,082), Akit (p=NA), Cumhuriyet (p=NA), Yeni Şafak (p=0,322), Diğer (p=0,462), okunan gazete türlerinde,

okunan gazete ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile okunan gazete ile katılımcıların medeni durumu ile anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Akşam (p=0,034) gazetesi okuma durumunun medeni durum ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde bekarların (%100) evli olanlara göre daha yüksek oranda bu gazeteyi okudukları tespit edilmiştir.

Akit (p=NA), Cumhuriyet (p=NA) okuyan katılımcı olmadığı tespit edilmiş ve bu nedenle p değeri hesaplanamamıştır.

Katılımcıların medeni durumu ile ilgi duyulan gazete bölümleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Ekonomi (p=0,792), Siyasi (p=0,866), Magazin (p=0,172), Spor (p=0,780), Eğlence (p=0,164), Polis Adliye Haberler (p=0,967), ilgi duyulan gazete bölümlerinde, ilgi duyulan gazete bölümü ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile ilgi duyulan gazete bölümü tercihi ile katılımcıların medeni durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu gazete bölümlerini tercih düzeylerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 42: Medeni Durum ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Medeni Durum				χ^2	sd.	P
		Bekar		Evli				
		n	%	n	%			
Günlük TV izleme süresi (Saat)	1 Saatten Az	4	57,14	3	42,86	6,344	3	0,096
	1-3 Saat	10	27,78	26	72,22			
	4-7 Saat	25	54,35	21	45,65			
	8 Saatten Fazla	5	45,45	6	54,55			
Kendinize ayırdığınız zaman:	1 Saatten Az	5	45,45	6	54,55	2,763	1	0,43
	1-3 Saat	17	38,64	27	61,36			
	4-7 Saat	12	60,00	8	40,00			
	8 Saatten Fazla	10	40,00	15	60,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ile günlük TV izleme süresi arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, günlük TV izleme süresi (Saat) ($p=0,096$), ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı medeni durumu olan katılımcıların günlük TV izleme süreleri birbirine benzerdir.

Katılımcıların medeni durumu ile kendilerine ayırmış oldukları zaman arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kendilerine ayırmış oldukları zaman ($p=0,430$), ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı medeni durumu olan katılımcıların kendilerine ayırmış oldukları zamanların düzeyi birbirine benzerdir.

Tablo 43: Medeni Durum ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi

		Medeni Durum				χ^2	sd.	P
		Bekar		Evli				
		n	%	n	%			
Dinlenen radyo kanalı (Süper FM)	Hayır	34	43,04	45	56,96	0,528	1	0,468
	Evet	7	53,85	6	46,15			
Kral FM	Hayır	36	43,37	47	56,63	0,488	1	0,485
	Evet	5	55,56	4	44,44			
Radyo mega	Hayır	15	32,61	31	67,39	5,324	1	0,021
	Evet	26	56,52	20	43,48			
Best FM	Hayır	37	45,12	45	54,88	0,095	1	0,758
	Evet	4	40,00	6	60,00			
Diğer	Hayır	31	49,21	32	50,79	1,743	1	0,187
	Evet	10	34,48	19	65,52			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ile dinlenen radyo kanalı arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Süper FM ($p=0,468$), Kral FM ($p=0,485$), Best FM ($p=0,758$), Diğer ($p=0,187$), dinlenen radyo kanallarında, dinlenen radyo kanalı ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo kanalı ile katılımcıların medeni durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu radyo kanallarını dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Radyo mega ($p=0,021$) radyo kanalının dinlenme durumu ile medeni durum arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde bekarların evli olanlara göre daha yüksek oranda (%56,52) bu kanalı dinledikleri tespit edilmiştir.

Tablo 44: Medeni Durum ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Medeni Durum						
		Bekar		Evli		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%			
Dinlenen radyo programı türü (Canlı Yayınlar)	Hayır	23	52,27	21	47,73	2,028	1	0,154
	Evet	18	37,50	30	62,50			
Müzik	Hayır	11	24,44	34	75,56	14,435	1	0,0001
	Evet	30	63,83	17	36,17			
Bant Yayını	Hayır	41	46,59	47	53,41	3,362	1	0,067
	Evet	0	0,00	4	100,00			
Haber Bülteni	Hayır	38	45,78	45	54,22	0,509	1	0,475
	Evet	3	33,33	6	66,67			
Dinlenen müzik türü (Türk Halk Müziği)	Hayır	36	47,37	40	52,63	1,569	1	0,21
	Evet	3	27,27	8	72,73			
Türk Sanat Müziği	Hayır	35	46,05	41	53,95	0,365	1	0,546
	Evet	4	36,36	7	63,64			
Arabesk	Hayır	28	40,00	42	60,00	3,376	1	0,066
	Evet	11	64,71	6	35,29			
Özgün	Hayır	38	45,78	45	54,22	0,666	1	0,414
	Evet	1	25,00	3	75,00			
Pop	Hayır	33	43,42	43	56,58	0,481	1	0,488
	Evet	6	54,55	5	45,45			
Hepsi	Hayır	19	46,34	22	53,66	0,072	1	0,789
	Evet	20	43,48	26	56,52			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ile dinlenen radyo programı türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Canlı Yayınlar ($p=0,154$), Bant Yayını ($p=0,067$), Haber Bülteni ($p=0,475$), dinlenen radyo program türlerinde, dinlenen radyo program türü ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo program türü ile katılımcıların medeni durumu arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu radyo programı türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Müzik (p=0,0001) program türü dinlenme durumu ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde bekarların (%63,83) evli olanlara göre daha yüksek oranda müzik türündeki radyo programlarını dinledikleri tespit edilmiştir.

Katılımcıların medeni durumu ile dinlenen müzik türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Türk Halk Müziği (p=0,210), Türk Sanat Müziği (p=0,546), Arabesk (p=0,066), Özgün (p=0,414), Pop (p=0,488), Hepsi (p=0,789), dinlenen müzik türlerinde, dinlenen müzik türü ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen müzik türü ile katılımcıların medeni durumu arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu müzik türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 45: Medeni Durum ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Medeni Durum						
		Bekar		Evli		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%			
Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? (Zaman Geçirme)	Hayır	31	39,24	48	60,76	1,599	1	0,206
	Evet	10	55,56	8	44,44			
Kişisel Gelişim	Hayır	27	39,13	42	60,87	0,964	1	0,326
	Evet	14	50,00	14	50,00			
Gündemden Haberdar Olmak	Hayır	29	40,85	42	59,15	0,22	1	0,639
	Evet	12	46,15	14	53,85			
Hepsi	Hayır	26	47,27	29	52,73	1,304	1	0,254
	Evet	15	35,71	27	64,29			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme (p=0,206), Kişisel Gelişim (p=0,326), Gündemden Haberdar Olmak (p=0,639), Hepsi (p=0,254), geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir Sorusuna verilen cevaplar ile medeni durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların medeni

durumu arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

3.6. Cezaevindeki Durumunuz Değişkenine Göre Yapılan İncelemeler

Bu başlık altında katılımcı bireylerin geleneksel medya araçlarını kullanımına ilişkin kendilerine yöneltilen sorulara vermiş oldukları cevapların cezaevindeki durum değişkenine göre incelemesi yapılmış ve analiz sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 46: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cezaevindeki Durumunuz						
		Hükümlü		Tutuklu		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%			
Kütüphaneden faydalanma sıklığınız?	Haftada Bir Defa	4	66,67	2	33,33	4,789	3	0,188
	Ayda Bir Defa	34	77,27	10	22,73			
	Yılda Bir defa	8	53,33	7	46,67			
	Hiç faydalanmıyorum	20	57,14	15	42,86			
Kütüphaneden tercih edilen kitap türü (Siyasi)	Hayır	60	63,83	34	36,17	3,288	1	0,07
	Evet	6	100,00	0	0,00			
Tarih	Hayır	47	61,84	29	38,16	2,44	1	0,118
	Evet	19	79,17	5	20,83			
Kişisel Gelişim	Hayır	46	65,71	24	34,29	0,008	1	0,927
	Evet	20	66,67	10	33,33			
Roman	Hayır	44	60,27	29	39,73	3,951	1	0,047
	Evet	22	81,48	5	18,52			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile kütüphaneden faydalanma sıklığı ve tercih edilen kitap türleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kütüphane kullanım sıklığı ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. (p=0,188) Diğer bir ifade ile cezaevindeki durumu farklı olan katılımcıların kütüphaneden faydalanma sıklıkları dağılımları birbirine benzerdir.

Katılımcıların Tarih (p=0,118), Kişisel Gelişim (p=0,927), kitap tercihlerinin cezaevindeki durumu ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile bu

kitapların tercihinin cezaevindeki durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların bu kitaplardaki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Siyasi ($p=0,07$) ve Roman ($p=0,047$) kitap tercihlerinin katılımcıların cezaevindeki durumu ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, hükümlü olanların tutuklu olanlara göre daha yüksek oranda Siyasi kitap (%100) ve roman türü kitap (%81,48) okumayı tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Tablo 47: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cezaevindeki Durumunuz						
		Hükümlü		Tutuklu		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%			
Gündüz kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	48	66,67	24	33,33	0,051	1	0,821
	Evet	18	64,29	10	35,71			
Yarışma	Hayır	51	63,75	29	36,25	0,902	1	0,342
	Evet	15	75,00	5	25,00			
Reality Şov	Hayır	64	67,37	31	32,63	1,586	1	0,208
	Evet	2	40,00	3	60,00			
Haber Bülteni	Hayır	26	63,41	15	36,59	0,207	1	0,649
	Evet	40	67,80	19	32,20			
Tartışma Programı	Hayır	60	65,22	32	34,78	0,314	1	0,575
	Evet	6	75,00	2	25,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile gündüz kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi ($p=0,821$), Yarışma ($p=0,342$), Reality Şov ($p=0,208$), Haber Bülteni ($p=0,649$), Tartışma Programı ($p=0,575$), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün cezaevindeki durumu ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gündüz kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların cezaevindeki durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 48: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cezaevindeki Durumunuz							
		Hükümlü		Tutuklu		χ^2	sd.		p
		n	%	n	%				
Gece kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	35	72,92	13	27,08	1,968	1	0,161	
	Evet	31	59,62	21	40,38				
Yarışma	Hayır	58	65,91	30	34,09	0,003	1	0,959	
	Evet	8	66,67	4	33,33				
Reality Şov	Hayır	63	65,63	33	34,38	0,15	1	0,698	
	Evet	3	75,00	1	25,00				
Haber Bülteni	Hayır	36	57,14	27	42,86	5,953	1	0,015	
	Evet	30	81,08	7	18,92				
Tartışma Programı	Hayır	54	66,67	27	33,33	0,084	1	0,771	
	Evet	12	63,16	7	36,84				

