



**YETİŞTİRME KURAMI: WEB TABANLI DİJİTAL PLATFORMLARIN
İNSANLARIN SOSYAL GERÇEKLİK KAVRAMLAŞTIRMALARI VE DÜNYA
ALGILAMALARI ÜZERİNDEKİ ROLÜ**

Doktora Tezi
Rıdvan CEVHER
Eskişehir 2024

**YETİŞTİRME KURAMI: WEB TABANLI DİJİTAL PLATFORMLARIN
İNSANLARIN SOSYAL GERÇEKLİK KAVRAMLAŞTIRMALARI VE DÜNYA
ALGILAMALARI ÜZERİNDEKİ ROLÜ**

Rıdvan CEVHER

DOKTORA TEZİ

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Ömer ÖZER

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Şubat 2024

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Rıdvan Cevher'in "Yetiştirme Kuramı: Web Tabanlı Dijital Platformların İnsanların Sosyal Gerçeklik Kavramlaştırmaları ve Dünya Algılamaları Üzerindeki Rolü" başlıklı tezi 30/01/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca, Basın ve Yayın Anabilim dalında Doktora Yeterlik tezi olarak kabul edilmiştir.

Rıdvan CEVHER

Üye (Tez Danışmanı)

: **Prof. Dr. Ömer ÖZER**

Üye

: **Prof. Dr. Sibel ONURSOY**

Üye

: **Prof. Dr. Abdullah KOÇAK**

Üye

: **Doç. Dr. Duygu ÜNALAN**

Üye

: **Doç. Dr. Kenan DUMAN**

Prof. Dr. Saime ÖNCÜ

Anadolu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ÖZET

YETİŞTİRME KURAMI: WEB TABANLI DİJİTAL PLATFORMLARIN İNSANLARIN SOSYAL GERÇEKLİK KAVRAMLAŞTIRMALARI VE DÜNYA ALGILAMALARI ÜZERİNDEKİ ROLÜ

Rıdvan CEVHER

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Şubat 2024

Danışman: Prof. Dr. Ömer ÖZER

Bu tez çalışmasının temel amacı dijital platformlar örneğinde belirlenen mesaj sistemlerinin, insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamalarına katkısını anlamaktır. Araştırma, Türkiye’de yayın yapan dijital yayın platformlarını incelemektedir. Ek olarak Yetiştirme Kuramını dijital yayın platformları bakımından temel alması Türkiye açısından bir ilki temsil etmektedir. Çalışmanın katılımcıları olan gençler yaklaşık 20 yıldır yayında olan dijital yayın platformlarıyla büyümektedir. Bu bakımdan gençlerin yetiştirmelerinde dijital yayın platformlarının rolünü anlamak önemlidir. Araştırmada, dijital web platformlarının yetiştirme rolü, kuramın önermeleri çerçevesinde ortaya konulmaktadır. Bu açıdan birbiriyle ilişkili mesaj sistem ve yetiştirme çözümlemeleri gerçekleştirilmiştir. Mesaj sistem çözümlemesi, dijital yayın platformlarının hikâyeleri ile ilgilidir. Yetiştirme ve anaakımlaştırma çözümlemeleri ise bu platformların, sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamalarına olan rolünün anlaşılmasına dönüktür. BluTv, Netflix ve PrimeVideo’da yayınlanan diziler: konu, karakter, cinsellik ve şiddet sunumu bakımından incelenmiştir. Mesaj sistem bulgularına göre Yetiştirme ve Anaakımlaştırma testleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca Yetiştirme Kuramına yönelik yoğun eleştirilerde bulunan Paul M. Hirsch’ün eleştirileri çerçevesinde bir dizi test gerçekleştirilmiştir. Mesaj sistem çözümlemeleri sonucunda ortaya konan 18 yetiştirme hipotezinin 2 tanesinde yetiştirme delili bulunmuştur. Anaakımlaştırma çerçevesinde hazırlanan testlerde ise 15 anlamlı sonuç saptanmıştır. Bu bakımdan dijital yayın platformlarının gençler üzerinde yetiştirme rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Eleştirilere yönelik hazırlanan yetiştirme testlerinin sonucuna bakıldığında ise Hirsch’ün eleştirilerine destek bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Yetiştirme Kuramı, Dijital Yayın Platformları, Sosyal Gerçeklik Algılamaları, Mesaj Sistem Çözümlemesi, şiddet.



ABSTRACT

CULTIVATION THEORY: THE ROLE OF WEB-BASED DIGITAL BROADCASTING PLATFORMS ON PEOPLE'S CONCEPTUALIZATIONS OF SOCIAL REALITY AND PERCEPTIONS OF THE WORLD

Rıdvan CEVHER

Department of Journalism

Anadolu University, February 2024

Advisor: Prof. Dr. Ömer ÖZER

The main aim of this thesis is to understand the contribution of message systems identified in digital platforms to people's conceptualizations of social reality and perceptions of the world. The research examines digital broadcasting platforms in Turkey as an example. Additionally, it represents a first for Turkey by basing its analysis on the Cultivation Theory with respect to digital broadcasting platforms. The participants of the study have been growing up with digital broadcasting platforms that have been on air for approximately 20 years. Therefore, it is important to understand the role of these platforms in the upbringing of young people. The cultivation role of digital web platforms is presented within the framework of the theory's propositions. In this regard, interrelated analyses of message systems and cultivation are conducted. The analysis of message systems focuses on the narratives of digital broadcasting platforms, while the analyses of cultivation and mainstreaming aim to understand the role of these platforms in conceptualizations of social reality and perceptions of the world. Series broadcasted on BluTv, Netflix, and PrimeVideo are examined in terms of their subject matter, characters, presentation of sexuality, and violence. Based on the findings of the message system analysis, cultivation and mainstreaming tests are conducted. In addition, a series of tests are conducted within the framework of the criticisms by Paul M. Hirsch, who heavily criticizes the Cultivation Theory. Among the 18 cultivation hypotheses presented as a result of the message system analysis, evidence of cultivation is found in 2 of them. In the tests prepared within the framework of mainstreaming, 15 significant results are identified. Therefore, it is concluded that digital broadcasting platforms have a cultivation

role on young people. As for the results of the cultivation tests prepared in response to the criticisms, no support for Hirsch's criticisms is found.

Keywords: Cultivation Theory, Digital Broadcasting Platforms, Social Reality Perceptions, Message System Analysis, Violence.



ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında dijital yayın platformlarının insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamaları üzerine olan rolü incelenmiştir. George Gerbner ve arkadaşlarının bilim dünyasına kazandırdığı Yetiştirme Kuramı ve bileşenleri kapsamında Gaziantep Üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılan saha araştırması ve bu araştırmaların bulgularına ilişkin tartışma ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Doktora eğitimine başladığım günden beri yol gösteren ve bu süreçte yaşadığım tüm aksilikler ve zorluklara sabrederek bilgi birikimiyle çalışmanın her noktasında emeğini ve desteğini bir an olsun eksik etmeyen değerli hocam Prof. Dr. Ömer ÖZER’e, tez izleme jürisinde yer alan ve cesaret verici önerileri, değerlendirmeleri, katkıları ile tezin son halini almasına vesile olan Prof. Dr. Abdullah KOÇAK’a, pozitifliği ve güleç yüzüyle stresli anlarımın üstesinden gelmeme yardımcı olan, ayrıca çalışmanın şekillenmesinde desteklerini esirgemeyen Prof. Dr. Sibel ONURSOY’a minnetlerimi ve teşekkürlerimi sunarım. Tez jürisine katılım sağlayan Doç. Dr. Duygu ÜNALAN ve Doç. Dr. Kenan DUMAN hocalarıma da katkıları için ayrıca teşekkür ederim.

Lisansüstü eğitim yaşamım boyunca onlarca fedakârlık gösteren, huzur alanının oluşmasının mimarı değerli eşim Özlem CEVHER’e, tezimin son dönemlerinde ailemize dahil olan, yaşamımı güzelleştiren oğlum Kutay Aslan CEVHER’e sonsuz sevgilerimi ve bağlığımı sunarım.

Tezimin tüm aşamalarında her türlü kolaylığı sağlayan Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi akademik ve idari kadrosundaki çalışma arkadaşlarıma, eğitim yaşamımın başından beri beni destekleyen kıymetli babama, anneme ve kardeşlerime sabırları ve destekleri için sonsuz teşekkür ederim.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durum saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Rıdvan Cevher

İÇİNDEKİLER

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	viii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar DİZİNİ	xii
1.GİRİŞ	1
1.1 Sorun	1
1.2 Amaç	6
1.3 Önem	10
1.4 Varsayımlar	11
1.5 Sınırlılıklar	11
2. BÖLÜM:ALANYAZIN	13
2.1 Yetiştirme Kuramı Bakımından Düşünsel Yapı	18
2.1.1 George Gerbner'in İletişime Bakışı	18
2.1.2 Hikâye Anlatma ve Hikâyelerin İşlevi	21
2.1.3 Yetiştirme Kuramının Televizyona Bakışı	25
2.1.4 Yetiştirme Kuramının Şiddeti Ele Alış Biçimi.....	29
2.2 Yetiştirme Kuramının Bileşenleri.....	32
2.2.1 Kurumsal Süreç Çözümlemesi.....	32
2.2.2 Mesaj Sistem Çözümlemesi.....	36
2.2.3 Yetiştirme Çözümlemesi	39
2.3 Yetiştirme Kuramı Bakımından Öne Çıkan Kavramlar.....	40

2.3.1	Anaakımlaştırma	40
2.3.2	Tehlikeli Dünya Sendromu.....	42
2.3.3	Mutlu Şiddet.....	44
2.3.4	Rezonans	45
2.3.5	Birinci ve İkinci Düzey Yetiştirme Ölçütleri	46
3. BÖLÜM:	TELEVİZYON VE WEB TABANLI DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI.....	48
3.1	Televizyon	49
3.1.1	Televizyonun Yapısal ve İşlevsel Dönüşümü.....	51
3.1.2	Dijital Yayıncılık.....	53
3.2	Web Tabanlı Dijital Yayın Platformları.....	54
3.2.1	Türkiye’de Dijital Yayın Platformları	59
3.3	Yetiştirme Kuramının Dijital Platformlara Uyumlandırılması.....	60
4. BÖLÜM:	DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE YETİŞTİRME ARAŞTIRMALARI VE YETİŞTİRME KURAMINA YÖNELİK ELEŞTİRİLER	66
4.1	Dünyada ve Türkiye’de Yetiştirme Araştırmaları	66
4.1.1	Dünyada Yetiştirme Araştırmaları	66
4.1.2	Türkiye’de Yetiştirme Araştırmaları	72
4.2	Eleştiriler	78
4.2.1	Hirsch’ün Yetiştirme Paradigmasına Yönelik Eleştirileri ve Gerbner’in Yanıtları.....	81
5. BÖLÜM:	YÖNTEM	85
5.1	Mesaj Sistem Çözümlemesi Bakımından Yöntem	85
5.2	Yetiştirme Çözümlemesi Bakımından Yöntem	87
6. BÖLÜM:	BULGULAR	92
6.1	Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları.....	92
6.1.1	Olaylara Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulgular	92

6.1.2	Konulara Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları.....	94
6.1.3	Karakterlere Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları.....	97
6.1.4	Ana Karakterlere Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemeleri	97
6.1.5	Yardımcı Karakterlere Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemeleri	103
6.1.6	Cinsellik Sunumuna Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları.	107
6.1.7	Şiddete İlişkin Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları	109
6.2	Yetiştirme Çözümlemesi Bulguları.....	116
6.2.1	Yetiştirme Çözümlemesinin Bulgularına Yönelik Değerlendirmeler.	126
6.3	Anakımlaştırma Çözümlemesi Bulguları	129
6.3.1	Cinsiyet Bakımından Anaakımlaştırma Bulguları	129
6.3.2	Anne Eğitim Durumu Bakımından Anaakımlaştırma Bulguları	133
6.3.3	Baba Eğitim Durumu Bakımından Anaakımlaştırma Bulguları	135
6.3.4	Fakülte Bakımından Anaakımlaştırma Bulguları	137
6.3.5	Yaş Bakımından Yapılan Anaakımlaştırma Testleri	141
6.4	Hirsch'ün Eleştirileri Kapsamında Yapılan Yetiştirme Çözümlemeleri	146
7.	SONUÇ ve DEĞERLENDİRME	153
7.1	Gerbner-Hirsch Karşıtlığı Çerçevesinde Kurama Bir Katkı	159
7.2	Öneriler	161
	KAYNAKÇA	165
	EKLER	
	ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 2.1. <i>Gerbner 'ın İletişim Modeli</i>	19
Tablo 2.2. <i>Medyada Temel Güç Odakları, Kullandıkları Baskı Türleri ve Kitlesele Olarak Üretilmiş Mesaj Sistemlerini Biçimlendirmek İçin Kullanılan Temel İşlevler</i>	35
Tablo 2.3. <i>Mesaj Sistem Çözümlemesinde Boyutlar, Sorular, Terimler ve Ölçümler (Gerbner Akt. Batmaz, 2014, s. 269).</i>	37
Tablo 3.1. <i>Türkiye 'de Online Yayıncılık Hizmeti Veren -OTT- Kuruluşlar</i>	60
Tablo 5.1. <i>Cinsiyet Dağılımı</i>	89
Tablo 5.2. <i>Fakültelerin Dağılımı</i>	89
Tablo 6.1. <i>Dizilerin Platforma Göre Dağılımı</i>	92
Tablo 6.2. <i>Olayların Geçtiği Yer ve Dizi Tonu Dağılımı</i>	93
Tablo 6.3. <i>Habitat ve Olay Tarihi</i>	93
Tablo 6.4. <i>Konu: Yasa ve Adalet Uygulayıcılar</i>	94
Tablo 6.5. <i>Konu: Silahlı Kuvvetler</i>	94
Tablo 6.6. <i>Konu: Cinsiyetler Arası Yakın İlişkiler ve Dostluklar</i>	95
Tablo 6.7. <i>Konu: Aile İç İlişkiler</i>	95
Tablo 6.8. <i>Ailenin Önemi: Aileye Sahip Olmanın ya da Ait Olmanın Olumlu Yönleri ..</i>	96
Tablo 6.9. <i>Karakterlerin Cinsiyete Göre Gösterim Sıklığı ve Dijital Yayın Platformlarına Göre Dağılımı</i>	97
Tablo 6.10. <i>Ana Karakterlerin Cinsiyetlerinin Platformlara Göre Dağılımı</i>	98
Tablo 6.11. <i>Ana Karakterlerin Sosyal Yaş Dağılımı</i>	98
Tablo 6.12. <i>Ana Karakterlerin Sosyoekonomik Statü (SES) Dağılımı</i>	99
Tablo 6.13. <i>Ana Karakterlerin Meslek Gruplarına Göre Dağılımı</i>	100
Tablo 6.14. <i>Ana Karakterlerin Zihinsel Engel Durumları</i>	100
Tablo 6.15. <i>Ana Karakterlerin Uyuşturucu, Sigara, Alkol Kullanım Durumları</i>	101
Tablo 6.16. <i>Ana Karakterlerin Medeni Hali ve İlişki Durumlarına Yönelik Bulgular</i>	102
Tablo 6.17. <i>Ana Karakterlerin Suç ve Şiddet Katılım Durumu</i>	102
Tablo 6.18. <i>Yardımcı Karakterlerin Platformlara Göre Dağılımı</i>	103
Tablo 6.19. <i>Yardımcı Karakterlerin Yaşlara Göre Dağılımı</i>	103
Tablo 6.20. <i>Sosyoekonomik Statü (SES) Dağılımı</i>	104
Tablo 6.21. <i>Meslek Grupları Dağılımı</i>	105

Tablo 6.22. <i>Yardımcı Karakter Uyuşturucu, Sigara ve Alkol kullanım Dağılımı</i>	105
Tablo 6.23. <i>Yardımcı Karakterlerin Medeni Hal ve İlişki Durumlarına Yönelik Bulgular</i>	106
Tablo 6.24. <i>Yardımcı Karakterlerin Suç ve Şiddet Katılım Durumu</i>	107
Tablo 6.25. <i>Cinsel Betimleme Biçimi</i>	107
Tablo 6.26. <i>Cinsel Betimleme Derecesi</i>	108
Tablo 6.27. <i>Şiddet ve Cinsel Etkileşim Frekansı</i>	108
Tablo 6.28. <i>Şiddet Sahnelerinin Platformlara Göre Dağılımı</i>	109
Tablo 6.29. <i>Şiddet Unsurlarının Platformlara Göre Dağılımı</i>	110
Tablo 6.30. <i>Şiddet Sahnelerinin Dizilere Göre Dağılımı</i>	110
Tablo 6.31. <i>Dijital Yayın Platformlarında Toplam Şiddet Süreleri</i>	111
Tablo 6.32. <i>Şiddete Katılanların Dağılımı</i>	112
Tablo 6.33. <i>Şiddet Uygulayanların Cinsiyetlere Göre Dağılımı</i>	112
Tablo 6.34. <i>Şiddete Uğrayanların Cinsiyetlere Göre Dağılımı</i>	112
Tablo 6.35. <i>Resmi Temsilcilerin Durumu</i>	113
Tablo 6.36. <i>Şiddet Suç Durumu</i>	113
Tablo 6.37. <i>Katılımcıların Yakınlık Durumu</i>	113
Tablo 6.38. <i>Birinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	116
Tablo 6.39. <i>İkinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	117
Tablo 6.40. <i>Üçüncü Yetiştirme Çözümlemesi</i>	117
Tablo 6.41. <i>Dördüncü Yetiştirme Çözümlemesi</i>	118
Tablo 6.42. <i>Beşinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	118
Tablo 6.43. <i>Altıncı Yetiştirme Çözümlemesi</i>	119
Tablo 6.44. <i>Yedinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	120
Tablo 6.45. <i>Sekizinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	120
Tablo 6.46. <i>Dokuzuncu Yetiştirme Çözümlemesi</i>	121
Tablo 6.47. <i>Onuncu Yetiştirme Çözümlemesi</i>	121
Tablo 6.48. <i>On Birinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	122
Tablo 6.49. <i>On İkinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	122
Tablo 6.50. <i>On Üçüncü Yetiştirme Çözümlemesi</i>	123
Tablo 6.51. <i>On Dördüncü Yetiştirme Çözümlemesi</i>	123
Tablo 6.52. <i>On Beşinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	124
Tablo 6.53. <i>On Altıncı Yetiştirme Çözümlemesi</i>	124

Tablo 6.54. <i>On Yedinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	125
Tablo 6.55. <i>On Sekizinci Yetiştirme Çözümlemesi</i>	125
Tablo 6.56. <i>Birinci Anaakımlaştırma Testleri</i>	130
Tablo 6.57. <i>İkinci Anaakımlaştırma Testleri</i>	131
Tablo 6.58. <i>Üçüncü Anaakımlaştırma Testi</i>	132
Tablo 6.59. <i>Dördüncü Anaakımlaştırma Testi</i>	133
Tablo 6.60. <i>Beşinci Anaakımlaştırma Testi</i>	134
Tablo 6.61. <i>Altıncı Anaakımlaştırma Testi</i>	135
Tablo 6.62. <i>Yedinci Anaakımlaştırma Testleri</i>	136
Tablo 6.63. <i>Sekizinci Anaakımlaştırma Testi</i>	137
Tablo 6.64. <i>Dokuzuncu Anaakımlaştırma Testi</i>	138
Tablo 6.65. <i>Onuncu Anaakımlaştırma Testi</i>	139
Tablo 6.66. <i>On Birinci Anaakımlaştırma Testi</i>	140
Tablo 6.67. <i>On İkinci Anaakımlaştırma Testi</i>	141
Tablo 6.68. <i>On Üçüncü Anaakımlaştırma Testi</i>	142
Tablo 6.69. <i>On Dördüncü Anaakımlaştırma Testi</i>	143
Tablo 6.70. <i>On Beşinci Anaakımlaştırma Testi</i>	144
Tablo 6.71. <i>İkinci Yetiştirme Testi</i>	146
Tablo 6.72. <i>Yedinci Yetiştirme Testi</i>	147
Tablo 6.73. <i>Sekizinci Yetiştirme Testi</i>	147
Tablo 6.74. <i>On Dördüncü Yetiştirme Testi</i>	148
Tablo 6.75. <i>On Beşinci Yetiştirme Testi</i>	148
Tablo 6.76. <i>İkinci Yetiştirme Testi</i>	148
Tablo 6.77. <i>Beşinci Yetiştirme Testi</i>	149
Tablo 6.78. <i>Yedinci Yetiştirme Testi</i>	149
Tablo 6.79. <i>Sekizinci Yetiştirme Testi</i>	150
Tablo 6.80. <i>On Dördüncü Yetiştirme Testi</i>	150
Tablo 6.81. <i>Beşinci Yetiştirme Testi</i>	151
Tablo 6.82. <i>Yedinci Yetiştirme Testi</i>	151
Tablo 6.83. <i>Sekizinci Yetiştirme Testi</i>	151
Tablo 6.84. <i>On Dördüncü Yetiştirme Testi</i>	152

1. GİRİŞ

Bu başlık altında sorun sunumu, amaç, önem, varsayımlar ve sınırlılıklara ilişkin bilgi verilmiştir.

1.1 Sorun

Coğrafi keşiflerle başlayan teknolojik dönüşümün getirdiği en temel değişimlerin başında, matbaa aracılığıyla, yazılı kaynakların seri olarak üretilmesi gelmektedir. Bu süreçle birlikte, insanlar bilgiyi saklayabilme olanağına kavuşmuştur. Enformasyon, basılı bir şekilde birçok farklı coğrafi bölgeye ulaştırılabilir hale gelmiştir. Sanayi Devrimi olarak adlandırılan dönemde, buhar teknolojisinin gelişmesiyle birlikte, seri üretim becerisi olan fabrikalar yaygınlaşmıştır. Bu fabrikaların yaygın olduğu bölgelerde yaşamak ve çalışmak toplumun üyelerine bir ayrıcalık olarak sunulmuş ve nüfusun bu bölgelerde yoğunlaşmasıyla kitle olarak yaşayan, *aynı toplu ulaşım araçlarını kullanan, aynı mekanlarda yemek yiyen ve gezen* tek boyutlu bir kitle toplumu yapısı ortaya çıkmıştır¹ (Marcuse, 1964). Kitlelerin bir arada yaşaması ve gün geçtikçe nüfusun artmaya başlamasıyla enformasyon sağlayıcısı olarak gazeteler toplumun sosyalleşmesinde ve bilgilenmesinde temel iletişim aracı olarak kendisini göstermiştir.

Depolanabilen ve paylaşılabilen bilgilere paralel olarak yeni bilimsel icatların ve keşiflerin duyurulması da kolaylaşmıştır. Bilginin birikimli bir biçimde gelişmesi, toplanması ve dağıtılmasıyla elektronik devrim gerçekleşmiş; radyo ile başlayan sürecin devamında televizyon yeni bir araç olarak evlerimizde yerini almaya başlamıştır. Televizyon izleyicisi olmak için ayrıcalıklı bir özellik taşımaya gerek yoktur. Gazete okumak içinse okur yazar yetkinliğine sahip olmak gereklidir. Ancak temel olarak bir uzmanlaşma, bilgi, beceri ve deneyime sahip olmadan da televizyon programları tüketilebilmektedir. Bu özelliği dolayısıyla televizyon, yaygınlaşmasıyla birlikte dönemin en etkili iletişim aracı olmuştur. Siyasal ve ekonomik güç savaşları, televizyonun sahiplik yapısında sürekli etkin olan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm mücadeleler bir

¹ Aşağıda bir kez daha belirtildiği gibi Ömer Özer (2020 s. 21) İrfan Erdoğan'a (1998) dayandırarak Yetiştirme Kuramı üzerinde Frankfurt Okulunun Kültür Endüstrisi kavramının yoğun etkisi olduğunu belirtmektedir. Bu etkinin televizyonun çok izleyenleri tek boyutluluğa taşıdığı önerilerek gerçekleştiği söylenebilir. Özer ayrıca James Shanahan ve Morgan'a (1999) dayandırarak Yetiştirme Kuramının çıktısı olarak Hegemonya kavramıyla özdeşleştiğini belirtmektedir. Son olarak Özer, Weimann ve Fishman'a (1995:552) dayandırarak Gerbner'in Walter Lippmann'dan kafamızdaki resimler ve dışımızdaki dünya kavramları çerçevesinde etkilendiğini belirtmiştir.

tarafa, televizyon vazgeçilmez bir eğlence aracı, televizyon izlemek en kolay ve zahmetsiz biçimde elde edilebilen boş zaman etkinliği olmaya başlamıştır.

Kitleleri ekranı karşısında saatlerce kendisine bağlayan televizyon, kaçınılmaz olarak kültürel yapıya ve toplumsal kurallara yön veren ya da kuralları yineleyerek temelini sağlamlaştıran bir sistem oluşturmıştır. Program türlerine ya da içeriklerine bakılmaksızın, saat fark etmeden, sürekli biçimde kültürel inşa işlevi televizyonun temel misyonlarından. Televizyonun bu misyonu; gücün dağılımını gösteren, statülerin konumlarını belirleyen ekonomik ve politik kazanımlarla ilişkilidir.

Televizyon; kimin ne kadar kazanıp ne kadar kaybedeceğini söyleyen, kim mutlu, kim üzgün belirten, kısacası sosyalleşmenin, gündelik bilgi akışının ve dahası dünya algılarımızın temel kaynaklarından. Sürekli bir akış içerisinde hikâyeleri aracılığıyla hem eğlendirip hem ders vermektedir. Günümüz teknolojisi içerisinde bu işleve sahip kitle iletişim araçlarının bu yönüyle atası, hatta hâlâ en güçlüsü olarak tanımlanabilir.

Bugün kitle iletişim araçlarının tamamı yaygın olan kültürel sembolleri ve kuralları gerek program düzeyinde gerek izlenme saati değişkeninde izleyiciye (en küçük azınlık gruplara bile) ulaştırmaktadır. Televizyon kendi yapısını sanallaştırarak endüstriyel düzenin güç dağılımını hâlâ kontrol etme işlevindedir. Toplumun üyelerine anahtar sembolleri ve dersleri öğretmektedir. Şiddet, cinsiyet, ırk, sınıf, güç ve diğer ideolojik boyutların tamamı, endüstri düzeninin kültürel yapısını devam ettirmek için kullanılmaktadır.

Sıralanan olumlu özelliklerine karşılık televizyonun insanları düşünsel süreçleri itibarıyla olumsuz etkilediği yönünde çok sayıda kuram geliştirilmiştir. Bu kuramların çoğunluğu psikoloji alanında ortaya konmuştur. İletişim alanında George Gerbner'in geliştirdiği Yetiştirme Kuramı ise özünde televizyonun insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırması ve dünya algılamalarına katkısı olduğunu ortaya koymaktadır. Bir başka anlatımla televizyon sosyal gerçekliğin çarpık olarak algılanmasına ve buna da bağlı olarak dünyanın gerçek durumundan farklı olarak görülmesine neden olmaktadır. Gerbner ve arkadaşları bu yönde çok sayıda araştırma yapmışlar ve adını yetiştirme olarak koydukları kuramlarını hegemonya kavramına ulaştırmışlardır (Shanahan ve Morgan, 1999). Bu kuram üç bileşenden oluşmaktadır. Bunlar kurumsal süreç, mesaj sistem ve yetiştirme çözümlemeleridir. Kurumsal süreç çözümlemesi, Yetiştirme Kuramının ilk ayağını temsil etmektedir. Yoğun medya mesajı akışını yönlendiren politikaların

araştırılması için tasarlanmıştır. Doğrudan politika yönelimi dolayısıyla bu sürecin çözülmesi en zahmetli olanıdır ve dolayısıyla en az gelişmiş ayağıdır. Gerbner'in kurumsal süreç çözümlemesi varsayımına göre, medya içerikleri ve fonksiyonları kurumsal organizasyonun çıkarlarını ve kontrol yapısını yansıtmaktadır. (Gerbner, 1972).

Mesaj sistem çözümlemesi yetiştirme çözümlemesinin temelini oluşturur ve yapılacak yetiştirme çözümlemesine kaynaklık eder. Başka bir deyişle ancak açık, baskın ve ortak içerik kalıpları ve varsayımları büyük kamuoyları tarafından anlamlandırılır ve tanımlanır. Mesaj sistem çözümlemesi bu anlam kalıplarını ve tanımlarını kaydeder ve yetiştirme çözümlemesinin temelini oluşturur (Gerbner, 1986, s. 25). Gerçek dünya ile televizyon dünyası arasındaki farklılıklar mesaj sistem çözümlemesinin sistemli ve doğru bir şekilde yapılmasıyla elde edilir.

Yetiştirme Çözümlemesi: Yetiştirme Çözümlemesi, mesaj sistem çözümlemesinden elde edilen veriler ışığında hazırlanan anket sonuçlarının yorumlanması ile gerçekleştirilir. Kitle iletişim araçlarını çok izleyen kişilerin, anket sorularına medya (televizyon) dünyasının potansiyel derslerini yansıtacak şekilde yanıt verip vermedikleri yetiştirme çözümlemesi yoluyla belirlenmektedir. Eğer medyaları (TV- Dijital platformlar) çok izleyen kişilerin verdikleri yanıtlar, az izleyen kişilere kıyasla medya dünyasını daha çok yansıtıyorsa “yetiştirme delili vardır” demektir (Gerbner, vd., 1982, s. 103).

Dünyada Gerbner'in düşüncelerinden esinlenerek daha çok televizyon örneğinde yapılan araştırmalar gün geçtikçe artmaktadır. 2015 yılı itibarıyla 650 çalışmanın yayımlandığı belirtilmektedir (Morgan, 2015, s. 9). Dolayısıyla günümüzde televizyonun hâlâ yetiştirme rolünü yerine getirdiği söylenebilir. Özellikle 2010 yılı sonrası televizyon yayıncılığında dijitalleşme, televizyon kanallarının varlıklarını sürdürebilmesi açısından kaçınılmaz bir hâl almıştır. Mobil araçların yaşamımızda yaygınlaşmasıyla birlikte televizyon izleme sürelerinden belirgin bir azalma olduğu RTÜK² (2018) tarafından kabul görmüştür. Türkiye’de ortalama televizyon izleme süresi 3 saat 34 dakika olarak belirtilmiştir. RTÜK tarafından yapılan “Televizyon İzleme Eğilimleri” araştırmasına göre günlük ortalama televizyon izleme süresi son 12 yılda %30 düşerken, yayın akışlı video platformlarının 4 yılda %30 büyüdüğü tahmin edilmektedir. 2006 yılında günlük

²<https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyu-arastirmalari/3890/5776/televizyon-izleme-egilimleri-arastirmasi-2018.html> Erişim 09 Mayıs 2021

TV izleme süresi 308 dakika iken, 2009’da 263 dakika, 2012’de 234 dakika, 2018 yılında ise ortalama 214 dakika olarak saptanmıştır.³ Burada belirtilmesi gereken, 3.34 dakikanın da yetiştirme kuramının vurgularıyla örtüştüğüdür. Elbette önceki 5 saati aşan izleme süresi oldukça yüksektir.

Öte yandan son dönemlerde yetiştirme kuramı bakımından birbiriyle ilişkili iki gelişme söz konusu olmuştur. Bunlardan birincisi televizyon sonrasında web tabanlı dijital yayın platformları ortaya çıkmıştır. Buna bağlı olarak ikinci gelişmeye göre bu platformlar yeni bir kuşağı yetiştirmekte olabilir. Bu durumun yeni bir araştırmayla ortaya konması bilimsel açıdan önemli olabilir. Nitekim günümüzde web tabanlı dijital yayın platformları aracılığıyla kitlelere ulaşmak kolaylaşmıştır. Çalışmada ele alınmış olan dijital platformlardan Netflix’in Türkiye’deki tekil kullanıcı sayısının EMEA raporunda, 1,5 milyonun üzerinde olduğu belirtilmiştir (2019 Aralık). Netflix’in aile hesapları da işin içine katıldığında sayının 4 milyonun üzerinde olduğu düşünülmektedir. Aile hesapları ile bir abonelik üzerinden 4 farklı araç ve 4 farklı kişi platformu aynı anda kullanabilmektedir. 2021 yılı ocak ayının ilk günü ile yayına başlayan ExxenTv üç gün içerisinde 500bin tekil kullanıcı sayısına ulaşarak 1 milyon abone yolunda ilerlemektedir. 2015 yılında yayına başlayan BluTv’nin kullanıcı sayısının ise 4 milyonun üzerinde olduğu belirtilmektedir. Bu platformlara bugün Smart TV olarak adlandırılan ve internete bağlanabilen yeni nesil televizyonlar üzerinden ulaşmak mümkündür. Türkiye piyasasında dijital platformların dağılım yüzdesi her yıl değişiklik gösterse de genel olarak %38 BluTv, %27 Netflix (tekil abonelik, çoklu kullanıma uygundur), %18 PrimeVideo, %8 Disney+, %4 MUBİ olduğu söylenebilir. Web alanındaki gelişmeler içerisinde Web 2.0 bir devrim niteliği taşımaktadır. Web 2.0 ile ortaya çıkan sosyal medya uygulamaları; katılım, açıklık, etkileşim, örgütlenme biçimi ve bağlantısallık gibi özellikleri ile geleneksel medyadan ayrılmaktadır (Gürsaka1, 2009, s. 23-24). Türkiye’de (WeAreSocial 2020) internet, sosyal medya ve mobil kullanımına yönelik istatistikler dijital süreci Türkiye gözünden anlayabilmemiz açısından birçok veri sunmaktadır. Bu verilere göre Türkiye’de 77 milyondan fazla (%92) mobil kullanıcısı, 62 milyonu aşkın (%74) internet kullanıcısı ve 54 milyon (%64) sosyal medya kullanıcısı vardır. İnternet kullanıcıları günde ortalama 7 buçuk saatini internet kullanımına ayırmaktadır. En çok

³<https://t24.com.tr/haber/video-platformlari-yukseliyor-televizyon-izleme-orani-yuzde-30-giriledi,861597> Erişim: 20 Haziran,2020

ziyaret edilen web sitelerinde ilk sırayı arama motoru Google alırken .tr uzantılı versiyonu üçüncü sırada yer almıştır; ikinci sırada video paylaşım ağı Youtube, dördüncü sırada ise sosyal paylaşım ağı Facebook bulunmaktadır. İnternet kullanıcılarının %93'ü online video izlerken dikkat çeken bir başka veri de internet kullanımı içinde sosyal medya uygulamalarına ayrılan ortalama sürenin 2 saat 51 dakika, internet üzerinden televizyon seyretmeye ayrılan sürenin ise 3 saat 4 dakika olmasıdır. En çok kullanılan sosyal medya uygulamaları sırasıyla YouTube, Instagram, WhatsApp, Facebook ve Twitter'dır. Bir kullanıcının ortalama 9 farklı sosyal medya hesabı bulunurken her 10 kişiden 9'u bir mobil cihaza sahiptir. Bu cihazların %89'u akıllı telefonlardan oluşmaktadır.

Anlaşılacağı üzere artık, insanlar mesaj sistem sembollerine yalnızca televizyon aracılığıyla değil; diğer araçlar tarafından da maruz bırakılmaktadır. Web tabanlı teknolojilerin gelişmesiyle birlikte televizyon programları sonsuz sayıda izlenebilir ve depolanabilir olmuştur. Bu teknolojiler, sanallaştırma becerisi ile tüm programları sihirli dokunuşlarımızın bir tık ötesine taşımıştır. Dijital yayın platformlarında yeni tip hikâyeler, sanal dünyada, birbirinin aynısı olan sembolik çevre güdümünde üretilmiş olabilir. Bu hikâyelerin temel mesaj sistemleri, kitle iletişim araçlarının sembolik çevresi içerisinde yetiştirilmiş bireyler ya da kurumsal çıkarları doğrultusunda, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde koşullanmış çalışanlar tarafından üretilmektedir. Bu nedenledir ki yeni yayın ortamında üretilen içerikler, toplam kültürün ortak sembolleri ve anaakımın mesaj sisteminin öğütleriyle -güç dağılımı, kontrolün yapısı, ideolojik yeniden üretim- donatılmış bir biçimde oluşturulmaktadır. Elbette konuya yetiştirilen kuşaklar açısından da bakmak gerekir. Genel olarak yapılan ayırım dikkate alındığında X, Y ve Z kuşaklarından sonuncusunun web tabanlı dijital platformların içine doğduğu ve onlarla büyüdüğü giderek daha çok bu platformlar aracılığıyla yetiştirildiği söylenebilir. Kuşkusuz bu da yeni bir araştırmanın meşru zeminini oluşturmaktadır. Dolayısıyla iki nokta kesiştiğinde bir başka deyişle web tabanlı dijital platformların içeriğiyle bu içeriklerin Z kuşağı tarafından izlenmesi, bu platformların tam da yetiştirme kuramıyla incelenmesi gerektiğini önerir. Çalışmada BluTv, Netflix ve PrimeVideo platformlarının yetiştirme rolü konu edinmiştir. Nitekim Yetiştirme Kuramının önde gelen temsilcilerinden Michael Morgan (2010), yaptığı bir çalışmada “Facebook, Hulu, Twitter ve Tivo çağında hâlâ yetiştirme etkisinden söz etmek mümkün müdür? sorusunun yanıtının ‘evet’ olduğunu belirtmiş ve eklemiştir: “Yeni teknolojiler, web siteleri ve uygulamalar istediğimizi istediğimiz zamanda izlememizi kolaylaştırıyor”. Bu aynı

zamanda bizim izlemek için daha fazla zaman harcadığımız anlamına gelmektedir. Kanal sayısı çoğunlukla pazarlama amacı ile artmaya devam etmektedir. Ancak yeni teknolojilerin ortak mesajlarına ve öğretilerine dikkat etme ihtiyacı, özellikle mülkiyet sözleşmeleri ve üretim ile dağıtım arasındaki bağlantıların çok daha sıkılaşmasıyla daha acil hâle gelmektedir (Morgan, 2010, s. 350).

Bu anlamda çalışmaya konu olan araştırmanın problemi “Dijital yayın platformlarının insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmalarına ve dünya algılamalarına katkısı var mıdır?” şeklinde kurulmuştur. Dolayısıyla araştırma yetiştirme kuramı çerçevesinde yapılmıştır.

1.2 Amaç

Çalışmanın temel amacı web tabanlı dijital platformlardan BluTv, Netflix ve PrimeVideo örneğinde belirlenen mesaj sistemlerinin insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamalarına olan katkısını ortaya koymaktır. Bu anlamda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Ele alınan platformlarda yayınlanan diziler hangi konuları içermektedir?
2. Bu dizilerde ana ve yan karakterler nasıl temsil edilmektedir?
3. Dizilerde şiddete yer verilmekte midir?
4. BluTv, Netflix ve PrimeVideo platformları örneğinde web tabanlı dijital yayın platformlarının gençler üzerinde yetiştirme rolü var mıdır?

Bu amaç ve sorular çerçevesinde aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

1.Genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.

H1:Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun tehlikeli dünya algısı üzerinde bir etkisi vardır.

2.Genel olarak söylersek kazanmanın yolu güç sahibi olmaktan geçmektedir.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun kazanmanın yolu güç sahibi olmaktan geçer ifadesine katılma açısından bir etkisi vardır.

3.Genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Şiddetin her sınıftan insanlar arasında yaşandığı” düşüncesi üzerinde bir etkisi vardır.

4.Genel olarak söylersek, insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “İnsanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler” ifadesine katılım derecesi üzerinde bir etkisi vardır.

5.Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğu ile şiddetin daha çok erkekler arasında yaşandığı ifadesine katılım düzeyi üzerinde etkisi vardır.

6.Genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Bірçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır” ifadesine katılım düzeyi üzerinde bir etkisi vardır.

7.Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesine katılma açısından bir etkisi vardır.

8.Genel olarak söylersek erkek egemen bir toplumda yaşamaktayız.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun erkek egemen toplum algısı üzerinde bir etkisi vardır.

9.Genel olarak söylersek, şiddet birbirlerini tanımayan insanlar arasında yaşanmaktadır.

H1:Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Şiddet birbirlerini tanımayan insanlar arasında yaşanmaktadır” ifadesine katılma açısından bir etkisi vardır.

10.Genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun insanların güvende hissetmemesi algısı üzerinde bir etkisi vardır.

11.Genel olarak söylersek Amerika Birleşik Devletleri’nde günlük yaşamda tehlikeler yaşanmaktadır.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun insanların Amerika Birleşik Devletleri ile ilgili tehlikeli dünya algılamaları üzerinde herhangi bir etkisi vardır.