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile gece kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi (p=0,161), Yarışma (p=0,959), Reality Şov (p=0,698), Tartışma Programı (p=0,771), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün cezaevindeki durumu ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gece kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların cezaevindeki durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Haber Bülteni (p=0,015) yayın türünün tercih edilme durumunun ise katılımcıların cezaevindeki durumu ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, hükümlü olanların (%81,08) tutuklu olanlara göre daha yüksek oranda tercih ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 49: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cezaevindeki Durumunuz						χ^2	sd.	p
		Hükümlü		Tutuklu						
		n	%	n	%					
Takip edilen dizi veya diziler? (Çukur)	Hayır	34	62,96	20	37,04	0,382	1	0,536		
	Evet	31	68,89	14	31,11					
Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Hayır	25	65,79	13	34,21	0,0001	1	0,982		
	Evet	40	65,57	21	34,43					
Masumlar Apartmanı	Hayır	60	65,22	32	34,78	0,111	1	0,739		
	Evet	5	71,43	2	28,57					
Doğduğun Ev kaderindir	Hayır	59	64,13	33	35,87	1,344	1	0,246		
	Evet	6	85,71	1	14,29					
Alev Alev	Hayır	53	61,63	33	38,37	4,714	1	0,03		
	Evet	12	92,31	1	7,69					
Kırmızı Oda	Hayır	46	64,79	25	35,21	0,084	1	0,772		
	Evet	19	67,86	9	32,14					
Kardeşlerim	Hayır	52	61,90	32	38,10	3,461	1	0,063		
	Evet	13	86,67	2	13,33					
Masumiyet	Hayır	59	63,44	34	36,56	3,341	1	0,068		
	Evet	6	100,00	0	0,00					
Diğer	Hayır	57	65,52	30	34,48	0,006	1	0,937		
	Evet	8	66,67	4	33,33					

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile takip edilen dizi veya diziler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Çukur (p=0,536), Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz (p=0,982), Masumlar Apartmanı (p=0,739), Doğduğun Ev kaderindir (p=0,246), Kırmızı Oda (p=0,772), Kardeşlerim (p=0,063), Masumiyet (p=0,068), Diğer (p=0,937), dizilerinde izlenen dizi ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile izlenen dizi ile katılımcıların cezaevindeki durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Alev Alev (p=0,03) adlı dizinin izlenme durumu ile katılımcıların cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde (%92,31) hükümlü olanların tutuklu olanlara göre daha yüksek oranda bu diziyi izledikleri tespit edilmiştir.

Tablo 50: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgili Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi

		Cezaevindeki Durumunuz							
		Hükümlü		Tutuklu		χ^2	sd.		p
		n	%	n	%				
Düzenli okunan gazeteler (Hürriyet)	Hayır	28	63,64	16	36,36	0,084	1	0,773	
	Evet	26	66,67	13	33,33				
Sabah	Hayır	48	64,00	27	36,00	0,385	1	0,535	
	Evet	6	75,00	2	25,00				
Akşam	Hayır	51	64,56	28	35,44	0,183	1	0,669	
	Evet	3	75,00	1	25,00				
Posta	Hayır	30	62,50	18	37,50	0,328	1	0,567	
	Evet	24	68,57	11	31,43				
Sözcü	Hayır	43	65,15	23	34,85	0,001	1	0,973	
	Evet	11	64,71	6	35,29				
Akit	Hayır	54	65,06	29	34,94	NA			
	Evet	0	0,00	0	0,00				
Cumhuriyet	Hayır	54	65,06	29	34,94	NA			
	Evet	0	0,00	0	0,00				
Yeni Şafak	Hayır	54	65,85	28	34,15	1,885	1	0,171	
	Evet	0	0,00	1	100,00				
Diğer	Hayır	44	63,77	25	36,23	0,3	1	0,584	
	Evet	10	71,43	4	28,57				
İlgi duyulan gazete bölümleri (Ekonomi)	Hayır	48	63,16	28	36,84	1,14	1	0,286	
	Evet	18	75,00	6	25,00				
Siyasi	Hayır	40	61,54	25	38,46	1,647	1	0,199	
	Evet	26	74,29	9	25,71				
Magazin	Hayır	55	69,62	24	30,38	2,197	1	0,138	
	Evet	11	52,38	10	47,62				
Spor	Hayır	53	63,86	30	36,14	1,001	1	0,317	
	Evet	13	76,47	4	23,53				
Eğlence	Hayır	58	65,17	31	34,83	0,249	1	0,618	
	Evet	8	72,73	3	27,27				
Polis Adliye Haberler	Hayır	55	67,07	27	32,93	0,234	1	0,629	
	Evet	11	61,11	7	38,89				

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile düzenli okunan gazeteler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Hürriyet (p=0,773), Sabah (p=0,535), Akşam (p=0,669), Posta (p=0,567), Sözcü (p=0,973), Yeni Şafak (p=0,171), Diğer (p=0,584), okunan gazete türlerinde, okunan

gazete ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile okunan gazete ile katılımcıların cezaevindeki durumu ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Akit (p=NA), Cumhuriyet (p=NA) okuyan katılımcı olmadığı için p değeri hesaplanamamıştır.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile ilgi duyulan gazete bölümleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Ekonomi (p=0,286), Siyasi (p=0,199), Magazin (p=0,138), Spor (p=0,317), Eğlence (p=0,618), Polis Adliye Haberler (p=0,629), ilgi duyulan gazete bölümlerinde, ilgi duyulan gazete bölümü ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile ilgi duyulan gazete bölümü tercihi ile katılımcıların cezaevindeki durumu ile anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların bu gazete bölümlerini tercih düzeylerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 51: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cezaevindeki Durumunuz						
		Hükümlü		Tutuklu		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%			
Günlük TV izleme süresi (Saat)	1 Saatten Az	3	42,86	4	57,14	6,252	3	0,1000
	1-3 Saat	29	80,56	7	19,44			
	4-7 Saat	28	60,87	18	39,13			
	8 Saatten Fazla	6	54,55	5	45,45			
Kendinize ayırdığınız zaman:	1 Saatten Az	5	45,45	6	54,55	2,573	3	0,462
	1-3 Saat	30	68,18	14	31,82			
	4-7 Saat	13	65,00	7	35,00			
	8 Saatten Fazla	18	72,00	7	28,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile günlük TV izleme süresi arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, günlük TV izleme süresi (Saat) (p=0,1000), ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı cezaevi durumu olan katılımcıların günlük TV izleme süreleri birbirine benzerdir.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile kendilerine ayırmış oldukları zaman arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kendilerine ayırmış oldukları zaman ($p=0,462$), ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı cezaevi durumu olan katılımcıların kendilerine ayırmış oldukları zamanların düzeyi birbirine benzerdir.

Tablo 52: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi

		Cezaevindeki Durumunuz						
		Hükümlü		Tutuklu		χ^2	<i>sd.</i>	<i>p</i>
		n	%	n	%			
Dinlenen radyo kanalı (Süper FM)	Hayır	55	69,62	24	30,38	1,264	1	0,261
	Evet	7	53,85	6	46,15			
Kral FM	Hayır	55	66,27	28	33,73	0,49	1	0,484
	Evet	7	77,78	2	22,22			
Radyo mega	Hayır	32	69,57	14	30,43	0,198	1	0,656
	Evet	30	65,22	16	34,78			
Best FM	Hayır	55	67,07	27	32,93	0,035	1	0,852
	Evet	7	70,00	3	30,00			
Diğer	Hayır	40	63,49	23	36,51	1,383	1	0,24
	Evet	22	75,86	7	24,14			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile dinlenen radyo kanalı arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Süper FM ($p=0,261$), Kral FM ($p=0,484$), Radyo mega ($p=0,656$), Best FM ($p=0,852$), Diğer ($p=0,240$), dinlenen radyo kanallarında, dinlenen radyo kanalı ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo kanalı ile katılımcıların cezaevindeki durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların bu radyo kanallarını dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 53: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cezaevindeki Durumunuz						<i>p</i>
		Hükümlü		Tutuklu		χ^2	sd.	
		n	%	n	%			
Dinlenen radyo programı türü (Canlı Yayınlar)	Hayır	24	54,55	20	45,45	6,333	1	0,012
	Evet	38	79,17	10	20,83			
Müzik	Hayır	31	68,89	14	31,11	0,09	1	0,764
	Evet	31	65,96	16	34,04			
Bant Yayını	Hayır	59	67,05	29	32,95	0,11	1	0,74
	Evet	3	75,00	1	25,00			
Haber Bülteni	Hayır	56	67,47	27	32,53	0,002	1	0,961
	Evet	6	66,67	3	33,33			
Dinlenen müzik türü (Türk Halk Müziği)	Hayır	51	67,11	25	32,89	0,972	1	0,324
	Evet	9	81,82	2	18,18			
Türk Sanat Müziği	Hayır	51	67,11	25	32,89	0,972	1	0,324
	Evet	9	81,82	2	18,18			
Arabesk	Hayır	52	74,29	18	25,71	4,737	1	0,030
	Evet	8	47,06	9	52,94			
Özgün	Hayır	58	69,88	25	30,12	0,705	1	0,401
	Evet	2	50,00	2	50,00			
Pop	Hayır	53	69,74	23	30,26	0,167	1	0,683
	Evet	7	63,64	4	36,36			
Hepsi	Hayır	26	63,41	15	36,59	1,116	1	0,291
	Evet	34	73,91	12	26,09			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile dinlenen radyo programı türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Müzik (p=0,764), Bant Yayını (p=0,74), Haber Bülteni (p=0,961), dinlenen radyo program türlerinde, dinlenen radyo program türü ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo program türü ile katılımcıların cezaevindeki durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların bu radyo programı türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Canlı Yayınlar (p=0,012) radyo program türünün dinlenme durumu ile katılımcıların cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar

incelendiğinde hükümlü olanların (%79,17) tutuklu olanlara göre daha yüksek oranda canlı yayın dinlemeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile dinlenen müzik türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Türk Halk Müziği (p=0,324), Türk Sanat Müziği (p=0,324), Özgün (p=0,401), Pop (p=0,683), Hepsi (p=0,291), dinlenen müzik türlerinde, dinlenen müzik türü ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen müzik türü ile katılımcıların cezaevindeki durumu arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların bu müzik türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Arabesk (p=0,03) müzik türü dinleme durumunun katılımcıların cezaevindeki durumu ile anlamlı ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde tutuklu olanların (%52,94) hükümlü olanlara göre daha yüksek oranda arabesk müziği dinledikleri tespit edilmiştir.