12.Genel olarak söylersek günümüzde suç işleme oranı artmıştır.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Günümüzde suç işleme oranı artmıştır” ifadesine katılma açısından bir etkisi vardır.

13.Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hâlâ önemini korumaktadır.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun insanların ailenin önemi ile ilgili algılamaları üzerinde bir etkisi vardır.

14.Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir.

H1:Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir” ifadesine katılma açısından bir etkisi vardır.

15.Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “İnsanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesine katılma açısından bir etkisi vardır.

16.Genel olarak söylersek günümüzde cinsiyetler arası iletişim (dostluk, arkadaşlık, romantizm) rahatça yaşanmaktadır.

H1:Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Günümüzde cinsiyetler arası iletişim (dostluk, arkadaşlık, romantizm) rahatça yaşanmaktadır” ifadesine katılma açısından bir etkisi vardır.

17.Genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilemez.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Günümüzde insanlara güvenilemez” ifadesine katılma açısından bir etkisi vardır.

18.Genel olarak söylersek güvenlik güçleri toplumsal huzuru sağlamak için gereklidir.

H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Güvenlik güçleri toplumsal huzuru sağlamak için gereklidir” ifadesine katılma açısından bir etkisi vardır.

Anaakımlaştırma ile ilgili hipotezler de şunlardır:

1. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun tehlikeli dünya algısı üzerinde bir etkisi vardır.

2. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Kazanmanın yolu güç sahibi olmaktan geçer” ifadesine katılma açısından cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

3. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun şiddetin her sınıftan insanlar arasında yaşadığı düşüncesine katılma açısından cinsiyet, yaş,

ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

4. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “İnsanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler ifadesine katılım derecesi üzerinde cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

5. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğu ile şiddetin daha çok erkekler arasında yaşandığı ifadesine katılım düzeyi üzerinde cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

6. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır” ifadesine katılım düzeyi üzerinde cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

7. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesine katılma açısından cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

8. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun erkek egemen toplum algısı üzerinde cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

9. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Şiddet birbirlerini tanımayan insanlar arasında yaşanmaktadır” ifadesine katılma açısından cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

10. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun insanların güvende hissetmemesi algısı üzerinde cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

11. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun insanların Amerika Birleşik Devletleri ile ilgili tehlikeli dünya algılamaları üzerinde cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

12. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Günümüzde suç işleme oranı artmıştır” ifadesine katılma açısından cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

13. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun insanların ailenin önemi ile ilgili algılamaları üzerinde cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

14. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir” ifadesine katılma açısından cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

15. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir ifadesine katılma açısından cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

16. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Günümüzde cinsiyetler arası iletişim (dostluk, arkadaşlık, romantizm) rahatça yaşanmaktadır” ifadesine katılma açısından cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

17. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Günümüzde insanlara güvenilemez” ifadesine katılma açısından cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

18. H1: Dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun “Güvenlik güçleri toplumsal huzuru sağlamak için gereklidir” ifadesine katılma açısından cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm farkına göre bir etkisi vardır.

1.3 Önem

2000’li yıllardan günümüze kadar dünya genelinde yetiştirme kuramıyla ilgili yapılan araştırmaların sayısının 125’i geçtiği söylenebilir. Yapılan tarama itibarıyla bunlar arasında yalnızca bir tanesinin dijital platformları kapsadığı anlaşılmıştır (Krongard ve Vogel, 2020). Türkiye’de ise yetiştirme kuramını temel alan çalışmalar belirli bir sayıya

ulaşmakla ve sürmekle birlikte dijital platformlar örneğinde bir çalışma henüz tamamlanmamıştır. Dolayısıyla özgün araştırma dijital platformlar bakımından yetiştirme kuramını temel alma noktasında bir ilki temsil etmektedir. Bu bakımdan önemli olduğu belirtilebilir.

Çalışmanın Gaziantep Üniversitesi'nde eğitim gören gençler üzerinde yapılması da anlamlıdır. Nitekim Gaziantep, Türkiye'nin doğusu ve batısı arasında konuşlanmış bir şehirdir. Bunun yanı sıra araştırmaya katılımcı olarak katkı veren gençler, yaklaşık 20 yıldır yayında olan dijital yayın platformlarıyla yaştaş durumundadırlar. Bir başka deyişle onların yetişmelerinde dijital yayın platformlarının rolünü ortaya koymak kendi içerisinde anlamlı ve önemlidir.

Çalışma diziler örneğinde bir örnekleme içerdiğinden bu ekseninde bir yetiştirmenin olup olmadığı noktasında da önem taşımaktadır.

1.4 Varsayımlar

Çalışma için şu genel varsayım geliştirilmiştir: Günlük yaşamın önemli bir bölümünde yaşam, insan ilişkileri ve değer yargıları hakkında belirgin mesajlar sunan web tabanlı dijital yayın platformlarının belirli kesimlerin çıkarları doğrultusunda işleyen kurumsal süreçlerden geçerek belirlenen mesaj sistemlerinin izlenme süresi artıka izleyenlerin değer yargıları dijital yayın platformlarının bütünsel bir ideolojik kültürel içeriği yönünde olacaktır.

1.5 Sınırlılıklar

Bu çalışma Türkiye'de en çok abonesi bulunan dijital yayın platformlarından BluTv, Netflix ve PrimeVideo ile sınırlandırılmıştır. Tüm program içeriklerinin incelenmesi mümkün olmayacağı için araştırma bir haftalık zaman diliminde en çok izlenen dizi türleriyle sınırlandırılmıştır. Yetiştirme çözümlemeleri Gaziantep Üniversitesi lisans öğrencileri evrenini temsilen 530 katılımcıyla sınırlandırılan örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu noktada araştırmanın sonuçları yalnızca Gaziantep Üniversitesi lisans öğrencilerine genelleştirilebilir.

Yetiştirme kuramı yukarıda da değinildiği gibi kurumsal süreç çözümlemesi ile başlamaktadır. Özlüce söylendiğinde bu bileşen medya içeriklerinin nasıl ve hangi

süreçlerden geçerek üretildiğini ortaya koyar. Dolayısıyla bu bileşen için bir araştırmanın yapılamamış olması da araştırmanın sınırlı kalmasına neden olmuştur.

Gerbner ve arkadaşları mesaj sistem çözümlemesi için ilk zamanlarda 6, daha sonra 12 ve son olarak da 18 kodlayıcı kullanmışlardır. Buna karşılık özgün araştırmanın mesaj sistem çözümlemesi yalnızca, tez danışmanı tarafından eğitimden geçirilen tez yazarı tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu da bir sınırlılık olarak belirlemektedir.



2. BÖLÜM: ALANYAZIN

Bu başlık altında ilk olarak George Gerbner'in geliştirdiği Kültürel Göstergeler Projesi/Yetiştirme Kuramının bileşenleri açıklanmıştır. Ancak bu bileşenlere geçmeden önce Gerbner ve kuramla ilişkili bazı bilgiler vermek yararlı olacaktır.

George Gerbner, 1939 yılında Amerika Birleşik Devletleri'ne göç etmiştir. University of Southern California'da 1951 yılında yüksek lisansını, 1955 yılında da iletişim kuramları ve modelleri bakımından son derece dikkat çeken bir tezle doktorasını tamamlamıştır. 1956 yılında ise İllinois Üniversitesi'nde İletişim Araştırmaları Enstitüsünde doçent olarak çalışmaya başlamıştır. Daha sonra 40 yıl boyunca profesör ve dekan olarak Annenberg İletişim Okulu'nda (Annenberg School for Communication) Kültürel Göstergeler Projesi'ni yönetmiştir.⁴ Gerbner, 1970'lerden başlayarak Yetiştirme Kuramı olarak anılan Kültürel Göstergeler Projesi; televizyonun uzun dönemli ve geniş kapsamlı etkilerine ve uygulamalarına yönelik değişimleri sağlamak adına çabalarda bulunmuştur (Özer, 2020)

Kültürel Göstergeler Projesi, Şiddetin Nedenleri ve Önlenmesi Ulusal Komisyonu'nun⁵ desteklemesiyle 1960'ların sonunda geliştirilmeye başlanmıştır. 1969 çalışmasıyla (Gerbner, 1969) ilk kez bileşenlerine değindiği proje, George Gerbner ve arkadaşları tarafından 1973 yılında geniş olarak açıklanmıştır (Gerbner, Gross ve Melody, 1973). Anılan proje, televizyon programlarında açıkça örneklenen endüstrileşmiş kitle aracılı hikâye anlatımının Amerikan kültüründe baskın eğlence ortamı olduğu varsayımına dayanmaktadır. Buna göre televizyonda anlatılan hikâyeler dünyanın şekillenmesinde rol oynamaktadır. Bu süreçte bu şekilde oluşturulan dünyanın da şiddet ve şiddet içeriklerinin fazla olduğu bir bakış açısı ile anlamlandırıldığı öne sürülmektedir (Romer vd. 2014, s. 115). Ancak daha sonraları Yetiştirme Kuramı olarak tanımlanan Kültürel Göstergeler Projesi Özer'in de belirttiği gibi yalnızca televizyon/şiddet ya da herhangi bir içerik türünün kuramı değildir. Yetiştirme Kuramı⁶ bir hikâye anlatma kuramıdır (Özer, 2020 s. 35).

Gerbner'in yardımcılarında Michael Morgan, Yetiştirme Kuramının 1980'lere kadar yöntemi itibarıyla eleştirel yöntemlerin karşı tezi olarak görüldüğünü

⁴ <https://web.asc.upenn.edu/gerbner/archive.aspx?sectionID=18>

⁵ National Commision on the Causes and Prevention of Violence

⁶ Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde "Kültürel Göstergeler Projesi" "Yetiştirme Kuramı" olarak ele alınacaktır.

belirtmektedir. Ancak düşünür son dönemlerde yapılan bazı araştırmalarda ampirik yöntemlerin eleştirel perspektife sahip araştırmalarda kullanıldığını da ifade etmektedir; bu durumun Gerbner'in yönteminin tek boyuttan okunmasının önüne geçtiğini vurgulamaktadır. Ona göre her iki gelenekte yetişen George Gerbner, ampirik yöntemlerin gücünü anlamış ancak bu yöntemlerin getireceği sınırlamaların da farkına varmıştır. Dolayısıyla Gerbner'in çalışmaları; farklı felsefi, geleneksel ve eleştirel bakış açılarının (yöntemlerinin) canlı, dinamik bir sentezini oluşturmaktadır. Yetiştirme Kuramı her iki bilimsel geleneğin aşırılığından kaçınarak, bir uzlaşma ya da çatışma arayışından çok bütünleştirmeye yönelik bir çaba içerisinde (Morgan, 2002). Gerbner üzerinde Frankfurt Okulu'nun önde gelen araştırmacılarından Max Horkheimer ve Theodor W. Adorno'nun ortaya koyduğu "kültür endüstrisi" kavramının yoğun etkisi olduğu söylenebilir. Gerbner'in, onların ampirik devamı olduğunu savunanlar da vardır. Ayrıca Gramsci'nin hegemonya kavramıyla yetiştirmeyi bir araya getirenler de olmuştur (Özer, 2020 s. 21).

Medyanın etkilerine ilişkin yayımlanmış çalışmaları ortaya çıkarmak amacıyla içerik çözümlemesi yapılarak elde edilen bulgular incelendiğinde (Byrant ve Miron, 2004; Kamhawi ve Weaver, 2003; Potter ve Riddle, 2007) en yaygın 10 kuramın gündem belirleme, yetiştirme, kullanımlar ve doyumlar, yayılma, feminizm, çerçeveleme, önceleme, seçici maruz kalma, sosyal öğrenme ve üçüncü kişi olduğu belirlenmiştir (Potter, 2014, s. 98). Yetiştirme, medyanın sosyal ve kültürel etkilerini anlamak için son altmış yılda geliştirilen en önemli kuramlardan birisidir. Bu kuram ile özellikle televizyon izlemenin sosyal gerçeklik algılamasıyla nasıl ilişkili olduğuna odaklanılmaktadır. Kuram, gündem belirleme (McCombs & Shaw, 1972) ve kullanımlar ve doyumlar (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1973) kuramları ile 1950'ler ile 2000'li yılları arasında kitle iletişim araştırmalarında önemli akademik dergilerde en çok alıntı yapılan üç kuramdan biridir (Morgan, 2015, s. 6).

Yetiştirme Kuramı, toplumun kitle iletişim araçlarına sürekli maruz kalmasının sonucunda üyelerinin dünya görüşlerinin bu araçlar tarafından nasıl biçimlendirildiğini açıklamak amacıyla geliştirilmiştir. Gerbner'in yetiştirme kavramlaştırması, kitle iletişim araçlarının makro düzeyde geniş bir görüşünü ortaya koymaktadır. Buna göre kitle iletişim araçları, belirli kurumsal değerleri olan kültürel bir yapıdır. Bu kültür, araçların toplu içeriklerinin yaratılmasını sağlamakla birlikte aynı zamanda bu içerikler aracılığıyla

da toplumun *-bireylerin-* sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları üzerinde bir rol oynamaktadır (Morgan, Shanahan ve Signorelli, 2009).

Yetiştirme Kuramı, tüm kitle iletişim araçlarını kapsayacak önermeler çerçevesinde geliştirilmiş olmasına karşın televizyon örneğinde ele alınarak çalışılmıştır. Bu durum, yetiştirme kuramının yalnızca televizyon kuramı olarak algılanmasına neden olmaktadır (Özer, 2020, s. 15). Bununla birlikte kuramla ilgili araştırmaların odak noktası, televizyonun bireylerin gerçek dünya hakkındaki görüşlerini kademeli olarak şekillendirmesi üzerindeki rolüne dönüktür (Morgan, Shanahan ve Signorelli, 2009).

George Gerbner ve Larry Gross'a (1976) göre ekonomik kârla motive edilen bir teknoloji olarak televizyon, insanların yaşamında birincil hikâye anlatıcısı haline gelmiştir. Öyle ki kültürel değerlerin aktarılmasında sözlü geleneği hatta dinlerin etkileme rolünü bile aşmıştır. Hikâye anlatma, insanın kendini ve dünyayı anlamasında önemli bir süreç olduğundan televizyonun bu işlevi, Gerbner için daha çok önem kazanmıştır. Yeni çağda insanlar daha konuşmayı öğrenmeden televizyon izlemektedir⁷ (Gerbner ve Gross, 1976). Gerbner, daha sonraları toplumdaki eşitsiz güç-iktidar ilişkilerinin sürdürülmesinde televizyonu yoğun izlemenin büyük ve baskıcı bir rolü olduğunu varsayan yetiştirme kuramını geliştirmiştir (Romer vd., 2014, s. 116). Yetiştirme uygulamasının amacı, kültürel bir ortamda büyümenin ve yaşamının sonuçlarını anlamaktır. Yetiştirme uygulaması, o dönemin iletişim araştırmalarına hâkim olan kitle iletişiminin ani etkilerine veya belli mesajlara maruz kaldıktan sonraki kısa değişimlerine odaklanan çalışmalardan uzaklaşmanın bir yolu olarak tanımlanmıştır.

Öte yandan Gerbner, televizyonu vurgulamış ve öne çıkarmıştır. Bunun nedeni televizyonun, radyo, gazete film gibi diğer kitle iletişim araçlarının özelliklerini bünyesinde barındırmasıdır. Televizyon, insanların kültürel katılımını ve kamusal tartışmayı da tekelleştirmiştir. Televizyon merkezileştikten sonra diğer tüm kitle iletişim araçları nispeten daha küçük ve özel roller oynamıştır. Bu durum, internetin yükselmeye başlaması ile kısmen değişmiştir. Ancak medya ortamındaki tüm değişimlere karşın bugün televizyon hangi platform olursa olsun kültürün baskın hikâye anlatıcısı konumunu hâlâ korumakta ve diğer medyalara göre daha geniş kitleleri çekmektedir (Morgan, 2015 s. 8).

⁷ Günümüzde ise insanlar bebekken iPad, akıllı telefon, bilgisayar, YouTube vd. maruz kalmaktadır ya da kullanmaktadır.

İletişim alanında mesaj içeriklerinin çözümlenmesi geleneksel bir çalışma alanıyken televizyon gibi bir teknolojinin ortaya çıkmasıyla çok büyük ve heterojen kitlelere yönelik mesaj sistemlerinin çözümlenmesinin yapılmasına gerek duyulmuştur (Gerbner, 1969a, s. 137). 1930'lu yıllardan başlayarak şirketler, hükümetler, araştırma komisyonları ve vakıflar tarafından yürütülen çalışmalarda medya performansı ve etkilerinin ortaya konup gözetilmesi önerilmiştir. Ancak bu işin nasıl yapılacağı, mesajların kitlesel üretiminin bilimsel veya kamu politikaları amaçları kapsamında nasıl ele alınacağı dile getirilmemiştir (Gerbner Gross ve Melody, 1973, s. 555). Ortaya atılan yeni çerçevelerin ve yaklaşımların hiçbiri, Gerbner tarafından bu kitlesel mesaj sistemlerinin çözümlenmesi için yeterli beceriye sahip görülmemiştir. Gerbner, kitle aracılı mesajların bileşimi ve yapısı için pratik ve politik önemi olan bir şema önermiştir. Ona göre, bu mesajlar ve mesaj sistemleri, toplulukların ve insanların var oluşlarını ve gerçeklerini açıkladığı, değerlerinin geliştirildiği ve kamuya açık kavramların dile getirildiği bir ortak kültürü barındırmaktadır. Mesajların kitlesel üretiminin sosyal temellerinde ve ekonomik hedeflerindeki bir değişiklik, er ya da geç insanların dünya algılamalarına yön veren sembolik çevrenin bu mesajlar aracılığıyla değiştirilmesine yol açacaktır. Bu dönüşümün doğasını anlayabilmek için Gerbner, kendisi tarafından ortaya konulmuş Kültürel Göstergeler Projesi'ne gereksinim olduğunu belirtmiştir. (Gerbner, 1969a, s. 138).

Gerbner, medyayı toplumsal güç-iktidar yapılarına meydan okumaktan çok bu yapıları güçlendiren bir oluşum olarak görmüştür. Televizyonun birincil hikâye anlatıcısı olduğu yeni rolde içeriğinin çözümlenmesi gerekmektedir. Söz konusu çözümleme ile elde edilen bulgular, kültürel göstergeleri barındıran mesajların gerçeklik algılamalarımızı şekillendirebileceğini saptamıştır (Gross, 2012). Toplum yaşamını tanımlayan kitlesel üretilmiş mesaj sistemlerinin doğası, bileşimleri ve eğilimleri hakkında çok az şey bilinmektedir. Bu duruma benzer olarak sistemleri bütünleştiren ve yapılandıran kurumsal süreçler de göz ardı edilmektedir. Yapılan çalışmalar bireylerin bu mesaj sistemleri içerisinde nasıl yanıtlar oluşturduğu, ne tür tepkiler verdiği ve kendi özel statülerinde nasıl davrandıkları ile ilişkilidir. Bu çalışmalar ortak alan, ortak kültürel değerler başka bir deyişle ortak kültürel bağlam açısından çok az şey ifade etmektedir (Gerbner, Gross ve Melody., 1973, s. 555). Yetiştirme, mesaj içeriklerinin altında yatan ortak temel unsurları ve izleyicilerin bu unsurlarla olan etkileşimi ile ilgilenmektedir (Morgan, 2015, s. 8). Bu noktada Shanahan ve Morgan'ın belirttiği gibi mesajların

içerikleri, iletildikleri teknolojiye daha önemlidir görüşüne odaklanılabilir. (Shanahan ve Morgan, 1999, s. 201). Bu bakış açısı ile bakıldığında yeni iletişim teknolojilerinin sürekli değişen ve gelişen bir yapıda olsa bile içeriklerinde genel bir yetiştirme rolünü barındırdığı varsayılabilir.

Yetiştirme Kuramı, televizyon içeriğinin gerçekliği çarpıttığını, hikâye anlatımının yeniden yeniden yapıldığını ve başlangıç dönemlerinde şiddet unsurunun yaygın olduğunu ortaya sermek için kullanılmıştır. Örneğin, ABD'deki gerçek suç eğilimlerinin aksine betimlenen suçların çoğu yabancılar arasında yaşanmakta ve şiddet barındırmaktadır. Gerbner ve arkadaşları, TV karakterlerindeki bu büyük eşitsizliği, erkek karakterlerin kadın karakterlerden 3 kat daha fazla olduğu ve beyaz olmayanların büyük ölçüde yetersiz temsil edildiği sonucuna ulaşarak belgelemiştir. Bu noktada sembolik bir çevre oluşturulduğundan söz etmek mümkündür (Romer vd., 2014, s. 116).

Mesajların seri üretilip hızlı bir şekilde dağıtılması, bu mesajları üreten kurumların yapısını ve işleyişini yansıtan yeni sembolik ortamlar yaratır. Gerbner (1970) kurumsal süreçten geçmiş ve hızlıca yayılan mesajların diğer sosyal iletişim biçimleri üzerinde bir kısa devre etkisi yarattığını belirtmektedir. Ona göre mesajlar, kendilerinin taşıdıkları anlamları ve bilinçleri diğer tüm toplumsal ilişkilerin üzerine yerleştirir. İnsanların kaliteli yaşam sürmesinin, yetiştirilmesinin, eğilimlerinin, görünümünün kontrol edilmesinin ve toplumların yönetilmesinin geniş kapsamlı sonuçları olmaktadır. Politika oluşturma ve sosyal davranışlarının geçerli bir şekilde yorumlanabilmesi için değişen sembolik çevrenin hâkim ikliminin sistematik göstergelerine gerek duyulmaktadır. Kültürel göstergelerin merkezi yönü sosyal yaşam, sosyalleşme ve kamu politikalarıyla ilişkilidir. Bu ilişki ise mesaj sistemlerinin ve bileşenlerinin yapısının ve trendlerin periyodik çözümlemesi ile ortaya konulabilir (Gerbner, 1970, s. 69). Gerbner şöyle demektedir:

“Kısaca geniş ve heterojen yığınlara seslenen mesaj sistemlerinin yapı, bileşim ve üretim düzenliliğini, güvenilir bir şekilde incelemek özel bir araştırma alanıdır. Kültürel Göstergeler Projesi, bu özel araştırma alanına uygun bir biçimde kurgulanmıştır. Sembolik göstergeler, toplumsal ilişkilerin devamlılığını sağlamaktadır. Mesaj sistemleri, bu toplumsal ağın ve ortak bilincin anakımına kurumlar tarafından paketlenir, medya tarafından düzenlenir ve teknolojiler tarafından yayılır” (Gerbner vd., 1973, 1986).

Yetiştirme sürecinin doğasını, özünü anlamak hatta keşfetmek için anaakımın doğasının ve yaratılışının kuramsal bağlamı hakkında bir şeyler bilmek gerekmektedir. Reklam verenler ve sponsorlar kitle iletişim araçlarına belirli ödeme yapmaktadırlar. Bunun sebebi kimi zaman müşterileri çekmek, ürünlerini sunmak, satışları artırmak kimi zamansa kaybedilen güveni yeniden kazanmak olabilir. Bu ekonomik mekanizmalar bu ödemeleri karşılığında kurumsal yönetime ve işleyişe yön verebilmektedir (Gerbner vd., 1982, s. 104-105).

Kültürlemenin ve sosyal kontrolün başlıca aracı olan kitle iletişim araçları, kilisenin daha önce yaptığı gibi endüstriyel düzenin yerleşik dini olarak işlev görmektedir (Gerbner ve Gross, 1976, s. 194). Yığınlara doğru yöneltilen bu mesaj akımı nasıl yönetilmektedir? Kültürel bağlama nasıl uymakta ya da onu nasıl değiştirmektedir? Yaşamın ve dünyanın hangi açılarını ifade etmekte ya da yetiştirmektedir? Zamanla toplumlar ve kültürler arasında nasıl değişim göstermektedir? Tüm bu sorular aslında bizi üç temel çözümleme alanına yöneltmektedir. Kitle medyası, diğer kurumlar ve örgütsel yapılar ile “nasıl ilişkilendirilir, nasıl karar verir, mesaj sistemlerini nasıl düzenler ve toplumdaki işlevini nasıl yerine getirir” soruları kurumsal süreç çözümlemesidir. “Kitle aracılı dinamik mesaj sistemlerinin sembolik işlevleri olan göstergeleri ve toplumsal sonuçları nasıl gözlemlenebilir?” sorusu mesaj sistem çözümlemesidir. “Bu mesaj sistem çözümlemesi ile elde edilen ortak varsayımlar, görüşler, imajlar ve ilişkiler kitlelere hangi politikalar ve stratejiler ile neler yetiştirmektedir?” sorusu ise yetiştirme çözümlemesidir (Gerbner, Gross ve Melody 1973, Gerbner, 1986 s. 260).

2.1 Yetiştirme Kuramı Bakımından Düşünsel Yapı

Bu başlık altında yetiştirme kuramına ilişkin Gerbner’ın iletişime bakışı, hikâye anlatma ve hikâyelerin işlevleri, yetiştirme kuramı açısından televizyon, şiddet ve Yetiştirme Kuramının bileşenleri ve Yetiştirme Kuramına ilişkin öne çıkan kavramlar ve konulara değinilmiştir.

2.1.1 George Gerbner’ın İletişime Bakışı

Gerbner’a göre bir kavramın tanımlanabilmesi için bir sözel modele gereksinim vardır. İyi bir sözel model ise kısa ve öz bir açıklamadır. Bir olayın kendisini ve ana parçalarını iyi bir biçimde tanımlar. Olayları bilinçli bir kuramsal yaklaşıma dayandırarak

sözcük sözcük açıklar. Araştırma sorununun odak noktalarını ve olayların gerçek yönlerinin belirlenmesinde sözel model kullanılır (Gerbner, 1956, s. 172). Bu nedenle Gerbner’ın iletişime bakışı çerçevesinde ilk olarak geliştirdiği iletişim modeli açısından ortaya koyduğu eksikliklere değinmek yararlı olabilir. Nitekim o, iletişim çalışmaları alanında yaşanan bazı sorunlardan ve eksikliklerden dolayı genel bir iletişim modelinin ortaya konmasının gerekliliğinden söz etmiştir. Bu aşamada 3 noktaya vurgu yapmıştır. Bunlardan birincisinde dönemin iletişim çalışmalarının bazı bulgular ortaya koyduğunu bunların anlamlandırmaya yönelik bir değer yönelimi geliştirmeye yetmediğini ifade etmiştir. İkincisinde iletişim eylemi kapsamındaki tartışmaların çerçevesinin belirlenmesinde bir eksiklik olduğunu belirtmiştir. Sonuncusunda ise bu çalışmaların normatif toplumsal kavram ve yönelimlerin ortaya konmasında yetersiz olduğunu savunmuştur (Gerbner, 1956, s. 171). Gerbner’ın ünlü iletişim modelini söz konusu eksikliklerin giderilmesi amacıyla ortaya koyduğunu söylemek mümkündür.

Gerbner tarafından temellendirilen model, dönemin iletişim modellerinin bazı yönlerini bütünleştirerek ve yeni özellikler ekleyerek iletişimi birbiriyle ilişkili on evrede yapılandırmaktadır (Gerbner, 1956, s. 171). Sözel model ile oluşturulan bu evrelerde her bir evre için oluşturulmuş bir araştırma alanından söz edebiliriz. Aşağıdaki tabloda bu evreler ve araştırma alanları ortaya konulmuştur (Batmaz, 2014, s. 71).

Tablo 2.1. Gerbner’ın İletişim Modeli

İletişimin Evreleri	Araştırma Alanları
1. Bir kişi	Kaynak/iletişimci ve izleyici araştırmaları
2. Bir olayı algılayıp,	Algı araştırmaları ve kuramı
3. Bir tepki gösterdiğinde,	Etkililik ölçümü
4. Belli bir durumda,	Fiziksel ve sosyal çevre çalışmaları
5. Belli araçlarla,	Kanallar, medya, stüdyo denetimi
6. Kullanılabilir bir malzeme hazırlar	Yönetim, dağıtım ve içeriğe erişim
7. Bunun bir biçimi ve	Yapı, örgüt, tarz, örüntü irdelemeleri
8. Bağlamı vardır ve	İletişim düzenlemesi ve iletişim
9. Bir içerik taşır/iletir ve	İçerik çözümlemesi, anlam çalışmaları
10. Belli sonuçlar doğurur.	Toplu, kitlesel değişim çalışmaları

Bu çerçevede Gerbner’ın iletişimi insani bir süreç olarak tanımladığını belirtmek doğru olacaktır. Ona göre iletişim; mesajlar aracılığıyla kurulan etkileşim ile kültürü ve sembolik çevreyi biçimlendiren insani bir süreçtir (Batmaz, 2014, s. 17).

Gerbner’ın iletişime bakışı Kültürel Göstergeler Projesi açısından önem taşımaktadır. Gerbner’a göre iletişimin kitleselleşmesi sembolik çevrenin kitlesel

üretiminde rol oynamaktadır (Özer, 2003, s. 14). İnsan beyninin düzenleme, tepki verme ve depolama özelliği sosyal yapı ve insan iletişiminin ön koşuludur. Buradan hareketle Gerbner, iletişimi; “*en geniş insancıl anlamda insanların ne, neyin önemli ve doğru olduğu konularını içeren mesajların üretimi, elde edilmesi ve algılanması süreci*” olarak tanımlamaktadır (Gerbner, 1967, s. 41).

Modelin bu özelliklerini içermesi bakımından Gerbner’ın iletişime yönelik ilk düşüncelerine göre, iletişim *kişi* (kaynak ya da hedef) ile başlayabilir. Kişi bir şekilde iletişim başlatacak olayı *algılar* ve bu algısı karşılığında bir *tepki* gösterir. Bu tepki, içinde bulunduğu *durumdan* etkilenir. Buna iletişimsel tepki denilmektedir. İletişimsel tepki *araçlar* aracılığıyla gösterilir. Bu tepki, *kullanılabilir iletişim malzemeleri* hazırlamak üzere iletilir. Malzemelerin bir mesajı taşıyabilmesi için belli bir *biçimde* olması gerekmektedir. Malzemelere gösterilen tepki bir ortam içinde üretilebildiği için her mesaj belli bir *bağlam* içerisinde ele alınır. Tüm bu evreler bir *içerik* oluşturur ve bu içerik karşısında istenen tepkiler ortaya çıksa da çıkmasa da belli *sonuçlara* yol açmaktadır (Gerbner, 1956, s. 172-173).

İletişimin bu on evresinin aktarılmasından sonra onun kültürel dokusunu da ele alan Gerbner, insanoğlunun kişilerarası iletişim sürecinin içerisindeki mesajlar ve imgelerin, sosyal çevresi üzerinde uzun ve yavaş bir rolü olduğunu ifade etmektedir. Bu uzun süreli dönüşümle birlikte sosyal etkileşim önce aşiret veya köy kabilesi daha sonra ise bölgesel bir biçime bürünmektedir. Böylelikle “mesajlar ve imgeler popüler kültürün yapısına da etki etmektedir” denilebilir. Yavaş ve uzun süreli dönüşüm sürecinin ardından sanayi devrimiyle birlikte artık, kitlesel iletişim süreci göz önüne alınmalıdır (Gerbner, 1967, s. 41).

Endüstriyel sürecin başlaması ile ortaya çıkan yeni medya düzeni iletişimin görece zaman, sınıf, coğrafya ve ekonomik temelli üretim biçimlerini de dönüştürmüştür. Gerbner’ın söz ettiği a) doğrudan deneyimli iletişim dönemi ile b) dolaylı deneyimli iletişim dönemine (Gerbner, 1967) keskin bir biçimde olmasa da bir geçişten söz etmek mümkündür.

Medya düzenindeki dönüşümle birlikte “sembolik çevrenin kitlesel üretiminden” söz edilebilir. Kamusal mesajların akışı, teknoloji ve kurumsal üretim temelinde dağıtılmak amacıyla üretilmektedir. Kamusal mesajların kitlesel üretimi, onların heterojen yapıdaki toplumun tümüne en hızlı bir biçimde dağıtılması ve tüketilmesine yönelik bir kavramlaştırmadır (Gerbner, 1969, s. 206). Özer’e göre “Sanayileşme ile

ortaya çıkan, merkezi olarak yönetilen ve kitlesel üretimle yaratılan simge sistemleri, toplumun ortak bilincini oluşturmakta ve toplumu kültürlemektedir.” (Özer, 2003, s. 16). Kitlelere yönelik üretilen mesaj sistemleri medya kurumlarında üretilirken, bu durum kontrol ve iktidar mücadelesini de kitle iletişimi alanına yönlendirmektedir. Kitle iletişim araçları kamusal etkileşimin en geniş çaplı ortak akımlarını sağlamaktadır (Gerbner, 1967, s. 43-45).

Endüstri devrimi sonrasında ortaya çıkan yeni iletişim düzeni, kitleleri bir arada tutabilme politikalarının değişmesi anlamına gelmektedir. Kitle iletişim araçları aracılığıyla kamusal inanç sistemleri yetiştirilmekte, kamu kültürlenmesi gerçekleştirilmektedir. Bu araçlar, egemen ideolojileri heterojen kamulara popüler kültür dokularını üretim ve dağıtımdan başlayarak yetiştirme işlevini üstlenmektedir. Bu bakımdan kitlesel iletişim araçları, endüstriyel düzenin kültürel koludur (Gerbner, 1967, s. 54). Bu bakış açısıyla kitle iletişim araçları artık kontrolü sağlama misyonundadır. Kamular, iletişim araçları ile yaratıldıkları andan başlayarak yayın politikaları ile yetiştirilmek istenen biçimde korunmaktadırlar. Yönelimler haber, gerçek, kurgu, eğlence ve bilgilendirme vb. içerik türleri ile şekillendirilmektedir. Kamunun yetiştirilmesi belirtilen türlerde iletilen mesaj sistemleri aracılığıyla sağlanmaktadır (Gerbner, 1961a, s. 93-94).

Bu yeni medya ortamında kitle iletişim araçlarının kurumsal yapıları incelenerek mesajlar ile nasıl bir yetiştirme rolü olduğu sorgulanmalıdır. Bu da Yetiştirme Kuramı ile mümkündür. Gerbner’ın Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında temellendirdiği Yetiştirme Kuramı açısından tüm bu dinamikler çerçevesinde hikâye anlatmanın önemi aktarılmaktadır. Bu nedenle aşağıdaki başlıkta hikâye anlatma ve işlevlerine değinilmiştir.

2.1.2 Hikâye Anlatma ve Hikâyelerin İşlevi

Yetiştirme kuramı, medya içeriklerine yönelik bir kuram olmaktan çok hikâyelere yönelik bir kuramdır (Özer, 2020, s. 35). İnsanlar dünyayı anlamlandırırken yalnızca bulundukları coğrafyanın öğretileri tarafından şekillendirilmezler. Deneyimleriyle öğrenerek çevresini anlamlandıran insanoğlu için hikâyeler önemlidir. Hikâyeler, insanların kendileri tecrübe etmeden, bulundukları toplumun tehditleri ve kurallarını bir paket halinde sunan temel yapılardan birisidir.

İnsanlar, hikâye formları tarafından deneyimledikleri bir dünyada yaşamaktadırlar (Gerbner, 1990, s. 250). İnsanların öğrendiği tüm yaşamsal semboller, anlattıkları ve duydukları hikâyelerin çıktılarıdır. Endüstri devrimi sonrasında klasik coğrafi sınırlara yönelik bakış açısı, kitle iletişim araçlarının hızlı bir şekilde evlerimizin baş köşesinde yer almasıyla değişmiştir. Daha öncesinde aile, öğretmenler, kilise ve din adamları tarafından aktarılan hikâyeler, özellikle televizyonun kitlesel olarak kullanılmaya başlanmasıyla birlikte kitle iletişim araçları tarafından aktarılmaktadır. Televizyon, yönelimler doğrultusunda seçici şekilde izlenen bir araç değildir. Aksine yönelimlerin oluşmasında etkin bir rol oynamaktadır. Televizyondan yayılan hikâyelerle henüz bebeklikten itibaren tanışmaktayız. Kitle iletişim araçlarının erken yaşta yaşamımıza dahil olması bu araçların yetiştirme rolünü sürekli kılmaktadır (Gerbner, 1990, s. 254).

Kitle iletişiminin oluşabilmesi için mesaj sistemlerinin kitlesel olarak üretilmesi ve dağıtılması gerekliliği vardır. Bu sistemin işlevselliği, teknolojik araçlar ve toplumsal kurumların varlığı ile ilişkilidir. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının sistemi, ekonomik ve politik bazı sistemler (teknoloji, kitlesel pazarlama, şirketler) içinde ortaya çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları endüstri sonrası toplum düzeninin koruyucusu olarak görev almaktadır. Bu araçlar kültürel kodlarla birlikte metaların sürekli yeniden üretilmesini ve dağıtılmasını sağlamaktadır. Kamusal ilginin ne yönde olduğu ve/veya bu ilginin belirli bir yöne kanalize edilmesi kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturabilme özelliği ile ilişkilidir. Bunun yanı sıra şirketler ve güç odakları bakımından medyanın işlevi, kamuoyu yaratma ve yaratılan bu kitleyi reklamcılara satmak ya da siyasi bir ayrıcalık elde etmektir (Gerbner, 1966, s. 8-9). Medya, bu işlevlerini hikâyeler, ortak anlamlar ve duyularla yapılandırılmış mesaj sistemleri aracılığıyla gerçekleştirmektedir.

Medya içeriklerinin hikâyeleri, tek tek bireylerin neyi, nasıl düşüneceğini değil ortak biçimde topluca ne düşünceleri ve nasıl davranmaları gerektiğini anlatmaktadır. Toplumsal meselelere yönelik yaygın görüş noktaları, yaşam rollerinin (din, dil, ırk, cinsiyet) temsilleri ve farklı olanın ne olduğu medya hikâyelerinden öğrenilmektedir. Kısacası yaşama ilişkin her şey, hikâyelerle örülmüş sembolik iklim içerisinde anlamlandırılmaktadır (Gerbner, Gross ve Melody, 1973, s. 566-567).

Gerbner, bilinen ya da öğrenilen birçok şeyin kişisel olarak deneyimlendiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda insanların yaşadıkları duyulan, görülen ve anlatılan hikâyelerin bir yansıması olarak tarif edilmektedir. Bireylerin yaşamları sanat, yasalar, haberler, türküler, masal ve şiir aracılığıyla büyütülmektedir. Bu büyütme sayesinde

izleyiciler yakın çevresindeki dünyanın tehditleri ve ödülleriyle karşı karşıya kalmaktadır. Kültürel çevreyi oluşturan hikâyeler, yeni dünya düzeninde politik bir işlevle üretim ve pazarlama stratejileri doğrultusunda ve seri bir biçimde üretilmektedir. Bu düzende insanlığın bu zamana kadar gördüğü en uzun süreli hikâyeler medya yoluyla evlere ulaşmaktadır. Bu hikâyeler yakın çevreden gelmemektedir. Aksine bu hikâyeler azınlık bir grubun tekelinde üretilerek toplumsal ortak bilincin anaakımına gönderilmektedir. Bu azınlık grubun geçmiş yıllardaki devlet-kilise tarihselliği üzerindeki kontrolü, devlet-televizyon (medya) ortaklığı noktasına doğru bir dönüşüm yaşamıştır (Gerbner, 1998, s. 23; Gerbner akt. Özer, 2020, s. 38).