Tablo 54: Hükümlü veya Tutuklu Olma Durumu ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Cezaevindeki Durumunuz						
		Hükümlü		Tutuklu				
		n	%	n	%	χ^2	sd.	P
Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? (Zaman Geçirme)	Hayır	52	65,82	27	34,18	0,272	1	0,602
	Evet	13	72,22	5	27,78			
Kişisel Gelişim	Hayır	43	62,32	26	37,68	2,38	1	0,123
	Evet	22	78,57	6	21,43			
Gündemden Haberdar Olmak	Hayır	49	69,01	22	30,99	0,481	1	0,488
	Evet	16	61,54	10	38,46			
Hepsi	Hayır	36	65,45	19	34,55	0,139	1	0,709
	Evet	29	69,05	13	30,95			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme (p=0,602), Kişisel Gelişim (p=0,123), Gündemden Haberdar Olmak (p=0,488), Hepsi (p=0,709), Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna

verilen cevaplarda, cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların cezaevindeki durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı cezaevi durumu olan katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

3.7. Tutuklu ve Hükümlü Kalınana Süreye Göre Yapılan İncelemeler

Bu başlık altında katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanımına ilişkin kendilerine yöneltilen sorulara vermiş oldukları cevapların tutuklu ve hükümlü kalınan süre değişkenine göre incelemesi yapılmış ve analiz sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 55: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?												
		0-1 Yıl		2-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl						
		n	%	n	%	n	%	n	%	χ^2	sd.	P		
Kütüphaneden faydalanma sıklığınız?	Haftada Bir Defa	2	33,33	2	33,33	2	33,33	0	0,00	14,192	9	0,074		
	Ayda Bir Defa	7	16,28	20	46,51	9	20,93	7	16,28					
	Yılda Bir defa	2	13,33	10	66,67	2	13,33	1	6,67					
	Hiç faydalanmıyorum	14	40,00	16	45,71	5	14,29	0	0,00					
Kütüphaneden tercih edilen kitap türü (Siyasi)	Hayır	24	25,81	45	48,39	18	19,35	6	6,45	4,675	3	0,121		
	Evet	1	16,67	3	50,00	0	0,00	2	33,33					
Tarih	Hayır	23	30,67	39	52,00	11	14,67	2	2,67	15,735	1	0,000		
	Evet	2	8,33	9	37,50	7	29,17	6	25,00					
Kişisel Gelişim	Hayır	20	28,99	32	46,38	11	15,94	6	8,70	2,201	3	0,532		
	Evet	5	16,67	16	53,33	7	23,33	2	6,67					
Roman	Hayır	20	27,40	32	43,84	16	21,92	5	6,85	4,393	3	0,214		
	Evet	5	19,23	16	61,54	2	7,69	3	11,54					

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile kütüphaneden faydalanma sıklığı ve tercih edilen kitap türleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek

amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kütüphane kullanım sıklığı ile tutuklu ve hükümlü kalınan süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. (p=0,074)

Katılımcıların Siyasi (p=0,121), Kişisel Gelişim (p=0,532), Roman (p=0,214), kitap tercihlerinin tutuklu ve hükümlü kalınan süre ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile bu kitapların tercihinin tutuklu ve hükümlü kalınan süre ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların bu kitaplardaki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tarih (p=0,0001) kitap tercih durumunun ise tutuklu ve hükümlü kalınan süre ile arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde 0-1 yıl süresi olanların tarih kitaplarını okumada diğer gruplara göre daha düşük oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 56: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?										
		0-1 Yıl		2-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl				
		n	%	n	%	n	%	n	%	χ^2	sd.	P
Gündüz kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	20	28,17	30	42,25	14	19,72	7	9,86	4,164	3	0,255
	Evet	5	17,86	18	64,29	4	14,29	1	3,57			
Yarışma	Hayır	23	28,75	41	51,25	10	12,50	6	7,50	9,181	3	0,019
	Evet	2	10,53	7	36,84	8	42,11	2	10,53			
Reality Şov	Hayır	25	26,60	44	46,81	18	19,15	7	7,45	3,789	3	0,194
	Evet	0	0,00	4	80,00	0	0,00	1	20,00			
Haber Bülteni	Hayır	5	12,50	23	57,50	8	20,00	4	10,00	6,094	3	0,106
	Evet	20	33,90	25	42,37	10	16,95	4	6,78			
Tartışma Programı	Hayır	24	26,37	45	49,45	17	18,68	5	5,49	6,768	3	0,052
	Evet	1	12,50	3	37,50	1	12,50	3	37,50			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile gündüz kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi (p=0,255), Reality Şov (p=0,194), Haber Bülteni (p=0,106), Tartışma Programı (p=0,052), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün tutuklu ve hükümlü kalınan süre ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir

ifade ile gündüz kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Yarışma (p=0,019) yayın türü ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde 0-1 yıl süreye sahip olanların diğer gruplara göre en düşük yarışma izleme oranına (%10,53) sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 57: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?										
		0-1 Yıl		2-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl				
		n	%	n	%	n	%	n	%	χ^2	sd.	p
Gece kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	10	20,83	22	45,83	11	22,92	5	10,42	2,616	3	0,461
	Evet	15	29,41	26	50,98	7	13,73	3	5,88			
Yarışma	Hayır	25	28,74	42	48,28	14	16,09	6	6,90	7,295	3	0,042
	Evet	0	0,00	6	50,00	4	33,33	2	16,67			
Reality Şov	Hayır	24	25,26	46	48,42	18	18,95	7	7,37	2,401	3	0,509
	Evet	1	25,00	2	50,00	0	0,00	1	25,00			
Haber Bülteni	Hayır	17	27,42	31	50,00	11	17,74	3	4,84	2,562	3	0,464
	Evet	8	21,62	17	45,95	7	18,92	5	13,51			
Tartışma Programı	Hayır	22	27,50	37	46,25	15	18,75	6	7,50	1,619	3	0,691
	Evet	3	15,79	11	57,89	3	15,79	2	10,53			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile gece kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi (p=0,461), Reality Şov (p=0,509), Haber Bülteni (p=0,464), Tartışma Programı (p=0,691), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün tutuklu ve hükümlü kalınan süre ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gece kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Yarışma (p=0,042) programlarının izlenme durumunun tutuklu ve hükümlü kalınan süre ile anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, 0-1 yıl süresi olanların yarışma programını hiç izlemedikleri tespit edilmiştir.

Tablo 58: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Takip Edilen Dizi ile Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?										
		0-1 Yıl		2-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Takip edilen dizi veya diziler? (Çukur)	Hayır	15	27,78	29	53,70	6	11,11	4	7,41	4,571	3	0,208
	Evet	10	22,73	18	40,91	12	27,27	4	9,09			
Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Hayır	13	35,14	10	27,03	11	29,73	3	8,11	11,865	3	0,006
	Evet	12	19,67	37	60,66	7	11,48	5	8,20			
Masumlar Apartmanı	Hayır	23	25,27	44	48,35	17	18,68	7	7,69	1,138	3	0,877
	Evet	2	28,57	3	42,86	1	14,29	1	14,29			
Doğduğun Ev kaderindir	Hayır	24	26,37	43	47,25	17	18,68	7	7,69	1,312	3	0,678
	Evet	1	14,29	4	57,14	1	14,29	1	14,29			
Alev Alev	Hayır	20	23,53	41	48,24	16	18,82	8	9,41	1,760	3	0,673
	Evet	5	38,46	6	46,15	2	15,38	0	0,00			
Kırmızı Oda	Hayır	20	28,57	30	42,86	14	20,00	6	8,57	2,464	3	0,451
	Evet	5	17,86	17	60,71	4	14,29	2	7,14			
Kardeşlerim	Hayır	24	28,92	38	45,78	14	16,87	7	8,43	3,941	3	0,266
	Evet	1	6,67	9	60,00	4	26,67	1	6,67			
Masumiyet	Hayır	22	23,91	45	48,91	17	18,48	8	8,70	1,917	3	0,584
	Evet	3	50,00	2	33,33	1	16,67	0	0,00			
Diğer	Hayır	23	26,74	42	48,84	14	16,28	7	8,14	2,281	3	0,504
	Evet	2	16,67	5	41,67	4	33,33	1	8,33			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile takip edilen dizi veya diziler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Çukur (p=0,208), Masumlar Apartmanı (p=0,877), Doğduğun Ev kaderindir (p=0,678), Alev Alev (p=0,673), Kırmızı Oda (p=0,451), Kardeşlerim (p=0,266), Masumiyet (p=0,584), Diğer (p=0,504), dizilerinde izlenen dizi ile tutuklu ve hükümlü kalınan süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile izlenen dizi ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz (p=0,006) adlı dizinin izlenme durumu ile tutuklu ve hükümlü kalan süre arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde 2-5 yıl süresi olan katılımcıların Eşkiya Dünyaya Hükümdar Olmaz adlı diziyi izleme oranlarının (%60,66) yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 59: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi

		Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?										
		0-1 Yıl		2-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Düzenli okunan gazeteler (Hürriyet)	Hayır	8	18,60	23	53,49	9	20,93	3	6,98	3,041	3	0,391
	Evet	11	28,21	19	48,72	4	10,26	5	12,82			
Sabah	Hayır	16	21,62	42	56,76	9	12,16	7	9,46	12,394	3	0,002
	Evet	3	37,50	0	0,00	4	50,00	1	12,50			
Akşam	Hayır	18	23,08	41	52,56	11	14,10	8	10,26	3,449	3	0,202
	Evet	1	25,00	1	25,00	2	50,00	0	0,00			
Posta	Hayır	13	27,08	21	43,75	10	20,83	4	8,33	4,004	3	0,261
	Evet	6	17,65	21	61,76	3	8,82	4	11,76			
Sözcü	Hayır	16	24,62	32	49,23	10	15,38	7	10,77	0,795	3	0,886
	Evet	3	17,65	10	58,82	3	17,65	1	5,88			
Akit	Hayır	19	23,17	42	51,22	13	15,85	8	9,76	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00			
Cumhuriyet	Hayır	19	23,17	42	51,22	13	15,85	8	9,76	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00			
Yeni Şafak	Hayır	19	23,46	41	50,62	13	16,05	8	9,88	2,162	3	1,000
	Evet	0	0,00	1	100,00	0	0,00	0	0,00			
Diğer	Hayır	18	26,47	34	50,00	10	14,71	6	8,82	3,046	3	0,372
	Evet	1	7,14	8	57,14	3	21,43	2	14,29			
İlgi duyulan gazete bölümleri (Ekonomi)	Hayır	20	26,67	36	48,00	15	20,00	4	5,33	3,423	3	0,328
	Evet	5	20,83	12	50,00	3	12,50	4	16,67			
Siyasi	Hayır	20	31,25	30	46,88	10	15,63	4	6,25	4,238	3	0,230
	Evet	5	14,29	18	51,43	8	22,86	4	11,43			
Magazin	Hayır	20	25,64	37	47,44	15	19,23	6	7,69	0,537	3	0,946
	Evet	5	23,81	11	52,38	3	14,29	2	9,52			
Spor	Hayır	22	26,83	38	46,34	16	19,51	6	7,32	1,773	3	0,660
	Evet	3	17,65	10	58,82	2	11,76	2	11,76			
Eğlence	Hayır	23	25,84	43	48,31	17	19,10	6	6,74	2,413	3	0,463
	Evet	2	20,00	5	50,00	1	10,00	2	20,00			
Polis Adliye Haberler	Hayır	20	24,69	38	46,91	17	20,99	6	7,41	2,671	3	0,461
	Evet	5	27,78	10	55,56	1	5,56	2	11,11			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile düzenli okunan gazeteler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Hürriyet ($p=0,391$), Sabah ($p=0,002$), Akşam ($p=0,202$), Posta ($p=0,261$), Sözcü ($p=0,886$), Akit ($p=NA$), Cumhuriyet ($p=NA$), Yeni Şafak ($p=1,00$), Diğer ($p=0,372$), okunan gazete türlerinde, okunan gazete ile tutuklu ve hükümlü kalınan süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile okunan gazete ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların bu gazete tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Sabah ($p=0,002$) gazetesinin okunma durumu ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, 2-5 yıl süresi olanların tamamının sabah gazetesini okumadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile 2-5 yıl süresi olanlar sabah gazetesini okumadıkları tespit edilmiştir.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile ilgi duyulan gazete bölümleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Ekonomi ($p=0,328$), Siyasi ($p=0,230$), Magazin ($p=0,946$), Spor ($p=0,660$), Eğlence ($p=0,463$), Polis Adliye Haberler ($p=0,461$), ilgi duyulan gazete bölümlerinde, ilgi duyulan gazete bölümü ile tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile ilgi duyulan gazete bölümü tercihi ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların bu gazete bölümlerini tercih düzeylerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 60: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?										
		0-1 Yıl		2-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		χ^2	sd.	p
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Günlük TV izleme süresi (Saat)	1 Saatten Az	3	42,86	4	57,14	0	0,00	0	0,00	4,565	3	0,888
	1-3 Saat	10	27,78	15	41,67	7	19,44	4	11,11			
	4-7 Saat	9	19,57	24	52,17	9	19,57	4	8,70			
	8 Saatten Fazla	3	30,00	5	50,00	2	20,00	0	0,00			
Kendinize ayırdığınız zaman:	1 Saatten Az	2	18,18	9	81,82	0	0,00	0	0,00	21,324	9	0,005
	1-3 Saat	11	25,00	23	52,27	6	13,64	4	9,09			
	4-7 Saat	1	5,00	7	35,00	9	45,00	3	15,00			
	8 Saatten Fazla	11	45,83	9	37,50	3	12,50	1	4,17			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile günlük TV izleme süresi arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, günlük TV izleme süresi (Saat) ($p=0,888$), ile tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların günlük TV izleme süreleri birbirine benzerdir.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile kendilerine ayırmış oldukları zaman arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kendilerine ayırmış oldukları zaman ($p=0,005$), ile tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların kendilerine ayırmış oldukları zamanların düzeyi birbirine benzer değildir. Oranlar incelendiğinde, 2-5 yıl süresi olan katılımcıların (%52,27) yüksek oranda kendilerine günlük 1-3 saat ayırırken, 6-10 yıl süresi olan katılımcıların yüksek oranda (%45,00) 4-7 saat ayırdıkları tespit edilmiştir.