Gerbner, insanların anlatılan hikâyeler yoluyla neyi, nasıl deneyimleyeceklerini öğrendiğini belirtmektedir. Sanat, bilim, din, kanun ve politikalar kabullenilmiş ya da dayatılmış hikâyeler üzerine kurulmaktadır. Bu hikâyeler şeylerin ne olduğunu, nasıl çalıştığını ve ne yapıp ne yapılmayacağını söyleyen sembolik yapılardır. Bununla birlikte hikâyeler anlatıcı ve dinleyiciyle ilişkilidir. Örneğin, korku hikâyeleri, gücü hikâyeyi anlatan kişinin tekelinde yoğunlaştırmaktadır. Kısacası hikâyeler otoriteyi doğrular ve gücün dağılımında belirleyicidir. İnsanoğlunun uzun geçmişinde hikâyeler yüz yüze anlatılırken sanayi devrimi sonrasında baskı teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve elektronik dönüşümle birlikte hikâyelerin alışlagelmiş yapısı da dönüşmüştür. Kitaplarla başlayan modern kitlesel üretimler, birbirini hiç görmemiş insanları ortak bilinç etrafında birleştirerek aynı duyguların paylaşılmasına neden olmaktadır (Gerbner, 1986, s. 255-257; Gerbner, 1988, s. 17). Gerbner, bu durumu insan yaşamının gerçek büyüğü olarak tanımlamaktadır. Bilim, sanat, yasalar, türküler, şiirler vb. türlerin imgelemleri ve sözleri aracılığıyla görünmeyen “şeylere” yönelik zengin bir hayal yanılması yaratılmaktadır. Bu büyülü yanılısma sayesinde diğer insan türlerinin dünyası yakından görülmektedir. Ayrıca hikâyeler bireyleri cinsiyet, yaş, sınıf ve meslek gruplarına göre de sosyalleştirerek toplumsal uyum ya da dışlanma konusunda koşullandırmaktadır. Kültürel çevrenin ağı, bireylerin ne düşündüğünü ne yaptığını ve işlerini nasıl yürüttüğünü hikâyeler tarafından belirlemektedir (Gerbner, 2001, s. 5). Kitle iletişim aracılı hikayeler genel olarak birbiri ile ilişkili olmak kaydıyla: (1) işlerin nasıl yürütüldüğünü açıklayan, (2) şeylerin ne olduğunu açıklayan ve şeylerle ilgili (3) bize ne yapılması gerektiğini anlatan hikâyeler olmak üzere üç türe ayrılmaktadır (Gerbner, 2002, s. 125). İlk tür olarak “şeylerin nasıl yürütüldüğünü” anlatan hikâyeler, yaşamın görünmez ilişkilerini ve gizli dinamiklerini algılanabilir hale getirenlerdir. Bu hikâyeler,

romanlar, masallar, çizgi filmler gibi fantastik kurgular aracılığıyla gerçeklik algısını oluşturmaktadır. Bu tür hikâyeler, ahlaki bir amaç ve sosyal bir işleve sahip olan sonuçları aktararak ders verme niteliği taşımaktadır. Durumlar ve sorunlar karşısında hikâyeye konu olan karakterlerin yönelimlerinin yanı sıra tercihlerinin sonuçlarını göstererek onlara öğütler vermektedir. Başarı, başarısızlık, sorunlara çözüm üretme ve zorluklar karşısında toplumun bireylerinin nasıl davranması gerektiği aktarılmaktadır. Birinci tür hikâyeler, bebeklikten itibaren gerçeklik denilen fanteziyi “kurgular” halinde inşa etmektedir (Gerbner, 1986, s. 255; 1988, s. 8-10; 2001, s. 5, 2002, s. 125)

“Şeylerin ne olduğunu” gösteren ikinci tür hikâyeler, fantezi biçiminde kurgulanmış hikâyelerin boşluklarını gerçekler ile dolduran soyutlamalardan çıkarılan raporlar, haberler, açıklamalar, betimlemelerdir. Bu hikâyeler, fantezi biçimde kurgulanan öğütler veren biçimlerin belli bölümlerini vurgular ve onlara güvenirlik kazandırır. Sözü edilen hikâyeler gerçek olarak adlandırılan aslında yaratıldığı ve yetiştirildiği sembolik çevrenin dışında bir anlamı olmayan yapılardır. Eskiden efsaneler şeklinde bizlere ulaşan bu tip hikâyeler, günümüzde özel çıkarlar ve sosyal işlevlere yönelik seçilmiş haber senaryoları olarak görülmektedir (Gerbner, 1988, s. 11; 2001, s. 6, 2002, s. 126).

Üçüncü tür hikâyeler ilk iki hikâye türünün öğütlerini pekiştirerek “bize ne yapılması gerektiğini” belirtir. Bu hikâyeler ekonomi temellidir ve ilk iki tür hikâyelerin finansmanı (reklam, pazarlama, sponsor vb.) genellikle bu tür üzerinden sağlanır. Hikâyeler aracılığıyla yeni gereksinimler ve arzular oluşturularak insanlar bu doğrultuda eyleme geçirilmektedir. Gerbner, üçüncü tür hikâyelerin sosyal yapıya hâkim iktidar dengelerini pekiştirme işlevi olduğunu belirtir (Gerbner, 1996a, s. x). Öte yandan tehditler karşısında korunmak için güvenlik sağlama yolları ve hizmetleri reklamlar aracılığıyla sunulmaktadır. Hikâyeler ile yönlendirilen kültürel yapı içerisinde kitlelerin ne yapıp ne yapamayacağı belirtilmektedir. Üçüncü tür hikâyeler, değerler ve seçimlerle ilişkilidir. İstenilen ya da istenilmeyen yaşam tarzları bu tür içerisinde ifade edilmektedir. Bu noktada yaşam biçimi konusunda alınacak kararların karşılığında ödenecek bedel veya ödüller sunularak insan eylemi koşullandırılmaktadır (Gerbner, 1988, s. 11; 2001, s. 6).

Endüstri devrimi sonrasında teknolojinin, ekonominin ve iktidar yapılarındaki dağılımın dönüşmesiyle kültürel değişim kaçınılmaz olmuştur. Kulaktan kulağa yayılan masallar ve öğütler ilk olarak kitaplar aracılığıyla yaş farkı gözetmeksizin okur yazar kitlenin tamamı tarafından tüketilebilen bir şekle gelmiştir. Daha sonra hikâyeler bu basılı biçimiyle depolanıp alışverişi yapılabilen bir meta haline getirilmiştir. Dolayısıyla matbaa

teknolojisi ile kitlesel yapının tamamına hitap edebilme şansı ortaya çıkmıştır. Aynı yakın çevreye sahip olmayan, aynı kültürel kodlar ile yetişmemiş bireyler bilinçlerinde yaşadıkları dünyayı kitaplar aracılığıyla aktarabilmektedir. Bu durum sözel bir biçimde aktarılan ve geliştirilen deneyimlerin yazılı bir biçimde paylaşılmasına olanak yaratmıştır. Ek olarak mesajlar ve semboller aracılığıyla iletişim kuran insanlar, kitaplarda yazılanları yorumlayarak dünyayı kendi bakış açıları ile anlamlandırma şansına kavuşmuştur. Öte yandan yorumlama yeteneğine sahip olan bireylerin oluşturduğu kitle kendi sınırlarını bilmektedir. Bu kitle, toplumsal yapılarının farkındadır ve belli bir noktaya kadar uyum içerisinde yaşama çabası içindedir (Gerbner, 2001, s. 6-7). Bu sürecin ardından gelen elektronik dönüşümle birlikte matbaa kültürü yerini televizyon kültürüne bırakmıştır. Televizyon, kamusal eğitim kurumlarının işlevi olan ideal eğitim rolünü kendisi üzerinde gerçekleştirerek modern toplumu yeni bir düzenle karşı karşıya bırakmıştır. Bireysel farkındalıklarla oluşturulan kamular, tek tür ve sınırlı düşünce biçimleriyle güdülenmeye başlamıştır. Televizyon aracılı yayılan mesajlar, ekonomik kaygı ve gücün korunması amacıyla sürekli bir biçimde tekrar tekrar bireylere gönderilmektedir. Son noktada sözü edilen mesajlar toplumsal ortak bilincin anakımına karışmaktadır. Televizyonun kitleselleşmesi, içeriklerinin *-mesaj sistemlerinin-* paket programlarla aktarılması ve toplumsal yetiştirme rolünden dolayı Gerbner'in televizyona ilişkin düşüncelerine yer vermekte yarar vardır.

2.1.3 Yetiştirme Kuramının Televizyona Bakışı

Televizyon ortaya çıktığı günden bu yana mesajların iletilmesinde en güçlü araçlardan biri olmuştur. Tüm ileti biçimleri (ses, görüntü, video vb.) en yaygın bir şekilde televizyon tarafından aktarılmaktadır. Televizyon, içerisinde doğduğumuz sembolik çevrenin anaakımdır (Özer, 2005 s. 80). Kitleler tarafından takip edilen televizyon programlarının sosyal, politik, ekonomik ve ideolojik eğilimlerinin yönlendirmeleri giderek artmaktadır. Mesaj sistem ağı, televizyonun izlenme düzeyinin artması ve teknolojinin gün geçtikçe gelişmesiyle gündelik yaşamın tamamını kapsamaya çalışmaktadır.

Televizyon, hikâyeleri anlatan merkezi bir sistem olmanın yanı sıra temel önerme aracıdır. Televizyon programları, mesajları ve sembolleri aktararak kişisel yönelim algılarını yetiştirmektedir. Ayrıca okur yazarlığın tarihsel engeli televizyon aracılığıyla

aşılmıştır. Heterojen toplulukların sosyalleşmesinde ve enformasyon elde etmesinde televizyon birincil kaynak konumuna gelmiştir. Tüm bu özellikleri göz önüne alındığında sanayi devrimi öncesindeki dinsel ritüellerin toplumsal işlevleri, televizyonun yarattığı ulus kültüründe de kendisini göstermiştir. Her ikisi de sürekliliği olan, tekrarlanan örüntüler ve öğütler anlatmaktadır. Böylece dünya algılamalarının ve toplumsal düzenin meşrulaştırılması noktasında din ve televizyon benzer işlevlere sahiptir (Gerbner, vd. 2002, s. 43-44).

Gerbner, kitle iletişimi aracılı hikâye anlatıcısı olarak televizyonun çocukların doğduğu evlere günde 7 saatten fazla süre boyunca ulaştığını belirtmektedir Televizyon, sabit ve ortak öğrenme çevresini oluşturmaktadır. Her ulusun televizyon yayıncılığındaki durum kendi tarihsel, politik, ekonomik ve kültürel yapısı ile ilişkilidir (Gerbner ve Gross, 1980, s. 150; Gerbner, 1995, s. 125; Gerbner akt. Özer 2020, s. 64). Televizyonun özel karakteristiği, onu diğer kitlesel medyalardan ayırmaktadır. Bu yüzden televizyon öncesinde kullanılan araştırma terimleri televizyon ile ilgili yapılan araştırmaların yanlış bir bakış açısı ile ele alınmasına sebep olabilir. Televizyon, elektronik ortamlarda organik bir biçimde bestelenip yönetilen bir sembolik çevrenin şefi konumundadır. Gerbner, televizyonun bu niteliklerini daha önce ABD’de yaptığı araştırmalardan elde ettiği bulgular ışığında şu maddeler ile açıklamaktadır: (Gerbner, 1977a, s. 147-149)

- 1- Televizyon, diğer tüm medyalar ve boş zaman etkinliklerinden daha fazla dikkat çekmektedir. ABD’de ortalama olarak televizyonun açık kalma süresi 6 saat 15 dakikadır. Bu, çoğu Amerikalının sembolik dünyasının televizyonun sesleri ve görüntüleri ile dolduğu anlamına gelmektedir.
- 2- Diğer medyalara göre onu beklemek zorunda değilsinizdir. Onu aramak ya da ona ulaşmak için bir plan yapmanıza gerek yoktur. Çünkü televizyon direkt olarak evlerimize gelmektedir. Ailemizin bir üyesi olarak hikâyelerini sabırla, yorulmadan ve ikna edici bir biçimde anlatmaktadır. Yalnızca bazı ebeveynler, öğretmenler ya da din adamları, televizyonun insan türünün neye benzediğine ve toplumun nasıl çalıştığına ilişkin canlı gösterileri ile yarışabilirler. *“Dijital iletişim ortamında sosyal medya vb. platformlar düşünülecek olursa bu yarışma neredeyse imkânsız hale gelmiştir.”*
- 3- Televizyon için hareketli olmaya ya da okur yazar olmaya gerek yoktur. Aslında televizyon dünya ile ilgili bilgileri, hiç eğitim almamış insanlara dahi gösterip anlatmaktadır. Televizyon içeriklerinin çoğu eğlenceden

oluşmaktadır. Bu durum eski zamanlardaki festivallerin ve sirklerin işlevleri ile benzerlik göstermektedir.

- 4- Televizyon izleyicisi, program türünü seçmemektedir ancak günün saatini seçerek o saatlerde var olan içerikleri izlemektedir. Televizyon içerikleri tüm gruplara sunulmakta, tüm yönelimleri kapsayacak bir şekilde hazırlanmaktadır. Hikâye anlatma sistemin kalbini oluşturmaktadır. Gerçek yaşamda olan yapılar, haberlerde ve belgesellerde sunulan televizyon dünyası ile benzerlik göstermektedir.
- 5- Televizyon, belki de tüm tarih boyunca üyelerini topluluk içerisinde sosyalleştiren en büyük yapıdır. Televizyon, beşikten mezara kadar süren bir deneyim sunmaktadır. Aynı hikâyeleri, aynı zamanda, tüm kuşaklara anlatan bir iletişim aracıdır.
- 6- Heterojen gruplar televizyon izleme süresince bir araya gelir, televizyon bu eylem için topluca ayrılan zamanı reklamcılara ve sponsorlara satmaktadır. Din, dil, cinsiyet gibi demografik özelliklere bakılmaksızın aynı mesajlar televizyonda sürekli yinelenir. Azınlıklar, daha geniş bir kültür çıkarı doğrultusunda sunulan kendi imgelerini görürler. Bu durum, özerk kamu kavramının ya da sınıf bilincinin çözülmesi anlamına gelmektedir.

Gerbner ve arkadaşları sosyal ve ahlaki sorunlara yönelik çözümlerin televizyon bakanlıkları tarafından geliştirildiğini belirtmiştir. Televizyon programlarında erkekler kadınlardan daha sık gösterilir, azınlıkların temsili yetersiz düzeydedir. Televizyon, herkese uyan öğütler vermektedir. Bu yönüyle eski amiral gemisi kilise yerini elektronik kilise olarak televizyona bırakmıştır (Gerbner, 1984). Televizyonun bu uyumlu yapısından kaynaklı izlenme yoğunluğu tarihsel süreçte hiç görülmemiş bir düzeye ulaşmıştır. Bu uyumluluk heterojen gruplar tarafından yoğun izlenilmeyi de beraberinde getirmektedir (Gerbner, 1981, s. 13). Bu heterojen gruplar içerisinde alt ve orta kesim, toplumun çoğunluğunu oluşturmaktadır. Televizyon ise bu çoğunluğun değerler zihniyetinin aynısıdır (Gerbner, 1981, s. 12). Televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte başlayan yeni bir süreçten söz etmek mümkündür. Bu yeni süreçte toplumun ortak imajlarını yönlendiren kültürel güçler hem merkezileşmiş hem de mekanikleşmiştir. Aile, ebeveyn, din adamı ve politikacıların toplumsal fonksiyonu bu yeni süreçte değişmiştir. Televizyonu kontrol edebilmek amacıyla siyasal ve ekonomik savaşlar yaşanmaya başlanmıştır (Gerbner, 1977a).

Kitle iletişim araçlarının denetim yapısı, kamusal bir denetim değildir. Dolayısıyla televizyonun denetimi de anayasal düzenlemeler ve yetkiler aracılığıyla kamunun kontrolünden çıkarılmıştır. Ancak burada özel bir denetimden söz etmek mümkündür: Televizyon her ne kadar yasal düzenlemeler ile denetimden muaf tutuluyor olsa da temelde endüstriyel organizasyonların düzenlendiği yasalara ve bu organizasyonlarda yaşanan gelişmelere bağımlıdır (Gerbner,1966, s. 8). *Bir başka ifade ile televizyon, ekonomik güç odaklarına, toplumu ve toplumun izleme sürelerini kitlesel olarak bu güç odaklarına pazarlayabildiği ölçüde var olmaktadır. Temelde ekonomik kazancı bu işlevine bağlıdır. Şirketlere yönelik yasal ve ekonomik yaptırımlar ya da değişiklikler; doğrudan televizyonun işleyişini de etkileyebilir.* Bu durum, denetimin kamusal olmayıp özel bir yapı tarafından oluşturulduğunu göstermektedir. Özel denetime bağlı olan kitle iletişim araçları, endüstriyel düzenin kültürel ordusu olarak işlevseldir (Gerbner,1966, s. 8). Bu işlev doğrultusunda Yetiştirme Kuramı bakımından televizyon özel bir alanda konumlanmaktadır. Televizyon öncesinde değerler ve yönelimler ev ve okulda öğrenilirken televizyonla birlikte sürekli izleme yoluyla öğrenme sağlanarak bir “yetiştirme” oluşmaktadır (Gerbner,1990, s. 254). Yetiştirme çözümlemesi, televizyon içeriklerinin sürekli tekrarlanan sabit mesaj sistemlerinin çözümlemesi ile başlamaktadır. Yetiştirme çözümlemesinde televizyon izleyicileri; görece az, orta ve çok izleyenler olarak gruplandırılmaktadır. Çok izleyen grupların sosyal gerçeklik kavramlaştırmalarının televizyonun mesajları yönünde şekillendiği düşünülmektedir. Burada televizyonun program türlerinin farklılaşmasının Yetiştirme Kuramı açısından bir fark yaratmadığı düşünülmektedir. Programların birçoğunda ortaya çıkan imgeler, portreler ve değerler televizyonu izleyenlerin seyretmekten kaçınamayacağı örüntüler şeklinde sunulmaktadır. Bu öğeler, belli program türlerine ya da içeriklerin temasına göre sunulmamaktadır. Öğeler, televizyona sistematik bir biçimde yerleştirilmiş toplu mesaj yapılarının tamamında açık bir şekilde sunulmaktadır. (Gerbner vd., 2002, s. 49-50). Söz edilen mesaj yapıları içerisinde şiddet sunumu Yetiştirme Kuramı açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle aşağıda şiddetin Gerbner’in Yetiştirme Kuramı açısından ne anlama geldiği aktarılmıştır.

2.1.4 Yetiştirme Kuramının Şiddeti Ele Alış Biçimi

Televizyon tarafından yetiştirilen bilincin özü, özel bir tutum yaratmak ve kanaat yaratmak değildir. Yetiştirme ile ortaya çıkarılmak istenen yaşamın gerçeklerine ilişkin temel varsayımların biçimlerini insanlara benimsetmektir. Televizyonun kurmaca hikâyelerinin gerçekliği televizyonun işlevsel seçici doğasını gizlemektedir. Gerbner ve arkadaşlarına göre sanayi toplumunun kendine has düzeni meşrulaştıktan sonra kültürel ordularının ana işlevi devreye girmektedir. Sözü edilen meşruiyetin sürekli yinelenmesi yerleşik iktidarın ve otorite düzeninin korunması amacına bağlıdır. Düzenin korunması, sistemin çalışmasıyla ilişkilidir. Bu noktada kitle iletişim araçları, sistemin mesajını yaymaktadır (Gerbner ve Gross, 1976). Sistemin düzenini korumanın en basit yöntemi ise şiddet ve/veya şiddet korkusu içeren mesaj yapılarıdır. Bu bakımdan Gerbner'in şiddet tanımına değinmek gereklidir: *"Fiziksel gücün, silahlı ya da silah kullanmadan, kişinin kendisine ya da başkalarına karşı kurbanın kendi rızası dışında acı verecek şekilde incitilmesi, öldürülmesi ya da olayın bir parçası olarak kurban olacak derecede tehdit edilmesi unsurlarının açık bir ifadesidir"* (Gerbner ve Gross akt. Özer, 2020, s. 77). Tehdit unsurlarının sıkça gösterilmesi endüstrinin hedefleri lehine çarpıtılmış bir gerçeklik oluşturulması noktasında kullanılmaktadır. Mesaj sistemlerinin şiddet yoğunluklu bir desenle iletilmesiyle tehlikeli bir dünya algısı bağlantılıdır. Bu bakımdan Gerbner "Dünya şiddet dünyasıdır" ifadesini kullanmıştır (Gerbner, 1992).

Şiddetin değerlendirilmesi üretim süreci bağlamından ayrı ele alındığı takdirde; şiddet gösterimi, şiddet olaylarına ilişkin söylemler, tek düze bir biçimde olaya ilişkin bir şeylere değinmekten öteye gitmemektedir. Şiddetin etkilerine ya da sonuçlarına yönelik çözüm üretiminin yapılabilmesi için medya şiddetine üretim bağlamı da eklenerek odaklanması gerekmektedir (Özer, 2010, s. 62).

Genel bir durum saptamasıyla gerçek yaşamda fiziki şiddet ile karşı karşıya gelmek oldukça seyrektir. Fiziki şiddetin sonuçları korkutucu olmaktan daha öte gözle görülür sonuçları olan bir eylemdir. Bu eylem gizli, yavaş, sinsice ve gözle görülmeyen bir şekilde dolaylı uygulanan ve genelde kişisel olmayan türdendir. Ancak sembolik dünyada (TV Dünyası) şiddet; bariz bir biçimde, göstere göstere uygulanmaktadır. Aleni bir biçimde sembolik şiddet gösterimi, gerçek şiddetin yapacağı işin çok daha ucuza yapılması anlamındadır. En temelde sembolik şiddet gösterimi, toplum üzerindeki

denetimin sağlamaştırılmasında ve sürdürülmesinde en basit ve en ucuz dramatik araçtır (Gerbner ve Gross, 1976).

Özer ve Gerasimova'nın yaptığı bir araştırmaya göre (2010), "Televizyon şiddeti, evrensel bir sorundur." Bu sonuç, Gerbner ve arkadaşlarının düşünceleri ile örtüşmektedir (Özer ve Gerasimova, 2010, s. 324-346). Şiddet gösterimi ders vermek üzerine kuruludur; kimin kime şiddet uyguladığı, şiddetin uygulayıcısının ve kurbanın demografik özellikleri, bize güç senaryosunu anlatan, en ucuz ve en hızlı aktarma aracıdır. Gerbner vd. araştırmalarında saldırgan özelliklerinin benzer olduğunu belirtmiştir. Çoğu saldırgan erkektir, beyazdır ve orta yaşlıdır (Gerbner vd., 1980, s.10-29).

Şiddet öğeleriyle doldurulmuş televizyonu çok izlemek en basit haliyle korku duygusu yaratacaktır (Morgan,1995, s. 103). Bu nedenledir ki ilk yetiştirme araştırmaları şiddet üzerine gerçeklemiştir (Özer, 2003, s. 72). Şiddet görüntüleri, özellikle kurgusal içeriklerin -dizi, film- hemen hepsinde yer almaktadır. Signorelli'ye göre her 10 programın 6'sında şiddet sahneleri vardır ve ortalama her saat başı 5 şiddet görüntüsü sunulmaktadır (Signiorelli, 2003, s. 39 Gerbner, 1996, s. 27).

Kültürel Göstergeler Projesinin savunucularına göre medya her evi işgal eden şiddet kültürünün yaratıcısı ve katkı sağlayanıdır. Şiddet, bir kamu sorunudur (Morgan, 1995, s. 110). Televizyonda şiddet sunumu, gerçek yaşam şiddetini tetikliyor mu sorusu yerine şiddet gösterimi ile ilişkili daha derin bir bakış açısı gerekmektedir. Medya şiddeti, karmaşık bir senaryo ve sosyal ilişkilerin bir göstergesi olarak düşünülmesi gereken bir konudur (Gerbner, 1996, s. 27). Televizyonda sunulan şiddet, taklit edilmekten çok izleyici ile kurban arasında bir özdeşleşme yaratmaktadır. Böylece sosyal düzeni bozmaktan ziyade statüko devamlılığı sağlanmaktadır. Şiddet, güçlünün iktidarını kanıtladığı ve koruduğu bir araç olarak kullanılmaktadır (Özer, 2003, s. 74). Medya şiddeti ideolojiktir. Kadın rolleri, azınlıkların temsili, yaşlı insanların sunumu ve meslekler gibi konulara ilişkin geleneksel düşünme biçimleri, medya şiddeti ile yetiştirilir; iktidar ilişkileri ve hiyerarşisi bu şekilde korumaya alınır (Morgan, 1995, s. 110).

Şiddet gösterimi, televizyon kanallarının ya da programlarının artmasıyla değişmiş değildir. Televizyon izleme eylemi çok düşük bir seçim şansı içinde gerçekleştirilir. Program temaları şiddet ile örülmüştür. Farklı kanallarda farklı programlar gibi görünen birçok içerik içinde benzer semboller ve mesajlar verilmektedir. Dolayısıyla şiddetten sakınmak neredeyse imkânsızdır (Gerbner, 1996, s. 29).

Programların kültürel olarak pazarlanmasının en ucuz bileşeni şiddettir. Şiddet, zihinsel uyarılmayı gerçekleştirmesi ve bu uyarılmış kitleyi reklamcılara teslim etmesi açısından da kullanışlıdır (Morgan, 1995, s. 110). Şiddetin medyada servis edilmesi, küresel çıkar grupları açısından kârlı bir iştir. Şiddetin dili yoktur, ihraç/ithal edilmesi kolaydır. Şiddet, her kültüre uygundur. Şiddetin pazarlanması; cinsellikten bile kolaydır. Cinsellik ve/veya seks belli sınırlamalar ve engeller ile karşılaşır ancak şiddet bu sorunlarla uğraşmaz (Gerbner, 1996, s. 32). Tüm bu avantajları nedeniyle şiddetin kendi ekonomisi vardır. Kapitalist sistem açısından şiddetin üretilmesi de tüketilmesi de kârlı bir süreçtir (Özer, 2017, s. 5).

Şiddet eylemi bağlamına göre kodlanmaktadır. Bu bağlamlar genelde; a) mizah ya da kurgu b) gerçek ya da ciddi şeklinde sınıflandırılmaktadır. Şiddetin her iki bağlamı da önemlidir ve göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Şiddet öğeleri ile donatılmış sürekli akış halinde olan televizyon programlarının yarattığı sembolik dünya algılamaları, otoriteye duyulan muhtaçlığın düzeyini artırmaktadır. Bir diğer ifade ile risk ve güvensizlik duygusunu yoğunlaştırmak, otorite bağlılığını artıracak, otoritenin sosyal düzeni sağlamak ya da korumak adı altında kullandığı gücü meşrulaştıracaktır (Gerbner ve Gross, 1976, s. 192).

Şiddet söz konusu olduğunda korku ve tehdidin televizyonun sembolik dünyasında büyük bir alan kapladığı Gerbner ve arkadaşlarının yaptıkları çalışmalarda görülmektedir. Toplumun istismar edilen korkuları bireysel düzlemde saldırganlığın artması gibi basit ve tekdüze bir uyarılmayla sonuçlanmamaktadır. Korkuyu besleyen şiddet gösteriminin çok daha geniş kapsamlı ve uzun dönemli sonuçları olduğu düşünülebilir. Şiddetin gösterimi, iktidarın gücünün bir yansımasıdır. Sosyal normlar ve ilişkiler, hedefler ve araçlar, kazananlar ve kaybedenler, yaşamın riskleri ve kuralların ihlali söz konusu olduğunda ödenecek bedeller, şiddet yüklü program türleri tarafından gösterilmektedir. Şiddet ve korku toplumsal kontrolün vazgeçilmez bir aracıdır. Şiddet yüklü programlar, korku algılarını yetiştiriyor olabilir. Buradan hareketle şiddeti uygulayanların ve kurbanların rol kalıplarının gösterimleri ele alınmalıdır. Çünkü mesaj sistemleri bu rolleri ezberletme öğüdünü barındırmaktadır. Televizyon özelinde en çok izlenen zaman diliminin (prime-time) programları, şiddet öğelerine oldukça sık yer vermektedir. Bu yoğunluk, dünyadaki tehlike ve tehditlere yönelik abartılı varsayımlar yetiştirebilir.

2.2 Yetiştirme Kuramının Bileşenleri

Kuram üç bileşenden oluşmaktadır. Bunlar; Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesidir. Söz konusu bileşenler aşağıda sırasıyla açıklanmıştır.

2.2.1 Kurumsal Süreç Çözümlemesi

Bu süreç Kültürel Göstergeler Projesi'nin ilk ayağını temsil etmektedir. Projenin ilk aşaması, Kurumsal Süreç Çözümlemesi olarak adlandırılır. Bu aşamada, mesajların akışını yönlendiren politikaların oluşumu araştırılmaktadır (Gerbner, 1998a, s. 179). Bu süreç yoğun medya mesajı akışını yönlendiren politikaların araştırılması için tasarlanmıştır. Doğrudan politika yöneliminden dolayı bu süreç çözümlenmesi en zahmetli olanıdır ve dolayısıyla kuramın en az gelişmiş ayağıdır (Gerbner vd., 1986, s. 22). Gerbner'ın kurumsal süreç çözümlemesi varsayımına göre medya içerikleri ve fonksiyonları, kurumsal organizasyonun çıkarlarını ve kontrol yapısını yansıtmaktadır (Gerbner, 1977).

Kitle iletişimin politik süreciyle ilgili çalışmaları azdır. Elde olan yaklaşımlar da mesaj sistemlerine bağlı bir biçimde şekillendirilmiştir. Bu yüzden bu tür yaklaşımlar kültürel göstergelerin amacına hizmet etmemektedir. Kurumsal süreç çözümlemesinin tabanı, organizasyon ve yönetim çalışmalarına dayanmaktadır. Çalışmaya konu edilen kuruma daha çok odaklanır ve daha sınırlı bir çalışma alanıdır. (Gerbner, 1970, s. 71-72). Medya yöneticileri kurumlarının, müşterilerinin ve sosyal düzenin gerektirdiği işlevleri nasıl belirlemektedir? Kurumsal denetimin sembolik çıktılar üzerindeki etkisi ne boyuttadır? Şartları değiştiren politikalar var mıdır varsa nasıl değiştirmektedir? Bu sorular kurumsal süreç çözümlemesi yapılırken göz önünde bulundurulmalıdır. Kitle medyası yalnızca endüstriyel bir gelişim aşamasını ya da sosyal ilişkilerin genel yapısını yansıtmamaktadır. Aynı zamanda belirli kurumsal ve endüstriyel güç ve baskı düzeyini de yansıtmaktadır. *Kitle iletişimi, her sosyal ağı ve hassas alanı işgal edip merkezi noktada konumlanmaktadır.* Diğer organizasyonlar, kitle iletişiminin dikkatini ve korumasını talep etmektedir. Bununla birlikte kitle iletişimini yönlendiren kanunlar, kodlar ve kurum politikaları bulunmaktadır. Her ticari kuruluşta olduğu gibi sermayeyi ve tesisleri sağlayan patronların sistematik güç kullanımı için güç merkezleriyle ilişkileri vardır (Gerbner, 1977, s. 200).

Medya patronları, ekonomik-politik kazanımlara karşılık medya operasyonlarını yönlendirebilir. Medya patronlarının prensipleri ve ilişkileri toplumun güç yönetiminde medya yönetiminin rolünü belirlemektedir (Gerbner, 1972a, s. 391). Bu ilişkileri ve işleyişi sürdürmek adına rolleri tanımlayan güç kaynağı öneren ve medyanın ne ilettiğini çözümleyebilen, tasarlanmış bir şemadan söz etmek mümkündür. Gücün uygulanması ise kitle iletişimin mesaj sistemlerini şekillendiren bu şema ile ilişkilidir (Gerbner, 1977, s. 200). Kitlelere yönelik mesajların üretildiği medyalarda tüm üretimler ve ürünler yönetilmektedir. Halka ulaştırılması gereken mesajlar, belirli bir tercih ve baskı sonucunda seçilmektedir. Bu seçimleri etkileyen dokuz farklı güç odağından söz etmek mümkündür: otoriteler, patronlar, yöneticiler, yardımcıları, meslektaşlar, rakipler, uzmanlar, örgütler ve kamular (Gerbner vd. 1973, Gerbner, 1977).

Otoriteler: Otoriteler yasaların oluşmasını sağlamaktadır. İletişimcilerden talepte bulunma ve onlara yaptırım uygulama gücüne sahiptir. Bu tür yetkilere yasama, yürütme ve yargı organları, düzenleyici komisyonlar, kamu yöneticileri, polis ve ordu sahiptir. Otoriteler, patronların haklarını normal karşılar ve patronların yapamayacağı cezai eylemleri uygulayabilirler. Otoritelerin yetkileri bazen iletişimcilerin desteğine de bağlı olabilir. *Düzenlenmiş olanların (iletişimcilerin) düzenleyicileri (otoriteleri) düzenlediği-yönlendirdiği- bilinmektedir (söylenilebilir).*

Patronlar: Patronlar ekonomik, politik ya da kültürel çıkarlar karşılığında medya operasyonlarına yatırım yapan ya da medyaya para yardımı yapan kişilerdir. Patronlar, medyanın isteyerek himayesi altına girdiği ve yarar sağladığı müşterileridir. Medya patronları bankalar, reklamcılar, diğer kurumsal/sivil kuruluşlar, dini/askeri kurumlar ve hükümetler olabilir. Patronların temel prensipleri ve müşteri ilişkileri toplumun güç düzeninde medya yönetiminin rolünü belirler. Müşteriler ile olan ilişki aynı zamanda kurumun çoğu konu ve soruna yaklaşımını belirler ve iletişimcilerin karar verme ortamına nüfuz eder.

Yönetim: Yönetim, örgüt organizasyonundaki emir komuta zincirini oluşturan yöneticilerden oluşur. Bu yöneticiler personeli meşgul ve kontrol ederler. Patronlarının şartlarını iyileştirmek ve diğer güç odaklarının desteğini almak amaçlı politikaların formüle edilmesini sağlarlar ve bu politikaları uygulayıp denetlerler. Yönetimin başlıca işlevleri; (a) müşteri ilişkilerini geliştirmek ve (b) halkla ilişkiler yürütmektir. Yönetimin bakış açısına göre kurum bu iki işlevi yerine getiren mesajlar üretmelidir.

Yardımcılar: Yardımcılar, yönetimin görevlerini yerine getirebilmesi için gerekli olan hizmetleri tedarik ederler. Yardımcılar; organizasyonları, ağıları ve şubeleri, hammadde tedarikçilerini, yetenek, sanatsal özellikleri ve lojistik hizmetleri, toptan ve perakende satış noktalarını, üretim ve ticaret ilişkilerini, telif hakları vb. diğer tüm mülkiyet haklarını düzenler ve dağıtırlar.

Meslektaşlar: Meslektaşlar; statüleri, yönleri, standartları ve dayanışmaları ve bunlara ilişkin mesajların ortaya çıkması ve seçimi üzerinde baskı oluşturabilen iletişimcilerdir.

Rakipler; Rakipler, aynı kaynaklar üzerinde talepleri olan ve aynı yeteneklere sahip olması nedeniyle yeniliğe ve taklitçiliğe yönlendiren diğer profesyoneller ve medyadır. Patronların ve müşterilerin ilişkisini sürdürebilmek için tetikte olmaya zorlama yetenekleri vardır.

Uzmanlar; Uzmanlar, iletişim için gerekli olan kişisel hizmeti verebilecek; bilgiye ve kritik yeteneklere sahip (ya da değil); editörler, yazarlar, araştırmacılar, konu uzmanları, danışmanlar ve diğer kişilerdir.

Örgütler; Örgütler, resmi olarak yapılandırılmış dikkat, koruma ve servis talep edilecek diğer kuruluşlardır. Bu örgütler politik, sivil, dini ya da profesyonel olabilmektedir. Kamusal görünürlük sanal bir gerekliliktir. Kamudan destek alabilmek için yoğun bir rekabet vardır. Halkla ilişkiler için medyaya yapılan büyük yatırımlar medyanın içeriği üzerinde bir baskı oluşturur. Medya ücretsiz olarak ulaşılabilir olan (kendine hizmet eden) örgütsel kaynakları paylaşmak zorunda kalmaktadır. Bu durum medyayı diğer örgütlere bağımlı bir hale getirmektedir.

Kamular; Kamular, mesajlar aracılığıyla yaratılan ve yetiştirilen, medya gruplarının son ürünleridir. Çok az ortak özelliği olan insan topluluklarıdır. Ancak paylaştıkları semboller, farklılıklarına ve perspektif çeşitliliğine karşın bir anlam cemaati oluşturmaktadır. Yönetimin halkla ilişkiler görevi cemaat duygusunu ve müdavimliği patronları ve kurumları açısından maddi bir değer haline getirmektir.

Tablo 2.2. *Medyada Temel Güç Odakları, Kullandıkları Baskı Türleri ve Kitlesele Olarak Üretilmiş Mesaj Sistemlerini Biçimlendirmek İçin Kullanılan Temel İşlevler*
(Gerbner akt. Batmaz, 2014, s. 264). (Batmaz'ın belirttiğı şekli ile ifade edilen tablo, orijinal metni Türkçeye uygun bir biçimde aktarması ve anlaşılabilir olması dolayısıyla kullanılmıştır)

Güç Odakları	Baskı Türleri	Temel İşlevleri
1. OTORİTELER: Yasal olarak bağlayıcı kararlar alırlar.	Politik ve askeri	Arabuluculuk, regülasyon, gücü meşrulaştırma, hizmet talebi
2. PATRONLAR: Yatırım veya sübvansiyon yaparlar	Kaynakları kontrol ederler	Sermaye yatırım koşullarının belirlenmesi, nakit akışı
3. YÖNETİM:	Personel üzerinde kontrol	Medya politikaları ve halkla ilişkileri düzenlemek ve yönetmek
4. TEDARİKÇİLER: Kaynak bulma ve destek	Uzmanlaşmış hizmet kaynaklarına erişim	Mal ve hizmet temini
5. MESLEKTAŞLAR:	Dayanışma	Kuruma destek ve standart temini
6. RAKİPLER:	Kıt kaynaklar üzerinde talep	İhtiyat ve standart oluşturma
7. UZMANLAR: Yetenekler, teknisyenler, eleştirmenler, konu uzmanları; fikir üretirler	Beceri, bilgi, popülerite, prestij; fikir üretirler	Kişisel performans sunarlar, teknik destek sağlarlar, yaratıcı katkı verirler
8. ÖRGÜTLER:	Temsil, boykot, otoritelerle ilişki, otoriterleri cezbetme ile baskı unsuru kullanma	Lehte kapsanma, dikkat ve ilgi ister
9. KAMULAR: Medya tarafından yaratılmış ya da yetiştirilmiş veya her iki şekilde de biçimlendirilmiş gruplar	Kişisel patronaj	Mesajlara ilgi gösterirler; reklamları yapılan ürünleri satın alırlar

Bu güç odakları birbirinden farklı görünseler de aslında birbirleriyle örtüşmektedir. Buna bağlı olarak gücün tek merkezde birleşmesine ve egemen bir konum kazanmasına yardımcı olmaktadır. Kurumsal süreç çözümlemesi ile medyanın yapısının ve ürünlerinin bu odaklar karşısında nasıl şekillendiği, bu ürünlerin medyada ne sıklıkta ne kadar süre ile yer alacağına karar verildiği süreç anlaşılmalı çalışılır. Bu çözümleme sonrasında elde edilen bulgularla, mesaj sistem çözümlemesi ve yetiştirme çözümlemesinin çıktıları birleştirilerek, daha kapsamlı sonuçlar ve çıkarımlar elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Gerbner ve arkadaşları ABD’de kurumsal süreç çözümlemesine dönük herhangi bir araştırma yapmamışlardır. Bu konuda Ben H. Bagdikian (2000) ve Farrel Corcoran (1984) çalışmalarına atıfta bulunmuşlardır. Buna karşılık Türkiye’de Ömer Özer (2003) yaptığı doktora tezinde kurumsal sürece dönük altı araştırma tamamlamıştır.

2.2.2 Mesaj Sistem Çözümlemesi

Mesaj sistemlerinin çözümü, iletişimin insan yaşamındaki rolüyle ilişkilidir. İletişim, mesajlar yoluyla etkileşimdir. Mesajlar diğer şeyleri (*veya olayların yönlerini*) insan kültürüne özgü son derece çeşitli ve yaratıcı şekillerde ifade eden özel etkinliklerdir. Semboller aracılığıyla etkileşim türümüzün insanlaşma sürecidir. Bu süreç, davranışın kendine özgü insani anlamını aldığı sembolik ortamı yaratır. Aynı zamanda insanın varoluşunun gerçekleri, potansiyelleri, öncelikleri, değer yargıları ve bunları içeren semboller ve hayal gücü arasındaki çağrışımın boyutu semboller aracılığıyla gelişir. Kitlesele üretilen mesaj sistemlerinin geliştirdiği ortak bilinç mesaj sisteminin boyutlarından kaynaklanmaktadır. Bu boyutlar varoluş, öncelikler, değerler ve ilişkiler olarak tanımlanmaktadır. Bu boyutlar aynı zamanda mesaj aracılı varsayımlardır. Bu boyutlara ilişkin bilgiler Tablo 2.3’te yer almaktadır (Gerbner, 1970, s. 72).