Tablo 61: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi

		Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?										
		0-1 Yıl		2-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl				
		n	%	n	%	n	%	n	%	χ^2	sd.	P
Dinlenen radyo kanalı (Süper FM)	Hayır	22	28,21	35	44,87	14	17,95	7	8,97	1,737	3	0,660
	Evet	3	23,08	6	46,15	4	30,77	0	0,00			
Kral FM	Hayır	21	25,61	39	47,56	17	20,73	5	6,10	5,077	3	0,115
	Evet	4	44,44	2	22,22	1	11,11	2	22,22			
Radyo mega	Hayır	12	26,09	20	43,48	12	26,09	2	4,35	3,249	3	0,366
	Evet	13	28,89	21	46,67	6	13,33	5	11,11			
Best FM	Hayır	23	28,40	36	44,44	15	18,52	7	8,64	1,315	3	0,728
	Evet	2	20,00	5	50,00	3	30,00	0	0,00			
Diğer	Hayır	18	29,03	28	45,16	12	19,35	4	6,45	0,772	3	0,884
	Evet	7	24,14	13	44,83	6	20,69	3	10,34			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile dinlenen radyo kanalı arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Süper FM ($p=0,66$), Kral FM ($p=0,115$), Radyo mega ($p=0,366$), Best FM ($p=0,728$), Diğer ($p=0,884$), dinlenen radyo kanallarında, dinlenen radyo kanalı ile tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo kanalı ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların bu radyo kanallarını dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 62: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?										
		0-1 Yıl		2-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl				
		n	%	n	%	n	%	n	%	χ^2	sd.	P
Dinlenen radyo programı türü (Canlı Yayınlar)	Hayır	14	32,56	20	46,51	8	18,60	1	2,33	3,788	3	0,298
	Evet	11	22,92	21	43,75	10	20,83	6	12,50			
Müzik	Hayır	10	22,22	21	46,67	9	20,00	5	11,11	2,252	3	0,524
	Evet	15	32,61	20	43,48	9	19,57	2	4,35			
Bant Yayını	Hayır	24	27,59	41	47,13	16	18,39	6	6,90	5,994	3	0,141
	Evet	1	25,00	0	0,00	2	50,00	1	25,00			
Haber Bülteni	Hayır	24	29,27	37	45,12	15	18,29	6	7,32	2,467	3	0,467
	Evet	1	11,11	4	44,44	3	33,33	1	11,11			
Dinlenen müzik türü (Türk Halk Müziği)	Hayır	18	24,00	34	45,33	16	21,33	7	9,33	2,536	3	0,432
	Evet	1	9,09	8	72,73	2	18,18	0	0,00			
Türk Sanat Müziği	Hayır	18	24,00	36	48,00	15	20,00	6	8,00	1,523	3	0,697
	Evet	1	9,09	6	54,55	3	27,27	1	9,09			
Arabesk	Hayır	17	24,29	32	45,71	14	20,00	7	10,00	2,751	3	0,432
	Evet	2	12,50	10	62,50	4	25,00	0	0,00			
Özgün	Hayır	19	23,17	39	47,56	17	20,73	7	8,54	1,429	3	0,759
	Evet	0	0,00	3	75,00	1	25,00	0	0,00			
Pop	Hayır	16	21,33	35	46,67	17	22,67	7	9,33	1,904	3	0,631
	Evet	3	27,27	7	63,64	1	9,09	0	0,00			
Hepsi	Hayır	6	15,00	24	60,00	9	22,50	1	2,50	6,416	3	0,091
	Evet	13	28,26	18	39,13	9	19,57	6	13,04			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile dinlenen radyo programı türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Canlı Yayınlar ($p=0,298$), Müzik ($p=0,524$), Bant Yayını ($p=0,141$), Haber Bülteni ($p=0,467$), dinlenen radyo program türlerinde, dinlenen radyo program türü ile tutuklu ve hükümlü kalınan süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo program türü ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü süreleri arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların bu radyo programı türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile dinlenen müzik türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Türk Halk Müziği (p=0,432), Türk Sanat Müziği (p=0,697), Arabesk (p=0,432), Özgün (p=0,759), Pop (p=0,631), Hepsi (p=0,091), dinlenen müzik türlerinde, dinlenen müzik türü ile tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen müzik türü ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlülük süresi olan katılımcıların bu müzik türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 63: Tutuklu veya Hükümlü Kalınan Süre ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Tutuklu ve Hükümlü Kaldığınız Süre?										
		0-1 Yıl		2-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl				
		n	%	n	%	n	%	n	%	χ^2	sd.	P
Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? (Zman Geçirme)	Hayır	23	29,11	35	44,30	15	18,99	6	7,59	2,775	3	0,421
	Evet	2	11,76	11	64,71	3	17,65	1	5,88			
Kişisel Gelişim	Hayır	19	27,94	33	48,53	12	17,65	4	5,88	1,335	3	0,721
	Evet	6	21,43	13	46,43	6	21,43	3	10,71			
Gündemden Haberdar Olmak	Hayır	16	22,86	34	48,57	13	18,57	7	10,00	3,450	3	0,327
	Evet	9	34,62	12	46,15	5	19,23	0	0,00			
Hepsi	Hayır	14	25,93	26	48,15	11	20,37	3	5,56	0,771	3	0,886
	Evet	11	26,19	20	47,62	7	16,67	4	9,52			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme (p=0,421), Kişisel Gelişim (p=0,721), Gündemden Haberdar Olmak (p=0,327), Hepsi (p=0,886), Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplarda, tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlülük süresi olan

katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

3.8. Hükümlü Olanların almış Oldukları Ceza Süresine Göre Yapılan İncelemeler

Bu başlık altında katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanımına ilişkin kendilerine yöneltilen sorulara vermiş oldukları cevapların hükümlü olanların almış oldukları ceza süre değişkenine göre incelemesi yapılmış ve analiz sonuçları yorumlanmıştır.

Tablo 64: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Kütüphaneden Faydalanma Sıklığı ve Tercih Edilen Kitap Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi										
		1-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		21 Yıl ve Üzeri		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Kütüphaneden faydalanma sıklığınız?	Haftada Bir Defa	0	0,00	1	25,00	2	50,00	1	25,00	10,286	9	0,265
	Ayda Bir Defa	5	12,20	13	31,71	10	24,39	13	31,71			
	Yılda Bir defa	3	33,33	0	0,00	2	22,22	4	44,44			
	Hiç faydalanmıyorum	7	33,33	5	23,81	5	23,81	4	19,05			
Kütüphaneden tercih edilen kitap türü (Siyasi)	Hayır	15	21,74	17	24,64	16	23,19	21	30,43	2,966	3	0,415
Tarih	Evet	0	0,00	2	33,33	3	50,00	1	16,67			
	Hayır	15	27,27	14	25,45	12	21,82	14	25,45	7,52	3	0,057
	Evet	0	0,00	5	25,00	7	35,00	8	40,00			
Kişisel Gelişim	Hayır	11	22,92	11	22,92	16	33,33	10	20,83	7,527	3	0,057
	Evet	4	14,81	8	29,63	3	11,11	12	44,44			
Roman	Hayır	8	15,38	15	28,85	12	23,08	17	32,69	3,625	3	0,305
	Evet	7	30,43	4	17,39	7	30,43	5	21,74			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile kütüphaneden faydalanma sıklığı ve tercih edilen kitap türleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kütüphane kullanım sıklığı ile aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. (p=0,265)

Katılımcıların Siyasi (p=0,415), Tarih (p=0,057), Kişisel Gelişim (p=0,057), Roman (p=0,305), kitap tercihlerinin aldıkları ceza süresi ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile bu kitapların tercihinin aldıkları ceza süresi ile anlamlı bir ilişki

olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların bu kitaplardaki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 65: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Gündüz Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi										
		1-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		21 Yıl ve Üzeri		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Gündüz kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	10	17,24	16	27,59	14	24,14	18	31,03	1,913	3	0,616
	Evet	5	29,41	3	17,65	5	29,41	4	23,53			
Yarışma	Hayır	13	23,21	13	23,21	14	25,00	16	28,57	1,62	3	0,697
	Evet	2	10,53	6	31,58	5	26,32	6	31,58			
Reality Şov	Hayır	15	20,83	18	25,00	18	25,00	21	29,17	1,176	3	1
	Evet	0	0,00	1	33,33	1	33,33	1	33,33			
Haber Bülteni	Hayır	6	21,43	8	28,57	6	21,43	8	28,57	0,508	3	0,917
	Evet	9	19,15	11	23,40	13	27,66	14	29,79			
Tartışma Programı	Hayır	14	20,59	17	25,00	17	25,00	20	29,41	0,475	3	1
	Evet	1	14,29	2	28,57	2	28,57	2	28,57			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile gündüz kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Dizi (p=0,616), Yarışma (p=0,697), Reality Şov (p=1,00), Haber Bülteni (p=0,917), Tartışma Programı (p=1,00), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün aldıkları ceza süresi ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gündüz kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların aldıkları ceza süresi ile anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 66: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Gece Kuşağında İzlenen Yayın Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi										
		1-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		21 Yıl ve Üzeri		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Gece kuşağında izlenen yayın (Dizi)	Hayır	6	15,00	16	40,00	7	17,50	11	27,50	10,524	3	0,015
	Evet	9	25,71	3	8,57	12	34,29	11	31,43			
Yarışma	Hayır	14	21,54	15	23,08	16	24,62	20	30,77	1,898	3	0,634
	Evet	1	10,00	4	40,00	3	30,00	2	20,00			
Reality Şov	Hayır	15	20,83	18	25,00	18	25,00	21	29,17	1,176	3	1
	Evet	0	0,00	1	33,33	1	33,33	1	33,33			
Haber Bülteni	Hayır	8	18,60	7	16,28	13	30,23	15	34,88	5,373	3	0,146
	Evet	7	21,88	12	37,50	6	18,75	7	21,88			
Tartışma Programı	Hayır	15	25,42	16	27,12	13	22,03	15	25,42	7,577	3	0,048
	Evet	0	0,00	3	18,75	6	37,50	7	43,75			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile gece kuşağında izlenen yayın türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Yarışma (p=0,634), Reality Şov (p=1,00), Haber Bülteni (p=0,146), türlerinde gündüz kuşağında izlenen yayın türünün aldıkları ceza süresi ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile gece kuşağı yayın türü tercihinin katılımcıların aldıkları ceza süresi ile anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların bu yayın türlerindeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Dizi (p=0,015) ve Tartışma Programı (p=0,048) yayın türlerinin izlenme durumunun alınan ceza ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, dizi yayın türündeki dağılımlar incelendiğinde 6-10 yıl ceza süresi olanların (%40,00) yüksek oranda izlemediği ve 11-20 yıl ceza süresi olanların yüksek oranda (%34,29) izlediği tespit edilmiştir. Tartışma programı oranları incelendiğinde, 1-5 yıl ceza süresi olanların hiç tartışma programı izlemediği ve 25 yıl ve üzeri ceza alanların ise yüksek oranda (%43,75) izlediği tespit edilmiştir.

Tablo 67: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Takip Edilen Dizi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi										
		1-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		21 Yıl ve Üzeri		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Takip edilen dizi veya diziler? (Çukur)	Hayır	9	21,95	8	19,51	9	21,95	15	36,59	2,954	3	0,399
	Evet	6	18,18	10	30,30	10	30,30	7	21,21			
Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz	Hayır	5	16,13	9	29,03	8	25,81	9	29,03	0,947	3	0,814
	Evet	10	23,26	9	20,93	11	25,58	13	30,23			
Masumlar Apartmanı	Hayır	15	22,06	16	23,53	16	23,53	21	30,88	3,026	3	0,378
	Evet	0	0,00	2	33,33	3	50,00	1	16,67			
Doğduğun Ev kaderindir	Hayır	14	20,59	16	23,53	17	25,00	21	30,88	1,079	3	0,888
	Evet	1	16,67	2	33,33	2	33,33	1	16,67			
Alev Alev	Hayır	11	17,46	18	28,57	13	20,63	21	33,33	10,444	3	0,007
	Evet	4	36,36	0	0,00	6	54,55	1	9,09			
Kırmızı Oda	Hayır	13	25,49	13	25,49	9	17,65	16	31,37	6,165	3	0,1
	Evet	2	8,70	5	21,74	10	43,48	6	26,09			
Kardeşlerim	Hayır	12	19,67	16	26,23	13	21,31	20	32,79	3,914	3	0,261
	Evet	3	23,08	2	15,38	6	46,15	2	15,38			
Masumiyet	Hayır	12	17,39	18	26,09	17	24,64	22	31,88	1,116	3	0,036
	Evet	3	60,00	0	0,00	2	40,00	0	0,00			
Diğer	Hayır	14	21,54	17	26,15	18	27,69	16	24,62	5,197	3	0,136
	Evet	1	11,11	1	11,11	1	11,11	6	66,67			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile takip edilen dizi veya diziler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Çukur (p=0,399), Eşkıya Dünyaya Hükümdar Olmaz (p=0,814), Masumlar Apartmanı (p=0,378), Doğduğun Ev kaderindir (p=0,888), Alev Alev (p=0,007), Kırmızı Oda (p=0,1), Kardeşlerim (p=0,261), Masumiyet (p=0,056), Diğer (p=0,136), dizilerinde izlenen dizi ile aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile izlenen dizi ile katılımcıların aldıkları ceza süresi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Alev Alev (p=0,007) adlı dizinin izlenme durumu ile alınan ceza arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, 11-25 yıl süresi olanların yüksek

oranda (%54,55) izlediği ve 6-10 yıl süresi olanların bu diziyi hiç izlemediği tespit edilmiştir.

Tablo 68: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Düzenli Okunan Gazete ve İlgi Duyulan Gazete İlişkisinin İncelenmesi

		Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi										
		1-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		21 Yıl ve Üzeri		χ^2	sd.	p
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Düzenli okunan gazeteler (Hürriyet)	Hayır	8	22,86	9	25,71	8	22,86	10	28,57	1,665	3	0,645
	Evet	4	13,33	6	20,00	9	30,00	11	36,67			
Sabah	Hayır	10	17,54	11	19,30	17	29,82	19	33,33	5,442	3	0,101
	Evet	2	25,00	4	50,00	0	0,00	2	25,00			
Akşam	Hayır	11	18,03	12	19,67	17	27,87	21	34,43	5,785	3	0,032
	Evet	1	25,00	3	75,00	0	0,00	0	0,00			
Posta	Hayır	6	15,38	12	30,77	10	25,64	11	28,21	3,518	3	0,318
	Evet	6	23,08	3	11,54	7	26,92	10	38,46			
Sözcü	Hayır	12	22,64	14	26,42	12	22,64	15	28,30	6,639	3	0,075
	Evet	0	0,00	1	8,33	5	41,67	6	50,00			
Akit	Hayır	12	18,46	15	23,08	17	26,15	21	32,31	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00			
Cumhuriyet	Hayır	12	18,46	15	23,08	17	26,15	21	32,31	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00			
Yeni Şafak	Hayır	12	18,46	15	23,08	17	26,15	21	32,31	NA		
	Evet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00			
Diğer	Hayır	10	18,87	14	26,42	16	30,19	13	24,53	7,411	3	0,043
	Evet	2	16,67	1	8,33	1	8,33	8	66,67			
İlgi duyulan gazete bölümleri (Ekonomi)	Hayır	11	20,00	15	27,27	12	21,82	17	30,91	1,487	3	0,685
	Evet	4	20,00	4	20,00	7	35,00	5	25,00			
Siyasi	Hayır	11	25,00	12	27,27	7	15,91	14	31,82	5,445	3	0,142
	Evet	4	12,90	7	22,58	12	38,71	8	25,81			
Magazin	Hayır	13	21,31	14	22,95	17	27,87	17	27,87	2,021	3	0,588
	Evet	2	14,29	5	35,71	2	14,29	5	35,71			
Spor	Hayır	14	22,95	17	27,87	16	26,23	14	22,95	5,889	3	0,114
	Evet	1	7,14	2	14,29	3	21,43	8	57,14			
Eğlence	Hayır	13	20,00	17	26,15	17	26,15	18	27,69	0,807	3	0,908
	Evet	2	20,00	2	20,00	2	20,00	4	40,00			
Polis Adliye Haberler	Hayır	14	22,95	17	27,87	15	24,59	15	24,59	4,373	3	0,222
	Evet	1	7,14	2	14,29	4	28,57	7	50,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile düzenli okunan gazeteler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Hürriyet ($p=0,645$), Sabah ($p=0,101$), Posta ($p=0,318$), Sözcü ($p=0,075$), okunan gazete türlerinde, okunan gazete ile aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile okunan gazete ile katılımcıların aldıkları ceza süresi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların bu dizilerdeki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Akit ($p=NA$), Cumhuriyet ($p=NA$), Yeni Şafak ($p=NA$) hiç okuyan olmadığı için p değeri hesaplanamamıştır.

Akşam ($p=0,032$) ve Diğer ($p=0,043$) gazeteleri okunma durumunun ceza süresi ile anlamlı ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, Akşam gazetesi dağılımları incelendiğinde 11 yıl ve üzeri süresi olanların akşam gazetesini hiç okumadığı ve okuyanlar içinde 6-10 yıl olanların (%75,00) çoğunluk olduğu tespit edilmiştir. Diğer gazetelerin dağılımları incelendiğinde diğer gazete okuyanların çoğunluğunun (%66,67) 25 yıl ve üzeri süresi olanlar olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile ilgi duyulan gazete bölümleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Ekonomi ($p=0,685$), Siyasi ($p=0,142$), Magazin ($p=0,588$), Spor ($p=0,114$), Eğlence ($p=0,908$), Polis Adliye Haberler ($p=0,222$), ilgi duyulan gazete bölümlerinde, ilgi duyulan gazete bölümü ile aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile ilgi duyulan gazete bölümü tercihi ile katılımcıların aldıkları ceza süresi ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların bu gazete bölümlerini tercih düzeylerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 69: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Günlük TV İzleme Süresi ve Kendine Ayrılan Zaman Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi										
		1-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		21 Yıl ve Üzeri		χ^2	sd.	p
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Günlük TV izleme süresi (Saat)	1 Saatten Az	2	66,67	1	33,33	0	0,00	0	0,00	9,655	9	0,291
	1-3 Saat	5	17,86	4	14,29	7	25,00	12	42,86			
	4-7 Saat	6	15,79	12	31,58	11	28,95	9	23,68			
	8 Saatten Fazla	2	33,33	2	33,33	1	16,67	1	16,67			
Kendinize ayırdığınız zaman:	1 Saatten Az	1	16,67	2	33,33	0	0,00	3	50,00	13,824	9	0,097
	1-3 Saat	8	25,00	5	15,63	11	34,38	8	25,00			
	4-7 Saat	0	0,00	6	33,33	5	27,78	7	38,89			
	8 Saatten Fazla	6	31,58	6	31,58	3	15,79	4	21,05			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile günlük TV izleme süresi arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, günlük TV izleme süresi (Saat) ($p=0,291$), ile aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı ceza süresi olan katılımcıların günlük TV izleme süreleri birbirine benzerdir.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile kendilerine ayırmış oldukları zaman arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kendilerine ayırmış oldukları zaman ($p=0,097$), ile aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı ceza süresi olan katılımcıların kendilerine ayırmış oldukları zamanların düzeyi birbirine benzerdir.

Tablo 70: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Dinlenen Radyo Kanalı İlişkisinin İncelenmesi

		Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi										
		1-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		21 Yıl ve Üzeri		χ^2	sd.	P
		n	%	n	%	n	%	n	%			
Dinlenen radyo kanalı (Süper FM)	Hayır	14	23,33	16	26,67	13	21,67	17	28,33	3,725	3	0,291
	Evet	0	0,00	2	22,22	4	44,44	3	33,33			
Kral FM	Hayır	11	18,03	17	27,87	14	22,95	19	31,15	3,279	3	0,351
	Evet	3	37,50	1	12,50	3	37,50	1	12,50			
Radyo mega	Hayır	6	17,65	8	23,53	9	26,47	11	32,35	0,752	3	0,861
	Evet	8	22,86	10	28,57	8	22,86	9	25,71			
Best FM	Hayır	11	18,64	16	27,12	14	23,73	18	30,51	1,338	3	0,783
	Evet	3	30,00	2	20,00	3	30,00	2	20,00			
Diğer	Hayır	12	24,49	14	28,57	11	22,45	12	24,49	3,274	3	0,349
	Evet	2	10,00	4	20,00	6	30,00	8	40,00			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile dinlenen radyo kanalı arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Süper FM (p=0,291), Kral FM (p=0,351), Radyo mega (p=0,861), Best FM (p=0,783), Diğer (p=0,349), dinlenen radyo kanallarında, dinlenen radyo kanalı ile aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo kanalı ile katılımcıların aldıkları ceza süresi arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların bu radyo kanallarını dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 71: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Dinlenen Radyo Program Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi												
		1-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		21 Yıl ve Üzeri						
		n	%	n	%	n	%	n	%					
Dinlenen radyo programı türü (Canlı Yayınlar)	Hayır	6	19,35	8	25,81	7	22,58	10	32,26	0,331	3	0,954		
	Evet	8	21,05	10	26,32	10	26,32	10	26,32					
Müzik	Hayır	6	18,75	9	28,13	8	25,00	9	28,13	0,183	3	0,981		
	Evet	8	21,62	9	24,32	9	24,32	11	29,73					
Bant Yayını	Hayır	14	21,21	17	25,76	17	25,76	18	27,27	2,361	3	0,614		
	Evet	0	0,00	1	33,33	0	0,00	2	66,67					
Haber Bülteni	Hayır	14	22,58	17	27,42	14	22,58	17	27,42	3,244	3	0,363		
	Evet	0	0,00	1	14,29	3	42,86	3	42,86					
Dinlenen müzik türü (Türk Halk Müziği)	Hayır	12	20,69	16	27,59	13	22,41	17	29,31	3,211	3	0,321		
	Evet	0	0,00	2	22,22	4	44,44	3	33,33					
Türk Sanat Müziği	Hayır	12	21,05	15	26,32	14	24,56	16	28,07	2,727	3	0,483		
	Evet	0	0,00	3	30,00	3	30,00	4	40,00					
Arabesk	Hayır	10	18,52	13	24,07	13	24,07	18	33,33	2,248	3	0,521		
	Evet	2	15,38	5	38,46	4	30,77	2	15,38					
Özgün	Hayır	12	18,75	16	25,00	16	25,00	20	31,25	2,769	3	0,361		
	Evet	0	0,00	2	66,67	1	33,33	0	0,00					
Pop	Hayır	9	15,52	16	27,59	13	22,41	20	34,48	6,502	3	0,063		
	Evet	3	33,33	2	22,22	4	44,44	0	0,00					
Hepsi	Hayır	5	15,63	10	31,25	10	31,25	7	21,88	2,756	3	0,431		
	Evet	7	20,00	8	22,86	7	20,00	13	37,14					