Tablo 2.3. *Mesaj Sistem Çözümlemesinde Boyutlar, Sorular, Terimler ve Ölçümler (Gerbner Akt. Batmaz, 2014, s. 269).*

Boyutlar	Varoluş	Öncelikler	Değerler	İlişkiler
Varsayımlar	Ne?	Ne kadar önemli	Ne doğru ve ne yanlış ne iyi veya kötü vs.?	Ne, ne ile ilişkili ve nasıl?
Sorular	Elde kamu dikkatine sunulan ne var? Ne kadar ve ne sıklıkta?	Hangi bağlamda veya hangi sırada ve önemde?	Hangi yolla, görüş açısı ile ve hangi ilişkili yargılarla?	Hangi yakınsallık, mantıksallık veya nedensel yapı ile?
Çözümleme terimleri ve Ölçümleri	Dikkat Görünürlük oran, karmaşıklık, sapma ve çeşitlilik	Vurgu Şöhret, merkezilik ve yoğunluk vurgulaması için sıralama, rütbeleme, ölçekleme	Eğilim Kritik nokta ve farklılaşma eğiliminin sayısal değerleri, özellikleri	Yapı Korelasyon, kümeleme; hareket yapısı ölçümleri

“Varoluşla ilgili varsayımların boyutu Ne/Nedir?” sorusu ile ilgilidir. Genel mesaj sistemlerinde neyin mevcut olduğu ise hangi oranlarda ve ne sıklıkta neye atıfta bulunduğu ile ilişkilidir. Bu mesajların varoluşu halkın dikkatinin kapsamını tanımlamaktadır. Dikkat ölçüsü bize temsil edilen öğelerin, konuların ve temaların mevcudiyetini, yaygınlığını, oranını, karmaşıklığını ve değişken dağılımlarını sunmaktadır. Önceliklerle ilişkili varsayımların boyutu ise “Ne Kadar Önemli?” sorusu ile ilgilidir. Bir anlamda bu soruyla vurgu ölçümüne yönlendirilmektedir. Görece önemin bağlamını, önem sırasını veya derecelerini incelemek için vurgu ölçümü kullanılmaktadır. Dikkat ve vurgu ölçümü aynı zamanda bir mesaj sistemindeki dikkati yönlendirmek için birleştirebilir. Bu iki ölçüm birleştirilerek mesaj sistemlerine ne kadar dikkat sarf ediliyor o ölçülebilir. Değerlerle ilişkili boyut doğru/yanlış, iyi/kötü ve diğer ilişkili nitelikler hakkındaki varsayımları araştırır. Nesnelerin sunulduğu bakış açısı, farklı referans ve vurgu öğelerine eklenen özellikler veya çağrışımlar hakkında sorular sormaktadır. Mesajlarda gözlemlenen değer yargılarının yönünü ve yoğunluğunu değerlendirmek için eğilim ölçümleri kullanılmaktadır. İlişki boyutunun varsayımı bütün diğer boyutlar ve ölçümler arasındaki daha karmaşık ilişkilere odaklanmaktadır. Ölçümlerin kümelenmesinin ardından varoluş, öncelikler ve değerler hakkındaki varsayımların temel yapısını aydınlatmaktadır (Gerbner, 1970, s. 72-73).

Mesaj sistem çözümlemesinde amaç, gizli olanı, saklanana bulmak değildir. Amaç hazır bir şekilde, açıkça görünür olanı ve sosyalleşme işlevi barındıran sembollerin çözümlemesini gerçekleştirmektir. Bu semboller, ortak kültürel çevremize doğrudan

medya tarafından dağıtılmış ve kitlelere yönelik popüler ürünlerin temsili şeklinde üretilmiş malzemelerdir. Mesaj sisteminin sembolleri -öğretileri- o an topluma ne uygunsa ne rağbet görüyorsa onun taşıyıcısı rolündedir. Ayrıca “Neler doğal olarak kabul edilmektedir?”, “Nelerin sonuçları tahmin edilmektedir?”, “Hangi çelişkiler ve sorunlar yaşanmaktadır?” ve “Nasıl çözümler üretilmelidir?” sorularının yanıtı bu semboller yoluyla sunulmaktadır. Semboller belirli sayıda tahmin edilebilir bir yapıdadır. Toplam mesaj içeriklerinde sorunlar, güç ilişkileri, çözüm yetenekleri özellikle eğlence sırasında gelişigüzel bir biçimde doğal olarak sunulmaktadır. Tüm bu nedenler dolayımı ile mesaj sistem çözümlemesinde, parça parça olgular ve olaylara yoğunlaşmak yerine sistemin bütününe odaklanmak gereklidir (Batmaz, 2014, s. 266-268).

Mesaj sistem çözümlemesi, heterojen topluluklar için üretilen mesajların kitlesel üretimindeki kurumsal davranışları anlamayı sağlamaktadır. Güvenilir bir çözümleme çoklu kodlama ve eğitilmiş çözümlemecilerle yapılmalıdır. Çözümleme gelişigüzel bir gözlemcinin algılaması ve izlenimlerinden çok daha farklı bir biçimde gerçekleştirilmelidir. Ayrıca açıkça belli olan sembollerin, rollerin ve ortak terimlerin belirlenerek yapılma zorunluluğu vardır. Güvenilir bir biçimde yapılmış mesaj sistemi çözümlemesinde elde edilecek sonuçlar bireylerin ne yaptığını değil, ortak olarak ne yapıldığını, topluca ne düşünüldüğünü gösterebilme özelliğini barındırmaktadır. Mesajların yapısına odaklı yürütülen bu ikinci süreçte “ekonomik güç-iktidar sahiplerinin mesajlar üzerindeki etkinlikleri göz önüne çıkarılmaya çalışılmaktadır. Mesajın içeriği, neleri ön plana çıkardığı ya da neleri görmezden geldiği, ortak düşünce haline getirilenin ne ya da neler olduğu mesaj sistem çözümlemesinde ele alınmaktadır (Shanahan ve Morgan, 1999, s. 16). Bu anlamda özellikle televizyonun en çok seyredildiği saatlerde (prime-time) yinelenen, sabit olan mesajlar ve imgeler saptanmaktadır. Buradan elde edilen bulgular doğrultusunda ideolojik olarak nasıl ve ne tür bir yetiştirme yapılacağı üzerinde durulur ve bu durumu yansıtan sorular yetiştirme çözümlemesi için hazırlanmaktadır (Özer, 2007, s. 101).

Mesaj sistem çözümlemesi yetiştirme çözümlemesinin temelini oluşturur ve yapılacak çözümlemeye kaynaklık eder. Başka bir ifadeyle büyük kamuoyları tarafından ancak açık, baskın ve ortak içerik kalıpları ve bunların varsayımları anlamlandırılır ve tanımlanır. Mesaj sistem çözümlemesi bu anlam kalıplarını ve tanımlarını kaydeder ve yetiştirme çözümlemesinin temelini oluşturur (Gerbner vd., 1986, s. 25). Gerçek dünya

ile televizyon dünyası arasındaki farklılıklar mesaj sistem çözümlemesinin sistemli ve doğru bir şekilde yapılmasıyla elde edilmektedir.

2.2.3 Yetiştirme Çözümlemesi

Yetiştirme Çözümlemesi, mesaj sistem çözümlemesinden elde edilen veriler ışığında hazırlanan anket sorularının yorumlanması ile gerçekleştirilir. Televizyonu çok izleyen kişilerin, anket sorularına televizyon dünyasının potansiyel derslerini yansıtacak şekilde yanıt verip vermedikleri belirlenmeye çalışılır. Eğer televizyonu çok izleyen kişilerin verdikleri yanıtlar, az izleyen kişilere kıyasla televizyon dünyasını yansıtıyorsa (buna “televizyon yanıtı” denilmektedir) “yetiştirme vardır” denir (Gerbner, vd., 1982, s. 103). Televizyon ile ne kadar uzun yaşarsak televizyon o kadar görünmez olur. Televizyona ya da diğer bir ifade ile kitle iletişim araçlarına maruz kalmadan yaşayan insan neredeyse kalmamıştır denilebilir. Bu araçlar evlerimizdeki bir mobilya çeşidi, bir aile üyesi, bir hikâye anlatıcısı olarak giderek daha fazla hafife alınmaktadır. Kitle iletişim araçlarının ortamda bulunmaları doğallaştırılmış durumdadır. Kitle iletişim araçlarına maruz kalmadan büyümenin nasıl bir şey olduğunu anlatmak gün geçtikçe daha zor hâle gelmektedir. Tarihin hiçbir döneminde günümüzde olduğu kadar görüntü (imaj) ve mesaj paylaşılmamıştır. Kitle iletişim araçları da bu görüntü ve mesajların kaynağı konumundadır (Gerbner vd. 1986, s. 17). Yetiştirme çözümlemesi, kitle iletişim araçlarının en çok yinelenen, ideolojik mesajları ve imgeleri ile sosyal gerçeklik kavramlaştırması arasındaki ilişkiyi ele almaktadır (Morgan ve Shanahan 1997, s. 1).

Yetiştirme Çözümlemesi, televizyonun uzun dönemli ve yavaş değiştirme rolünü anlamaya çalışır. Bununla birlikte birkaç belli program izlemenin, izleyicinin düşünce ve tutumlarında nasıl “değişiklik” yarattığıyla ilgilenmemektedir (Özer, 2003, s. 41). Geniş insan toplulukları ayırt edici özelliklerini bir kültürden ziyade, bir kültürde büyüme, öğrenme ve yaşama sürecinde kazanır. Bireyler kişisel imajlarını, zevklerini ve tercihlerini yetiştirmek (kültive etmek) için kendi malzeme seçimlerini yaparlar ve çocukları tarafından seçilenleri etkilemeye çalışırlar. Ancak mevcut olmayan bir şey kültive edilemez. Nadiren mevcut olan, nadiren vurgulanan ve nadiren sunulan şeylerin seçimi pek mümkün değildir. Bir kültür yalnızca uygun olan kalıpları değil aynı zamanda yabancı olan, imajlarında asilik olarak tanımlanan durumları-özellikleri- da kültive eder (Gerbner, 1977, s. 204).

Mesaj sistemlerinin sembolik yapıları belli bazı önermeleri (dünya, insanlar, yaşamın kuralları hakkında) kültüre edebilirler. Bu önermeler açık bir biçimde sunulduğu değildir. Bu nedenle yetiştirme çözümlemesinde uygulanan temel teknik yaklaşımlar, projektif teknikler, derinlemesine görüşme ve dönemsel olarak uygulanan anketlerdir. Projektif teknikler; katılımcıların doğrudan ifade edemeyeceği veya farkında olmadıkları görüş, tutum ve beklentilerini ortaya çıkarmak için dolaylı durumlar yapılandırır. Derinlemesine görüşme tekniklerine görüş, beklenti ve değerleri yalıtma veya vurgulamak, bunları demografik özellikler, diğer karakteristikler ya da medya tüketme alışkanlıkları ile karşılaştırma yapmak amacıyla başvurulur. Bu iki yöntemden elde edilen sorular dönemsel ve sürekli olarak ulusal çapta yetişkin ve çocuk örneklemelere tarama yapmak için anket şeklinde düzenlenir (Batmaz, 2014, s. 276-278).

Kültürün mesaj sistemleri yalnızca bilgi vermekle kalmaz aynı zamanda ortak semboller oluşturur. Eğlendirmekle kalmaz kamuoyu oluşturur, bir dizi tutumu, zevkleri ve tercihleri yalnızca tatmin etmez aynı zamanda onları şekillendirir. Seçim, yorum ve imaj oluşturma süreçlerinin sınırları ve genel kalıpları kültürün mesaj sistemleri tarafından belirlenir. Yetiştirme çözümlemesi kurumların çalışmalarının ve ürettikleri mesaj sistemlerinin iç yüzünü anlama ile başlar ve bu sistemlerin sembolik işleyişlerin toplumsal yaşam ve dünya hakkındaki varsayımların geliştirilmesine yaptıkları katkıları araştırma ile devam eder (Gerbner, 1977, s. 204).

2.3 Yetiştirme Kuramı Bakımından Öne Çıkan Kavramlar

Bu başlık altında da Anaakımlaştırma, Tehlikeli Dünya Sendromu, Mutlu Şiddet, Rezonans ve Birinci ve İkinci Düzey Ölçütleri kavramına ilişkin sunum gerçekleştirilmiştir.

2.3.1 Anaakımlaştırma

En genel bakışla anaakımlaştırma, değerlerin görece ortaklaşması olarak düşünülebilir. Anaakım, en geniş anlam ve varsayımları temsil etmektedir. Anaakımlaştırma, televizyon dışındaki diğer etmenler yoluyla oluşturulan farklı perspektiflerin ve davranışların yok edilmesi, emilmesidir. Bu durumu, televizyonu çok izleyenlerin demografik özelliklerine bakmaksızın, düşünsel ve edimsel farklılıkların en az seviyede olması şeklinde düşünebiliriz. Aynı kültürel, sosyal ve politik

karakteristiklere sahip olan gruplar içerisinde yer alan ve televizyonu az izleyenlerin dünya görüşleri, en çok televizyon izleyenlerinin çığlığı içerisinde kaybolmaktadır (Gerbner vd., 2002, s. 51)

Anaakımlaştırma kavramı Gerbner'in çalışmalarında mainstreaming olarak geçmektedir. Batmaz'a göre Gerbner, mainstreaming kavramındaki "stream" ile kültür ve toplumu bir nehir olarak nitelemektedir. Bu nehrin en gürültülü ve debili akışına kapılmak, televizyonu çok izlemekle gerçekleşmektedir. Televizyonun temel işlevi bu akımı yaratmak ve insanların bu akıma kapılmasını sağlamaktır (Batmaz, 2014, s. 294)

Anaakımlaşma bağlamında *bulanıklaştırma*, *harmanlama* ve *bükme* kavramları önemlidir. Televizyonu çok seyredenler farklı düşünce kalıplarının ya da medya öğretilerinin politik, sosyal ve kültürel yetiştirmelerini bulanıklaştırmaktadır. Bu farklılıklar, anaakım düşünceler kapsamında emilir bu harmanlama sürecidir. Bükme ise çok televizyon izleyenlerin kendilerini "orta" noktada tanımlamasına karşın, genelde muhafazakr ve liberal konumda tanımlanması ikiliği anlamına gelmektedir (Gerbner, 1981, s. 15). Kısacası, televizyon politik farklılaşmaları bulanıklaştırırken, bu farklılıkları televizyonun geniş anaakımı içinde harmanlamaktadır. Toplumsal tabakanın eğilimleri, kurumsal çıkarlar doğrultusunda bükülmektedir (Gerbner, 1987, s. 4).

Televizyon, hiyerarşik bir biçimde örgütlenmektedir. Televizyonun sosyal hiyerarşisi diğer öznelerin (aile, eğitim, din) koyduğu hiyerarşiden kolaylıkla ayırt edilememektedir. Televizyon, standartlaştırırken, bu standartlaşmayı akış içerisinde genişletme kabiliyetine sahiptir. Gerbner ve Gross'a göre televizyonun yarattığı gerçeklik algılamaları ve kurgulanmış sosyal yapı çeşidi, benzer ya da farklı yönelimleri olan tüm alt gruplara ve sınıflara gönderilmektedir (Gerbner ve Gross, 1976, s. 173-176). Bu bilgiler doğrultusunda yetiştirme kuramına göre; anaakımlaştırma ile çok az ortak noktası olan heterojen toplum içinde, ortak enformasyon, imge ve örnekler televizyon aracılığıyla yetiştirilmektedir (Gerbner, 1972a, s. 386).

Televizyonun belirttiğimiz işlevlerinin en kolay biçimde yerine getirildiği program türü ise genellikle şiddet ögelerinin kullanıldığı programlardır. Bu nedenle Gerbner'in şiddet kavramı ile ilişkili düşüncelerine bakmakta yarar vardır.

2.3.2 Tehlikeli Dünya Sendromu

Yetiştirme çözümlemesi televizyonla büyümenin ve yaşamının toplam sonuçlarıyla ilişkilidir. Medya içeriklerinde sürekli tekrar eden ve baskın olan olay ve olgular ortaya konularak ele alınan medya dünyasının ideolojileri çözümlenmektedir. Tehlikeli dünya sendromunu anlayabilmek için yetiştirme kuramı bakımından izleyici (kullanıcı) sınıflandırılmasının nasıl olduğunu anlamak gerekmektedir. Kuram izleyiciyi çok izleyenler (heavy viewers) ve az izleyenler (light viewers) olarak ayırmaktadır. Bu iki grubun dünya algılamaları üzerindeki farklılıkları yetiştirme rolünü anlamak açısından önemlidir. (Shanahan ve Morgan, 1999).

Televizyonun kurgulanmış dünyası gerçek ve yalanın, çarpıtmaların ve doğruların iç içe sunulduğu bir karmaşık düzen içerisinde. Televizyon gerçek dünya değildir, çocukluğumuzdan beri öğretilen imgelerin bir uzantısıdır (Gerbner ve Gross, 1976). Televizyon birçok farklı faktöre ek olarak kötü ve tehlikeli bir dünyada yaşandığına ilişkin bağımsız öğretiler vermektedir. Bu öğretiler saldırganlıktan, duyarsızlaşmaya, kırılmalardan bağımlılık duygusuna birden fazla duyguyu barındırabilir. Özellikle televizyon öğretilerine sık maruz kalan çok izleyiciler, çevresinin güvensiz olduğuna inanmaktadır. Bu izleyiciler komşularının güvenilmez olduğunu, suçun çok yoğun bir şekilde yaşandığını ve sürekli arttığını açıkça ifade etmektedir. Öyle ki çok izleyici grubundaki kişilerin kendilerini korumak adına silah satın alma eğilimi daha fazladır. Özellikle kendi grup üyelerinin diğer gruplara göre daha yüksek bir risk altında olduğunu düşünen çok seyredenler daha büyük bir endişe, yabancılaşma ve güvensizlik duygusu geliştirmektedir (Gerbner, Morgan ve Signorelli, 1999, s. 351-352).

Televizyon dünyasının eylem yapısı ve karakterlerin ele alınıp kurgulanma biçimleri; demografi ve coğrafya hakkında bilgiler vermektedir. Televizyon görüntüleri izleyiciyi belli konulara ve politikalara odaklar (Gerbner vd. 1986, s. 1-2).

Gerbner vd. ABD’de yaptıkları 1986 çalışmasının sonuçlarına göre; televizyonun yoğun ve topluca izlendiği “aile saatlerinde” yayınlanan programlar geç saatte yayınlanan programlara göre daha çok şiddet içermektedir. Şiddet görüntüleri hafta sonları yayınlanan çocuk programlarında rekor seviyelere ulaşmaktadır. Özellikle çizgi filmlerdeki kaza ve şiddet görüntülerinin oranı prime-time programlarına göre 3 kat artmaktadır. Televizyon diğer medyalara göre seçici bir izleme aracı değildir. Bu nedenle televizyonun yaygın mesajları çocukların içinde doğduğu sembolik çevreyi

şekillendirmekte ve kaçınmanın pek mümkün olmadığı bu hayal dünyası, ortak yaşamın ve toplum kavramlarının şekillenmesine ve sürdürülmesine yardım etmektedir. Televizyonun bu rollerinin ve sembolik gerçekliğinin algılanması tehlikeli dünya sendromunun anlaşılabilmesi açısından önemlidir (Gerbner vd. 1986, s. 6-9). Şiddet içeriklerine maruz kalmanın artması bazı durumlarda izleyicileri kışkırtmakta, bazı durumlarda ise duyarsızlaştırmaktadır. Televizyonun dünyası izleyiciler için tehlike, güvensizlik ve bağımlılık duygusunu geliştirme eğilimindedir.

Morgan’a göre Gerbner’in tehlikeli dünya sendromunu anlamak için tek tek televizyon programlarını, filmleri ya da video oyunlarını çözümlemek yeterli değildir. Burada önemli olan medya bağlamının tamamıdır. Farklı bir dünya görüşü veya algısı yaratmanın, güçlendirmenin yolu hikâyenin ve programın nasıl ilişkilendirildiğiyle ilişkilidir. Tehlikeli dünya sendromunun anlaşılması için televizyona göz atmak gerekmektedir. Ona göre bir kumanda ile küçük bir kanal gezintisi yaparak her kanal değiştiğinde en tuhaf, şiddetli ve korkutucu olan şeyleri görmek mümkündür. Bu şekilde anlaşılacaktır ki normal yaşamımızda şok edici olan şeyler medya dünyasında normal ve sıradan bir şekilde yer almaktadır. Medya, dünyanın sürekli bir tehlike ve tehdit yeri olduğu duygusunu pekiştirmektedir. Raporlara göre suç oranı azalmasına karşın silahlanma artmaktadır; suç azalsa bile korku bazı nedenlerden dolayı azalmamaktadır. Morgan’a göre azınlıkların ve olayların sunuluş biçimi ve çerçevesi de çok izleyici gruplarının gerçeklik algılarının televizyon dünyasının gerçekleriyle paralel olmasının sebeplerindendir (Morgan, 2010).