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile dinlenen radyo programı türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Canlı Yayınlar ($p=0,954$), Müzik ($p=0,981$), Bant Yayını ($p=0,614$), Haber Bülteni ($p=0,363$), dinlenen radyo program türlerinde, dinlenen radyo program türü ile aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen radyo program türü ile katılımcıların aldıkları ceza süresi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların bu radyo programı türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile dinlenen müzik türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Türk

Halk Müziği (p=0,321), Türk Sanat Müziği (p=0,483), Arabesk (p=0,521), Özgün (p=0,361), Pop (p=0,063), Hepsi (p=0,431), dinlenen müzik türlerinde, dinlenen müzik türü ile aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile dinlenen müzik türü ile katılımcıların aldıkları ceza süresi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların bu müzik türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 72: Hükümlü Olanların Almış Oldukları Ceza Süresi ile Geleneksel Medya Araçlarını Kullanımının Katkısı Olan Cevabı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Hükümlüyseniz aldığınız ceza Süresi										
		1-5 Yıl		6-10 Yıl		11-20 Yıl		21 Yıl ve Üzeri				
		n	%	n	%	n	%	n	%	χ^2	sd.	p
Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? (Zaman Geçirme)	Hayır	12	20,69	16	27,59	13	22,41	17	29,31	0,955	3	0,869
	Evet	3	20,00	3	20,00	5	33,33	4	26,67			
Kişisel Gelişim	Hayır	11	22,92	7	14,58	14	29,17	16	33,33	9,607	3	0,022
	Evet	4	16,00	12	48,00	4	16,00	5	20,00			
Gündemden Haberdar Olmak	Hayır	11	21,15	12	23,08	11	21,15	18	34,62	3,686	3	0,297
	Evet	4	19,05	7	33,33	7	33,33	3	14,29			
Hepsi	Hayır	9	20,00	16	35,56	11	24,44	9	20,00	7,246	3	0,064
	Evet	6	21,43	3	10,71	7	25,00	12	42,86			

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Katılımcıların aldıkları ceza süresi ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için Ki-kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme (p=0,869), Gündemden Haberdar Olmak (p=0,297), Hepsi (p=0,064), Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplarda, aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların aldıkları ceza süresi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Kişisel Gelişim (p=0,022) belirten katılımcıların dağılımları incelendiğinde 6-10 yıl ceza süresi olan katılımcıların yüksek oranda (%48,00) geleneksel medya araçlarının katkılarının kişisel gelişim olduğunu belirtmişlerdir.

SONUÇ

Bu çalışma cezaevinde bulunan tutuklu ve hükümlülerin geleneksel medyayı kullanım biçimlerinin tespit edilmesi amacıyla yapılmıştır. Katılımcıların kendilerine ayırdıkları zaman dağılımlarına bakıldığında, katılımcıların %44'ünün günde 1-3 saat ve %25'inin 8 saatten fazla kendisine zaman ayırdığı, %20'sinin 4-7 saat ayırdığı belirlenmiştir. Bunun yanında katılımcıların %46'sının günde 4-7 saat ve %36'sında günde 1-3 saat TV izlediği tespit edilmiştir. Bu sonuç RTÜK (2018) tarafından yapılan araştırma sonucunu desteklemektedir. Orada da “Türkiye’de her 100 kişiden 27,3’ü hafta içi günlük ortalama 2-3 saat televizyon izlemektedir. 8 saat ve üzeri televizyon izleyenlerin oranı ise %5,7” olarak belirlenmiştir. Genel anlamda Işık (2007: 114)’ın ifadeleri de bu sonucu destekler niteliktedir. “Televizyon günümüzün en önemli iletişim araçları arasında yer almış ve belirli bir toplumsal grubu da aşarak evrensel bir toplumsallaştırma aracı haline gelmiştir”.

Katılımcıların gündüz kuşağında izledikleri yayınların dağılımı incelendiğinde, %59'unun haber bülteni, %28'inin dizi ve %20'sinin yarışma izlediği tespit edilmiştir. Gece kuşağında izlenen yayın türleri dağılımları incelendiğinde, %52'sinin dizi, %37'sinin haber bülteni, %19'unun tartışma programı izlediği tespit edilmiştir. Özarslan ve Nisan (2011) tarafından yapılan çalışmada ise televizyon programları arasında en fazla izlenen program türü ana haber bülteni (%55,4) ve spor programları (25,8), en az izlenen programınsa yabancı diziler (%3,4) olduğu görülmüştür. RTÜK (2018) tarafından yapılan araştırma sonucu elde edilen bulgulara göre, kişilerin izlemeyi en çok tercih ettiği program türü aylık ortalama 24,2 gün izleme ile “haberler” olmuştur. Televizyon haberlerinin izlenmesi, tıpkı diğer programların izlenmesi gibi, belirli ihtiyaçların tatmin edilmesine yönelik amaçlar taşımaktadır. Bu ihtiyaçların tatmin edilmesi ise, izleyicinin araç tercihini belirlemede en önemli etkidir.

Yapılan analiz sonucunda, günlük TV izleme süresi (Saat) ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların günlük TV izleme süreleri birbirine benzerdir. Katılımcıların eğitim düzeyi ile kendilerine ayırmış oldukları zaman arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, kendilerine ayırmış oldukları zaman ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde

kendisine 8 saatten fazla zaman ayıranlar arasında en yüksek orana okuryazar eğitim düzeyinde olanlar ve ilköğretim mezunu olanların (%32) olduğu tespit edilirken, lise mezunlarının da kendisine 4-7 saat ayıranlar arasında %50 ile en yüksek orana sahip oldukları tespit edilmiştir.

Katılımcıların geleneksel medya araçlarını kullanımının katkılarına nelerdir sorusuna verilen cevaplarının dağılımı incelendiğinde %43,30'unun hepsi seçeneğini işaretlerken, %28,87'sinin kişisel gelişim dediği ve %26,80'ninin de gündemden haberdar olmak dediği tespit edilmiştir. Katılımcıların önemli bir oranı geleneksel medya araçlarının kendilerine birçok açıdan yarar sağladığı düşüncesindedir. Buna karşın kişisel gelişim ve gündemden haberdar olmak için kullananların oranı da yadsınamayacak kadar yüksektir.

Kitle iletişim araçları arasında işitsel olan radyonun en sık tercih edilenler arasında olduğu görülmektedir. Araştırma sonucunda dinlenen radyo programı incelendiğinde, %52,17'sinin canlı yayın, %51,09'unun müzik türünde programları dinlemeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir. Özarslan ve Nisan (2011)'ın çalışmasında radyo dinleyenlerin yüzde 8,2'si her gün düzenli, yüzde 50,3'ü haftada 5-6 gün, yüzde 6,3'ü haftada 3-4 gün ve yüzde 24,8'i haftada 1-2 gün radyo dinlediği saptanmıştır. Yapılan bu araştırmada katılımcıların %52,87'sinin tüm müzik türlerini dinlediği, Türk Halk Müziği, Türk Sanat Müziği ve pop müziklerini dinleyenlerin oranlarının eşit ve %12,64 olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların cinsiyeti ile dinlenen müzik türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda Arabesk, Özgün, Pop, dinlenen müzik türlerinde, dinlenen müzik türü ile cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş ile dinlenen radyo kanalı arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, Süper FM, Kral FM, Radyo mega, Best FM, Diğer, dinlenen radyo kanallarında, dinlenen radyo kanalı ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş ile dinlenen müzik türü arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, Türk Sanat Müziği, Arabesk, Özgün, Pop, Hepsi, dinlenen müzik türlerinde, dinlenen müzik türü ile yaş arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanında dinlenen müzik türü ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı

ve farklı eğitim düzeyi olan katılımcıların bu müzik türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca dinlenen müzik türü ile katılımcıların medeni durumu arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı medeni durumu olan katılımcıların bu müzik türlerini dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile dinlenen radyo kanalı arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, Süper FM, Kral FM, Radyo mega, Best FM, Diğer, dinlenen radyo kanallarında, dinlenen radyo kanalı ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Dinlenen radyo kanalı ile katılımcıların cezaevindeki durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı ceza durumu olan katılımcıların bu radyo kanallarını dinleme oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir

Yapılan araştırma sonucunda katılımcıların düzenli okudukları gazetelerin dağılımları incelendiğinde, %46,99'unun Hürriyet, %42,17'sinin Posta, %20,48'inin Sözcü gazetesini takip ettikleri Akit ve Cumhuriyet gazetelerini okuyan katılımcıların olmadığı tespit edilmiştir. Gazetelerde ilgi duyulan bölümler incelendiğinde, %35'inin siyasi, %24'ünün ekonomi ve %21'inin magazin haberlerini okumayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Genel olarak yapılan araştırmaya göre de satış miktarına göre en çok okunan gazeteler sırasıyla, Sözcü, Sabah, Hürriyet, Posta olduğu belirtilmiştir (www.gazeteciler.com, 2021).

Katılımcıların cinsiyetiyle ilgi duyulan gazete bölümleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, Ekonomi, Siyasi, Magazin, Eğlence, Polis Adliye Haberler ilgi duyulan gazete bölümlerinde, ilgi duyulan gazete bölümü ile cinsiyeti arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Benzer olarak ilgi duyulan gazete bölümü tercihi ile katılımcıların yaşı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı yaş grubunda olan katılımcıların bu gazete bölümlerini tercih düzeylerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyi ile ilgi duyulan gazete bölümleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, “*Ekonomi, Magazin, Spor, Eğlence ve Polis Adliye Haberleri*”, ilgi duyulan gazete bölümü ile eğitim düzeyi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca ilgi duyulan gazete bölümünde siyasi olan gazete bölümlerinde eğitim düzeyi ile

anlamli iliskisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde lise mezunlarının (%42,86) diğeri eğitim düzeylerine göre gazetelerin siyasi bölümlerine daha yüksek oranda ilgi gösterdikleri tespit edilmiştir. Bunun yanında ilgi duyulan gazete bölümü tercihi ile katılımcıların medeni durumu ile anlamli bir iliski olmadığı ve farklı Medeni durumu olan katılımcıların bu gazete bölümlerini tercih düzeylerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada katılımcıların cinsiyeti ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamli iliski olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, Kişisel Gelişim, Gündemden Haberdar Olmak, Hepsi, cevaplarında, verilen cevaplar ile cinsiyet arasında anlamli iliski olmadığı tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde zaman geçirmek için geleneksel medya araçlarını kullanan katılımcılarda erkeklerin oranının (%77,78) daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yapılan araştırmaların çoğunda televizyonun boş zaman aktivitesi olarak izlendiğı belirtilmiştir (Toruk, 2005: 486- 487; Çakır, 2005: 126). Bunun yanında Geyik (2018: 74) tarafından yapılan araştırmada cinsiyet açısından bakıldığında kadınların yüzde 37'si, erkeklerin de yüzde 62'sinin düzenli televizyon izlediğı dikkat çekmektedir.

Yapılan analiz sonucunda dizi ve yarışma yayın türlerinin izlenme durumunun yaşı ile anlamli bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yarışma yayın türünde izlenme durumunun medeni durum ile anlamli ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde, bekar olanların (%75) olmayanlara göre daha yüksek oranda yarışma programı izledikleri tespit edilmiştir. Ersoy ve Bakır (2015), yaptıkları araştırma sonucunda dizi filmlerin payının %50'ye yakın olması ve diğeri eğlence programları ile yarışma programlarının payının eklenmesi sonucu bütün eğlence programlarının payının %75 civarına çıktığı görülmektedir.

Katılımcıların eğitim düzeyi ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamli iliski olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme, Kişisel Gelişim, Gündemden Haberdar Olmak, Hepsi, verilen cevaplarda, eğitim düzeyi arasında anlamli iliski olmadığı tespit edilmiştir. Diğeri bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında anlamli bir iliski olmadığı ve farklı eğitim

düzeyi olan katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda eğitim durumunun geleneksel medyanın katkıları ile ilgili herhangi bir etkisinin olmadığını söylemek mümkündür.

Katılımcıların cezaevindeki durumu ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme, Kişisel Gelişim, Gündemden Haberdar Olmak, Hepsi, Geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplarda, verilen cevaplar ile cezaevindeki durumu arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile kütüphaneden faydalanma sıklığı ve tercih edilen kitap türleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan analiz sonucunda, kütüphane kullanım sıklığı ile tutuklu ve hükümlü kalınan süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların Siyasi, Kişisel Gelişim, Roman, kitap tercihlerinin tutuklu ve hükümlü kalınan süre ile ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile bu kitapların tercihinin tutuklu ve hükümlü kalınan süre ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlü süresi olan katılımcıların bu kitaplardaki tercihlerinin birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir. Tarih kitap tercih durumunun ise tutuklu ve hükümlü kalınan süre ile arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Oranlar incelendiğinde 0-1 yıl süresi olanların tarih kitaplarını okumada diğer gruplara göre daha düşük oldukları tespit edilmiştir.

Katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme, Kişisel Gelişim, Gündemden Haberdar Olmak, Hepsi, geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplarda, tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların tutuklu ve hükümlü kaldıkları süre arasında anlamlı bir ilişkisi olmadığı ve farklı tutuklu ve hükümlülük süresi olan katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir.

Son olarak katılımcıların aldıkları ceza süresi ile geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplar arasında anlamlı ilişki olup olmadığını tespit etmek için yapılan analiz sonucunda, Zaman Geçirme, Gündemden Haberdar Olmak, Hepsi, geleneksel medya araçları kullanımının size katkıları nelerdir? Sorusuna verilen cevaplarda, aldıkları ceza süresi arasında anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile geleneksel medya araçlarının katkılarına verilen cevaplar ile katılımcıların aldıkları ceza süresi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ve farklı ceza süresi olan katılımcıların belirtmiş oldukları katkılarda oranlarının birbirine benzer olduğu tespit edilmiştir. Kişisel Gelişim belirten katılımcıların dağılımları incelendiğinde 6-10 yıl ceza süresi olan katılımcıların yüksek oranda geleneksel medya araçlarının katkılarının kişisel gelişim olduğunu belirtmişlerdir.

KAYNAKÇA

- 5271 Sayılı Ceza Muhakemesi Kanunu. (2004). Resmi Gazete, 25673. Erişim Tarihi. 17 Aralık 2004.
- 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu. Kanun Numarası: 5237; Kabul Tarihi: 26/9/2004 Yayımlandığı Resmî Gazete: Tarih: 12/10/2004 Sayı: 25611 Yayımlandığı Düstur: Tertip: 5 Cilt: 43.
- Ahmad, F. (1996). Modern Türkiye'nin Oluşumu, İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Akıllı telefon harcamaları son bir yılda yüzde 50 arttı, www.trthaber.com/haber/ekonomi/akilli-telefon-harcamaları-son-bir-yilda-yuzde-50-artti-571161.html, Erişim Tarihi 08 Nisan 2021.
- Aktaş, C. (2007). Yeni Medyanın Geleneksel Medya İle Karşılaştırılması. Ankara: Beta Yayınları.
- Aktaş, C. (2014). "QR Kodlar ve İletişim Teknolojilerinin Hibritleşmesi". İstanbul: Kalkedon Yayıncılık. Erişim Tarihi 15 Nisan 2021
- Aladağ, İ. (2012). "Televizyon Dizilerinin Kültürel Yozlaşma Açısından İncelenmesi" (Fırat Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması) Yüksek Lisans Tezi", Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Atabek, Ü. (2001). İletişim ve Teknoloji. Ankara: Seçkin Yayıncılık. Erişim Tarihi 26 Mayıs 2021
- Aydede C. (2004). Profesyonel Bir İlişki- Medya ve Halkla İlişkiler. İstanbul: Rota Yayıncılık. Erişim Tarihi 26 Mayıs 2021
- Aytekin, M. (2016). Medya Endüstrisi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları. Erişim Tarihi 30 Mart2021
- Aytekin, P. (2018). Yerli Dizilerde Kadın Kimliğinin Temsili Üzerine Bir Örnek; "Yaprak Dökümü" Dizisi. Erciyes İletişim Dergisi, 5 (4), s. 447-463.
- Aziz, A. (2006). "Televizyon ve Radyo Yayıncılığı. Ankara: Turhan Kitapevi. Erişim Tarihi 20 Mart2021
- Aziz, A. (2007). Siyasal İletişim, İkinci Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım. Erişim Tarihi 16 Temmuz 2021
- Batu, M. ve Kaptan, N. (2020). İletişim Temelinde Televizyon Dizilerinde Kültürel Aktarım: Yasak Elma Dizisindeki Mesajlara Yönelik Söylem Analizi, X. Umteb International Congress On Vocational & Technical Sciences], 133-153.
- Bauman, Z. (2010). Küreselleşme, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları. Erişim Tarihi.18 Ağustos 2021

- Bay, N. (2007). Radyo ve Televizyon Yayıncılığı, Ankara: Nüve Kültür Merkezi Yayınları. Erişim Tarihi. 20 Temmuz 2021
- Baykul M.C. ve Üret, T. (1996). VM, UNİX ve Windows Uygulamalarıyla İnternet. İstanbul: Beta Yayıncılık. Erişim Tarihi.19 Ağustos 2021
- Bektaş, A. (2002), Siyasal Propaganda, Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları. İstanbul: Bağlam Yayınları. Erişim Tarihi.25 Ağustos 2021
- Binark, M. ve Löker, K., (2011). Sivil toplum Örgütleri için Bilişim Rehberi. Web:<http://panel.stgm.org.tr/vera/app/var/files/b/i/bilisimkitapweb.pdf>. Erişim Tarihi.23 Ocak 2021
- Birsen, H. (2013). “Dijital İletişim ve Yeni Medya”. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.Erişim Tarihi. 28 Haziran 2020
- Bryant. J. ve Thompson. S.(2002). Fundamental Media Effect. NY: McGraw-Hill, 396
- Bulunmaz, B. (2011). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak?, Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 4(7), 22-29.
- Bulunmaz, B., (2015). Yeni İletişim Teknolojileriyle Değişen Medya Yayıncılığı: Yeni Medyada İçerik Üretimi ve Sunumu, Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Çalışmaları, 321-333.
- Büker, N. (2013). “Televizyon Teknolojisi ve Yeni Medya”. Müge Demir (Editör). Yeni Medya Üzerine... Yeni İletişim Teknolojileri. İstanbul: Literatürk Yayınları, 138.
- Bülbül, A. R. (2000). İletişim ve Etik. Konya: Damla Ofset. Erişim Tarihi. 29 Mayıs 2020
- Bülbül, R. (2001). Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar, Ankara: Nobel Yayın. Erişim Tarihi. 01 Kasım 2021
- Centel, N. (2013). Tutuklama Uygulamasında Sorunlar. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, 71 (1), 193-206.
- Centel, N. ve Zafer, H. (2016). Ceza Muhakemesi Hukuku (13. Bs). İstanbul: Beta Yayınları. Erişim Tarihi. 29 Ekim 2021
- Cerçi, S. (1996). Televizyonun Sosyolojik Boyutu, İstanbul: Şule Yayınları. Erişim Tarihi. 18 Eylül 2021
- Çakır, H. (2005). Tüm Yönleriyle Radyo, Ankara: Siyasal Kitabevi. Erişim Tarihi. 27 Temmuz 2021
- Çakır, Ö., Mete, F. ve Turan, B. (2011). İletişim Teknolojisinin Gelişimi: Akıllı Telefona Giden Yol, 345-362.

- Çakır, V. (2005). Bir Sosyal Etkinlik Olarak Eğlence Ve Televizyon (Konya Örneği), 124-142.
- Çakır, V. ve Kınıt, E. (2009). “Televizyon Dizilerinde Ürün Yerleştirme ve Sponsorluğun Sonuçları”, Global Media Journal Turkish Edition, (5). 19-30.
- Çakır, V., 2005, Bir Sosyal Etkinlik Olarak Eğlence ve Televizyon (Konya Örneği), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya. Erişim Tarihi. 24 Mart 2021
- Demircan, D. (2019). Kitle İletişim Araçları Ve Tüketim Kültürü Bağlamında Çocukların Tüketici Olarak Sosyalleşmesi: Eskişehir Çifteler Gazi İlkokulu Örneği (Yüksek Lisans Tezi), Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi. 26 Ağustos 2021
- Demirtaş, Z. G. (2019). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Kanaat / Kamuoyu Önderleri, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi. 25 Eylül 2021
- Dilber, F. (2014). Kitle İletişim Araçları ve Suç Olgusu, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 16 (Özel Sayı I): 60-66, 2014.
- Dursun, D. (2017). Türkiye’nin Görsel-İşitsel Medya Politikası, Liberal Düşünce Dergisi, 22(86), ss. 97-125.
- Erdem E. (2009). Sosyal Medya Araçlarının Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği. Türkiye Bilişim Derneği, (116). 96-101.
- Erdoğan, H. A. (2009), Günümüz Kitle İletişim Araçlarının Görünen Ve Görünmeyen Yüzü: Türkiye Örneği Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi. 03 Mayıs 2022
- Erdoğan, H. A. (2009). Günümüz Kitle İletişim Araçlarının Görünen Ve Görünmeyen Yüzü: Türkiye Örneği Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi. 03 Mayıs 2022
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi, 2. Basım, Ankara: Erk Yayınları. Erişim Tarihi. 06 Temmuz 2021
- Erdoğan, İrfan. (2005). “İletişimi Anlamak”. Ankara: Erk Yayınları.
- Ergin, E. E. (2015). Sosyal Medyada Reklam Kullanımı Örneği Olarak Yerli Reklamların İncelenmesi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ersoy, H. ve Bakır, F. (2015). 2015 Yılı Reyting Listesi Program Analizi, Journay of Awareness, 151-160.

- Gencel B. M. (2003) “Yerel Politika ve Yerel Medya”, Sevdal Alankuş (der), Medya ve Toplum, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayını. Erişim Tarihi. 25 Eylül 2021
- Geray, H. (2001). “İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeyinde Yeni Medya Politikaları” Ankara: Ütopya Yayınları. Erişim Tarihi. 25 Eylül 2021
- Geyik, K. (2008). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Yerel Televizyon Yayıncılığı, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi. 20 Nisan 2022
- Gezgin, S. ve İralı, A.E. (2017). Yeni Medya ve Analizleri, Konya: Eğitim Yayınevi. Erişim Tarihi. 22 Haziran 2021
- Giddens A. (2008). Sosyoloji, İstanbul: Kırmızı Yayınları. Erişim Tarihi. 25 Ağustos 2022
- Gökhan, M. (2015). “Yeni İletişim Teknolojilerin Ortak Özelliği”, Bursa: Ekin Basım Yayınevi. Erişim Tarihi. 09 Ağustos 2021
- Gönenç, Ö. (2003). Siyasal Yaşamın Belirlenmesinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü. G.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, (17): 31-41.
- Gürer, V. ve Gürer, M. (2020). Toplumsal Cinsiyet Rollerini Bağlamında Türkiye’deki Televizyon Dizilerinde Sunulan Kadın Stereotipi. Alanya Akademik Bakış Dergisi, 4 (3), s. 631-650.
- Güz, N. (2005). Haberde Yönlendirme ve Kamuyolu Araştırmaları. Ankara: Nobel Yayınları. Erişim Tarihi. 13 Mart 2021
- Güz, N. (2012). “Teknolojik Gelişmeler ve Haberde Etik Sorunlar: Yeni İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Dönüşüm”, 2. Uluslararası İletişim Sempozyumu, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, s.16-24.
- Işık, M. (2007). Televizyon ve Çocuk (6- 12 Yaş Arası Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Üzerine Bir Değerlendirme), Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları. Erişim Tarihi. 23 Mayıs 2021
- Işık, M., (2000). İletişimden Kitle İletişimine, Mikro Yayınları, Konya. Erişim Tarihi. 28 Temmuz 2021
- İspirli, M. (2000). Medya Gerçeği ve Haberciler. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Kalender, A. (2005). Siyasal iletişim, Seçmenler ve İkna Stratejileri, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Karadoğan Doruk, E. (2018). Kitle İletişimi Ve Tüketim, Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Lisans Programı, İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.

- Karakoç, E. (2015). Manuelden Dijitale: Radyoyu Yeniden Düşünmek, "trtradyovizyondergisi. 20. sayı
- Karakoç, E., ve Mert, A. (2013). Sinemada Siyasal İktidar, İdeoloji ve Medya Üçgeni: Wag The Dog Filminin İncelenmesi. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 1(34), 279-297.
- Kars, N. (2010). "Haberin Tarihi, Kuramları Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği", İstanbul: Derin Yayınları.
- Kılıç, S. (2014). Kitle İletişim Araçlarının Gelişimi Ve Sosyal Medyanın Siyasal İletişimi Etkileme Rolü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi 13 Temmuz 2021
- Kırık, A. M. (2010). Etkileşimli Televizyon, İstanbul: Anahtar Yayıncılık.
- Kırtepe, S. (2012). "Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkileri Sosyo-Kültürel Bir Çözümleme (Erzurum Örneği) Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi 24 Mart 2022
- Korkmaz, A. (2009). "Türkiye'de Tek Parti Yıllarının İletişim Politikaları: 1920-1950", Türkiye'de Kitle İletişimi: DünBugün-Yarın, (Derleyen: Korkmaz Alemdar), Ankara, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. Erişim Tarihi 27 Ağustos 2022
- Köseoğlu, Ö. (2012). "Halkla İlişkilerde Yeni Medyanın Kullanımı" Stratejik İletişim Yönetimi, S:421-482. Ankara: Seçkin Yayıncılık. Erişim Tarihi 02 Eylül 2022
- Kuruoğlu, H. (2006). Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo, Ankara: Nobel Yayın. Erişim Tarihi 16 Eylül 2021
- Kuyucu, M. (2013). Radyonun Müzik Kutusuna Dönüşümü: Radyo Program Türleri Ve Tercih Edilirlik Oranları, E-Journal of New World Sciences Academy, 8, (4), 372-400.
- McQuail, D. (2005). McQuail's Mass Communication Theory. (5th edn). London: Sage Publications. Erişim Tarihi 23 Ekim 2021
- McQuail, D. ve Windahl, S. (2005). İletişim Modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında, (Çeviren: Konca Yumlu), Ankara: İmge Kitabevi, 2005.
- Mutlu, E. (1991). Televizyonu Anlamak. Ankara: Gündoğan Yayınları. Erişim Tarihi 31 Ekim 2021
- Mutlu, E. (1992). Kitle İletişim Kuramları Ve Türkiye'de Basın Yayın Eğitimi. (1991-1992), Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllığı. Erişim Tarihi 02 Temmuz 2021
- Mutlu, S. (2011). Görsel Medya Çalışanlarındaki Rol Çatışması Üzerine Bir Çalışma Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi 10 Nisan 2021

- Neumann, Noelle E. (1998). Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi. Ankara: Dost Kitabevi. Erişim Tarihi 05 Mart 2021
- Nuran, M. (2015). Geleneksel Medya Ve Yeni Medya Etkileşiminin Gezi Parkı Gösterileri Bağlamında İncelenmesi Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi 27 Nisan 2021
- Nuran, M. B. (2015). Geleneksel Medya Ve Yeni Medya Etkileşiminin Gezi Parkı Gösterileri Bağlamında İncelenmesi Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi 08 Mart 2021
- Oğuz GY. (2000). Televizyon: Kaçınılmaz Öğreticimiz. Kurgu Dergisi, 1(17) 25-32.
- Özarslan, H. Ve Nisan, F. (2011). Kullanımlar Ve Doyumlar Perspektifinden Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Gümüşhane Örneği, e-gifder, 1(1), 23-43.
- Özcan, A. ve Tugen B. (2014). Geleneksel Medya Olarak Gazete ve Radyoda Yeni İletişim Uygulamaları. (259-270) III. Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi Bildiriler Kitabı - III (Siyaset - Uluslararası İlişkiler - İktisat - İletişim), 15-18 Mayıs 2014, Sakarya: İlmi Etüdler Derneği. Erişim Tarihi 20 Nisan 2022
- Radyo yayınları radyodan çok cep telefonu ve televizyondan dinleniyor www.aa.com.tr/tr/turkiye/radyo-yayinlari-radyodan-cok-cep-telefonu-ve-televizyondan-dinleniyor/2142544. Erişim Tarihi 12 Şubat 2021
- RTÜK (2021). Türkiye’de Televizyon İzleme Alışkanlıkları.
- Scolari, C.A. (2009). “Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production”, International Journal of Communication, S:3.
- Suiçmez, M. (2009). Dergi Haberciliği ve Nokta Dergisi. <http://acikerisimarsiv.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/8967/234986.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Erişim Tarihi 14 Mayıs 2020
- Şahin, K. (2011). “Kültürel Yozlaşmaya Neden Olan Bir Unsur Olarak Televizyon”, Sosyal Bilimler Dergisi, 1(1).
- Tekinalp, Ş. (2011). Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon (2.Baskı b.). İstanbul: Beta Basım Yayım (27.03.2021).
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2009). İletişim Araştırmaları ve Kuramları, 3. Basım, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Tirajlar, www.gazeteciler.com/tirajlar. 03.2021.
- Tokatlı, M., (2016). Yeni Medya’nın Geleneksel Medya Ve Halkla İlişkiler Meslek Alanı Üzerine Etkileri, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(45), 877-886.

- Tokgöz, O: 2003, Temel Gazetecilik, (5. Baskı), Ankara: İmge Kitapevi.
- Toroslu, N. ve Feyzioğlu, M. (2015). Ceza Muhakemesi Hukuku (14. bs.). Ankara: Savaş Yayınevi.
- Toruk, İ. (2005). “Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19, 493- 508.
- Törenli, N. (2005). Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Törenli, N. (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, 1. Basım, İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Törenli, N: 2005, “Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı”, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Turam, E. (1994). Medyanın Siyasi Hayata Etkileri. 1.Basım. İstanbul: İrfan Yayıncılık.
- Turşak, R. (2020). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Yarışma Programları: "Hadi" Uygulaması Örneği Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi 28 Eylül 2021
- Türkiye’de gazete ve kitap okuma oranları giderek düşüyor- Yeni1Mecra yeni1mecra.com/turkiyede-gazete-ve-kitap-okuma-oranlari-giderek-dusuyor/, 22.01.2021.
- Türkoğlu, N. (2010), Toplumsal İletişim, İstanbul: Urban Yayınları. Erişim Tarihi 16 Mart 2021
- Uğurlu, H. (2005), “Televizyonun Yarattığı Etkinin Nedeni: Anlık-Etkili Görüntü”, Kurgu Dergisi, Anadolu Üniversitesi İBF Yayınları Erişim Tarihi 29 Kasım 2021
- Uslu, Z. K. (2000). Televizyon Ve Kadın, İstanbul: Alfa Yayınevi. Erişim Tarihi 19 Eylül 2021
- Ünür, E., (2016). Geleneksel Medya’nın Sosyal Medyayı Nasıl Kullandığına İlişkin Bir İnceleme: Dizilerin Twitter Kullanımı, Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 20(1), 153-170.
- Williams, R. 2003). Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim. Çev: Ahmet Ulvi Türkbağ. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

- Yanatma, S. (2002, Şubat). Türkiye'de Televizyon Yayınlarının Başlaması ve Gelişimi: İTÜ TV. Toplumsal Tarih, 50-61. 08 09, 2020 tarihinde https://www.academia.edu/14186446/T%C3%BCrkiyede_Televizyon_Yay%C4%B1nlar%C4%B1n_Ba%C5%9Flamas%C4%B1_ve_Geli%C5%9Fi_mi_%C4%B0T_%C3%9C_TV_adresinden_alındı
- Yedekçi, B. (2017). Görsel Medyanın Alkol Ve Sigara Kullanımı Üzerine Etkisinin İncelenmesi Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Yılmaz, Y. (2020). Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Kamu Hizmeti Yayıncılığının Değişim Ve Dönüşümü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erişim Tarihi 01 Kasım 2021
- Zavalsız, Y. S. ve Dağcı, Y. S. (2019). “Televizyon Dizilerinin Toplum Üzerindeki Etkisi (Karabük Örneği)”, Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 9(1).

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Hülya KIRMIZI	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Anadolu Üniversitesi
Fakülte	İşletme Fakültesi
Bölümü	İşletme Bölümü
Yüksek Lisans	
Üniversite	Sakarya Üniversitesi
Enstitü Adı	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	İletişim Bilimleri
Programı	İletişim Bilimleri
Makale ve Bildiriler	
1. Kırmızı, H. ve Öztunç, M. (2022).“Ailede Anne ve Babanın Dijital Medya Okuryazarlığı Eğitimi Almasının Önemi”- Itcam İnternational Trend And Issues in Communicatioan Media Conference.1-17.	