Tehlikeli dünya sendromu özetle televizyonu çok izleyenlerin az izleyenlere kıyasla dünyanın daha tehlikeli bir yer olduğuna inandığı gözlemine verilen isimdir. Şiddet gösteriminin çokluğu; ulusların benliklerini ve kültürlerini aşan ve pazarlanmasının kolay olması özelliği ile ilişkilidir. Birçok insanın yaşamında şiddet olayı ile karşılaşması oldukça nadir bir durumdur. Buna karşın “televizyonu uzun süre ve yoğun bir biçimde izleyen insanların gerçeklik algılamaları televizyonda sunulan gerçeklik (tehlikeli dünya sendromu) yönünde bir dönüşüm yaşamaktadır” düşüncesi yetiştirme kuramının genel fikirlerinden birisidir. Bu nedenle televizyonun dünya algılamalarında tehdit ve tehlikeye yönelik tutumlar üzerindeki rolünü anlayabilmek açısından uzun vadeli incelenmesi gerekmektedir.

Televizyonun bu rolüne yeni medya ortamlarında da rastlamak mümkün olabilir. Birden fazla medya ortamının gerçekliğine maruz kalan kullanıcıların gerçekliklerinin

dijital dünya ve sosyal medyanın gerçekliği ile örtüşüp örtüşmediğinin uzun vadeli gözlemi yapılabilir. Kullanıcıların sürekli akan, haber ve enformasyon akışı karşısında dünyanın tehlikeleri konusunda düşüncelerinde nasıl bir değişim meydana geldiği ortaya konulmalıdır. Dijital ortamda akan görüntülerin çarpıcılığı ve korkutuculuğu, başlık seçimleri, şiddet görüntülerinin sansürsüz bir biçimde sunulması ve tüm bunların mekândan ve zamandan bağımsız olarak sürekli yeniden dolaşım imkânı bulması mümkündür. Bu nedenledir ki yeni medya ortamının tehlikeli dünya sendromu yaratma konusundaki uzun süreli rolü ele alınması gereken başlıklardan birisidir.

2.3.3 Mutlu Şiddet

Gerbner, şiddetin ulusal anlamda yayınlanan hemen hemen tüm içerik türlerinde var olduğunu belirtmiştir. Film, dizi, haber hatta çizgi filmler bile şiddet sunumu yapmaktadır. Hatta yapılan bazı çalışmalarda çizgi filmlerde sunulan şiddetin diğer türlerden çok daha fazla olduğu saptanmıştır. Burada şiddetin karakterizasyon ve kaderle olan ilintisinden söz etmek mümkün olabilir. Mutlu şiddet, George Gerbner tarafından olumlu veya çekici bir ışık altında betimlenen şiddeti tanımlamak için kullanılan bir terimdir.

Temel olarak iyiler mutlu, kötüler ise her ne olursa olsun son noktada mutsuzdur ya da mutsuz olacaktır. Şiddeti hem iyiler hem kötüler uygular ancak iyilerin uyguladığı şiddet daha asildir. İyiler daha az zarar verir, daha az öldürür. İyiler şiddetten daha fazla zarar görseler dahi özellikle iyi kahramanlar ölmezler. Katillerin neredeyse yarısı hikâyenin sonunda mutluluğa ulaşan iyi adamlardır. İyiler ve erdemli olanlar daha fazla acı çekmişse ve mutlu olmak istiyorsa daha kararlı olmak zorundadırlar. Şiddeti uygulayan iyiler buna karşın çekici olarak tanımlanmaktadırlar. Eğer kötüler (mutlu olmayanlar) şiddeti uygulayan durumunda olurlarsa iticidirler. Şiddeti uygulayan iyi kahramanlar mutludur ve haklı gerekçeler ile şiddet uygulayan, sonunda kazanan mantıklı hareket edenlerdir, şiddet uygulayan kötü karakterler de en az iyi karakterler kadar mantıklı betimlenmektedir. Bu bakımdan toplam sonuçta şiddeti uygulayanlar diğerlerine göre daha mantıklı olarak gösterilmektedirler. Soğukkanlılık ve mantıklı davranmak şiddetten yanadır. Ancak diğerleri daha duygusal ve içgüdüselidir. Sonunda mutluluğu elde ettiren şiddet hareketi daha verimlilikle ilgilidir. Eğer üstün bir verimlilikten söz etmek gerekirse etkililik ve soğukkanlı mantık mutlu şiddet kahramanını yaratan rakipsiz

bir kombinasyondur (Gerbner, 1970, s. 77-80). Mutlu şiddet üzlemek için değil mutlu bir sona götürmek için tasarlanmıştır. Mutlu şiddet ile izleyiciyi reklam verenin (gücün) mesajını algılayabilecek bir ruh haline getirmek amaçlanmaktadır. Şiddetin komik ya da mutlu görünmesini sağlamak öğretilerini değiştirmez (Gerbner vd. 1993, s. 8-9).

İnsanlar televizyon içeriklerini ayrı ayrı programlar olarak düşünmektedir ancak televizyon bir mitolojidir. Birbiriyle ilintili her program içeriğinde her gün tekrarlanan temalar gerçeklik kavramlarını geliştirme rolüne sahiptir. Medyadaki şiddet çarpıtılmış bir gerçeklik kavrayışına neden olan alanlardan yalnızca birisidir. Gerbner'e göre sunulan şiddetin çoğunluğu "mutlu şiddet" olarak tanımlanan cinstendir. O şiddet hızlıdır, heyecan vericidir, etkilidir, acısızdır ve her zaman mutlu sonla bitmektedir. Bunun en temel nedeni izleyiciyi bir sonraki reklamın alıcısı olan ruh haline getirme isteğidir (Gerbner, 1994).

2.3.4 Rezonans

Yetiştirme kuramında kullanıcılar üzerindeki medya rolünü algılamak ve ortaya koymaya yardımcı bir kavram olarak Gerbner vd. tarafından 1980'lerde ortaya konan rezonans kavramı; kısaca izleyicilerin yaşamdan edindikleri tecrübelerin medyanın yetiştirme rolünü yumuşatabileceği anlamına gelmesidir (Gerbner vd., 1980). Rezonans televizyon izleme ve yaşam deneyimleri arasındaki ilişkiyi tahmin etmektedir. Televizyon dışındaki diğer etmenler yoluyla oluşturulan farklı perspektiflerin ve davranışların emilmesi, yok edilmesi anlamındaki anaakımlaştırmanın karşıtı olan bir etkileşimi öngörmektedir (Shrum ve Bischak, 2001, s. 191).

Medya dünyasının gerçekliği ile yaşam deneyimleri arasında paralel etkileşim bulunan kişilerin üzerinde medya yetiştirme düzeyi daha güçlü olacaktır. Suç ve şiddet kişisel deneyimi olan bir izleyicinin bu konuları içeren bir programı yoğun bir biçimde izlemesi, mesajların çift doz etkili bir biçimde yetiştirilmesi ile sonuçlanabilir (Gerbner vd. 1980, s. 15).

Yetiştirmenin düzeyi doğrudan deneyimle ilişkilidir. Demografik değişkenler de doğrudan deneyim olarak kavramsallaştırılabilir. Doğrudan deneyime sahip olan kullanıcıların, daha az doğrudan deneyime sahip olanlara göre izleme ediminden daha fazla etkilenmesi ön görülebilir. Kısaca gerçek yaşam koşulları ve çevresel faktörler, televizyon mesajları ile rezonansa girebilir (yankılanabilir) ve mesajların etkisini

artırabilir (Gerbner vd. 1980, s.17). Bir başka deyişle bir medya mesajı bir kişi için özellikle dikkate değer olduğunda rezonans – çift doz, yankı- ortaya çıkmaktadır. Çünkü izleyicinin yaşadığı deneyimlerle ya da çevresiyle, medya mesajı örtüşmektedir. Örneğin, bir medya mesajının izleyicinin yaşadığı şehirle ilgili olması yankıyı artırabilir. Şiddet olayı ile ilgili mesajların etkisi -yankısı- suç oranı yüksek olan bir şehirde yaşayan bireyler için daha dikkat çekicidir. Medya mesajları ile gerçek yaşam arasındaki bağ ne kadar güçlüyse medyanın yetiştirme etkisi de o derece güçlüdür.

2.3.5 Birinci ve İkinci Düzey Yetiştirme Ölçütleri

Yetiştirme Kuramı üzerine yapılan araştırmalara bakıldığında yetiştirme kanıtını belirlemek için kullanılan ölçütler yalnızca konu açısından değil aynı zamanda ölçünün türü açısından da farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir (Hawkings, Pingree, 1982). Bu ölçütlerin ilk türü birinci düzey ya da demografik ölçütler olarak adlandırılırken ikinci türüne ise ikinci düzey ya da değer sistemi ölçütleri adı verilmektedir. Birinci düzey yetiştirme ölçütü genel olarak katılımcıların nicel olarak tahminleri üzerinedir. Örneğin bir katılımcının mağdur olma ihtimalini yüzdelik olarak ifade etmesi ya da çalışan insanların yüzde kaçının kolluk kuvvetlerinden olduğu sorulur. Gerçek dünya rakamları ya da istatistikleriyle televizyon dünyasının rakamları içerik çözümlemesi ile elde edilebilir. Böylece araştırmacılar kullanıcı yanıtları ile elde edilen bu karşılaştırma verileri arasında bir bağlam oluşturabilir. İkinci düzey yetiştirme ölçütleri ise birinci derecede elde edilen bilgilerden çıkarıldığı varsayılan değerleri ya da genelleştirilmiş inançlarını kapsamaktadır. Kadın erkek yetkinliği, dünyanın şiddet içerip içermediği, azınlıkların temsil düzeyi vb. konular hakkındaki görüşleri ikinci düzey yetiştirme kapsamında sorulmaktadır (Potter, 1991, s. 92-93).

Gerbner vd. (1986) çalışmalarında iki tür ölçüm konusuna değinmektedirler; Yetiştirme süreciyle ilgili araştırmaların yalnızca televizyon dünyası ile gerçek dünyanın kıyaslanmasından (birinci düzey yetiştirme) ibaret bir çalışma olmadığını belirtmektedirler. Yetiştirme çözümlemesinin en önemli ve en ilginç konularından bir tanesinin de mesaj sistem çözümlemesiyle elde edilen bilgilerin (ikinci düzey yetiştirme ölçütleri) daha genel konular ve varsayımlar hakkında hipotezlere dönüşümü olduğunu ifade etmektedirler. Ancak Gerbner vd. bu iki ölçütü kavramsal bir yapıdan ziyade yöntemsel bir biçimde ele almaktadırlar. Bu bakış açısı ile yetiştirme araştırmaları her iki

tür ölçütün birlikte kullanılmasıyla genişletilebilir. Aksi takdirde araştırmalar yalnızca televizyon yanıtları ve gerçek dünya yanıtlarının karşılaştırılmasıyla (birinci düzey yetiştirme ölçütleri) sınırlı kalırdı ve daha önce ortaya konulmuş birçok yetiştirme rolü incelenemezdi (Gerbner vd. 1986).

Bu ölçütleri yöntemsel açıdan ele almak bazı kavramsal soruları akla getirmektedir. Potter bu konuda şu iki soruyu gündeme getirmektedir; “Bu iki ölçüt teoride tek bir kavram adı altında ele alınabilir mi?” “Her iki ölçüt de teoride benzersiz bir kavram mıdır ve tek tek her biri kendi içinde mi değerlendirilmelidir?”. Gerbner ve arkadaşları bu soruları doğrudan bir şekilde ele almamaktadırlar. Ancak Potter’a göre bu iki ölçütün birbirinden bağımsız olduğunu savunur gibi oldukları düşünülmektedir. Potter’a göre o ve arkadaşları bu iki ölçütün birbirleriyle nedensel olarak ilişkili olduğunu iddia ediyor gibiydiler (Potter, 93,1991). Örnelemek gerekirse Gerbner birinci düzey yetiştirme ölçütlerini, daha geniş dünya görüşlerinin, değerlerinin, inançların ve imgelerin (ikinci düzey ölçütler) temeli olarak ifade etmektedir (Gerbner, vd., 1979, s. 180). Buradan hareketle, televizyondan öğrenilen bilgilerin, zamanla gerçek dünya hakkındaki temel bilgi olduğuna ve gerçek dünyadaki inançların da bir şekilde bu temel bilgilerden etkilendiğine inanmaya yönlendirildiğimiz düşünülebilir (Potter,1991).

3. BÖLÜM: TELEVİZYON VE WEB TABANLI DİJİTAL YAYIN PLATFORMLARI

“Eğer teknoloji bir nedense, biz onun etkilerini hafifletmeye ya da denetlemeye çabalarız. Ya da eğer, teknoloji, kullanıldığı gibi, bir sonuçsa onun kullanımlarına ilişkin deneyimimiz ile başka hangi türden nedenler ve eylemler arasında bağlantı kurmamız gerekir? Bunlar, soyut sorular değildir; sosyal ve kültürel tartışmalarımızın giderek daha önemli bir bölümünü biçimlendirir...” (Williams, 10, s. 2004).

Geleneksel yayıncılıktan dijital yayıncılığa geçiş sürecinde yaşanan gelişmelerin ve değişimlerin farkında olmamak mümkün değildir. Ancak teknolojide yaşanan değişimlerin yayılma ve toplumlar tarafından kabul görmesi günümüzde çok hızlıdır. Bu hız bazı durumlarda nedenleri, sonuçları ve eylemleri sorgulamanın önüne bir perde indirebilir. Bu sebepten sosyo-kültürel tartışmalar bazen en genel ve göz önünde yaşanan değişimlerin yarattığı etkileri anlamakta yetersiz kalabilmektedir. Değişim, bir yenilik olarak görülüp çok hızlı bir biçimde normalleşmekte ve kabul görmektedir. Değişimin ve dönüşümün nedenselliğini anlamaya çalışmak; doğallığı (doğal olanı), kendiliğindenliği sorgulamak gibi bir anlam taşıyabilmektedir.

Yayıncılıkta yaşanan teknolojik gelişmeler, toplumların gözü önünde, açık seçik ve bir o kadar da hızlı yaşanmaktadır. Tekniğin ilk hali ile son halinin geldiği noktaları, benzerlikleri ve farklılıkları birbirinden ayırtırmak güçleşmiştir. Bu durum hem ontolojik (varlık) açıdan tam olarak algılanamamış hem de henüz tanımlanmamış birçok yeni terimi ve kavramı gündelik hayatımızın bir parçası haline getirmiştir. Ani değişimler ve bu değişimlerin getirdiği yeni yaşam pratikleri, sosyolojik, kültürel ve politik dönüşümler ile karşı karşıya kalındığının bir göstergesi olabilir. Dijital evren (metaverse), sanal topluluklar, online etkileşimler, VR, Podcasts, trendingtopics vb. ifadeler günlük konuşma dilinin içinde bulunmaktadır. Bu ifadeler en basit haliyle soyut olmayan ve doğal olan şeyler gibi çabucak algılanmaktadır. Bu ve benzeri ifadelerin doğallaşması ile özellikle üçüncü dünya ülkelerinde yapılmaya çalışılan bilimsel araştırmalar bu değişimin hızına ayak uydurmakta zorlanmaktadır. Araştırmacılar yaşanan değişimleri ve sonuçları anlaşılabilir hale getiremeden, yeni teknolojik gelişme bombardımanıya karşı karşıya

kalmaktadır. Geleneksel kuramların bu yenilikleri ve değişimleri algılamada ve değerlemede yeterli olup olmadığı henüz tam anlaşılamamıştır.

Teknik, büyük topluluklar arasında gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır. Ülkeler ve şirketler yeniliklerden ve yeni dünya düzeninden geride kalma endişesi taşımaktadır. Endüstri, ekonomik zarara uğrama ve teknoloji trenini kaçırma korkusu yaşamaktadır. Tüm bu nedenlerden kaynaklı, teknolojiler ve gelişmeler sorgusuzca ithal edilmektedir. Bu tez çalışmasının ikinci bölümünde George Gerbner'ın Yetiştirme Kuramı kapsamında web tabanlı dijital yayın platformları anlaşılmalı çalışılmaktadır. Yukarıda belirtilen nedenlerden ötürü geleneksel televizyon yayıncılığı ve dijital yayın platformlarına ilişkin bir alanyazın araştırması gerekliliği oluşmaktadır.

3.1 Televizyon

Televizyon tek başına tek bir olaya bağlı bir icat olarak görülmemelidir. Elektriğin, telgrafın, fotoğrafın, sinema ve radyonun ortaya çıkması ve bunlarla alakalı teknik gelişmelere bağlı olarak televizyon ortaya çıkmıştır. Williams'a göre televizyonun icadını iki dönemde ele almak gerekmektedir. 1875-1890 televizyon fikrinin var olduğu, televizyon sistemine yönelik birçok irili ufaklı araştırmaların olduğu ilk dönemdir. 1920-1930 arası ise televizyona yönelik yatırımların başladığı ve genel televizyon sisteminin ilk kez kurulduğu ikinci dönemdir. Bu dönemde başka amaçlar güdülerek ortaya çıkan icatların teknolojileri ve bilgileri, televizyonun değişik bölümlerini birleştirmek ve tamamlamak amacıyla kullanılmıştır (Williams, 2004, s. 13-17). Bilgisayar teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, görüntünün sayısallaşma sürecine girmesi, görüntü işleminin basitleşmesi ve önem kazanması *üçüncü bir dönem olarak görülebilir*. 20. yüzyılın son 15-20 yılından günümüze kadar olan süreç bu dönem içerisine eklenebilir. (Morgül, 2011, s. 18).

Televizyonun ortaya çıkmasında en önemli fenomenlerden birisi foto-elektriktir. Işığın elektrokimyasal etkisinin keşfedilmesi (Edmond Becquerel, 1839) televizyonun asıl tarihinin başlangıcı olarak kabul edilebilir. Becquerel, iki elektrotu uygun bir elektrolit içine daldırarak, elektrotlar arasında bir ışık huzmesi elde etmiştir. Foto-elektrik (Elektrolitik fotosel) elektriğin ve televizyonun gelişiminin en erken aşaması olarak kabul edilmektedir (Garratt & Mumford, 1952, s. 25).

Televizyonun icadında birçok bilim insanının emeği geçmektedir. Bu bilim insanları içerisinde May, Nipkow, Jenkins, Baird, Farnsworth, Zworykin gibi adlardan söz edilebilir. İrlandalı telgrafçı Andrew May, 1873'te ışık dalgalarını elektrik akımına çevirmenin bir yolunu bulmuş ve aynı zamanda elektriğe karşı selenyum maddesinin dirençli olduğunu keşfetmiştir. 10 yıl kadar sonra Alman Paul Nipkow "Döner disk" geliştirdi. Bu aracın en basit haliyle işlevi resimleri dönerken tarayabilmektir. Bu icadın en önemli özelliği görüntüyü bir yerden başka yere aktaran ilk araç olmasıdır. Mekanik tarama olarak adlandırılan bu buluş 1923 yılında Amerikalı Jenkins ve 1925'te İngiliz Baird tarafından kullanılmış ve ilk deneme yayınları bu tarihlerde yapılmıştır. Ancak görüntü kalitesi kaba çizgilerden ileri gitmemektedir. Daha sonrasında Hertz görüntüyü elektronik yöntemlerle tarama yöntemini geliştirenlerin başında gelmiştir. Zworykin ikenoskopi geliştirmiştir. İkenoskop; eşyaları satır satır hızlı bir şekilde tarayan ve insan gözünde sürekli bir resim akışı hissini veren araçtır. Bu araç sayesinde ilk elektronik yayın New York'tan Philadelphia'ya görüntü aktararak yapılmıştır. 1930 yılında Philo Farnsworth verici ile alıcı arasındaki senkronizasyon konusu üzerinde durmuştur. Vericiden çıkan görüntü sinyallerinin elektromanyetik dalgalar aracılığıyla daha net bir biçimde izlenme olanağı oluşmuştur (Aziz, 1981, s. 11-15).

İkinci dünya savaşı televizyonun Avrupa'da yayılmasını durdurmuştur. Ancak savaş süresince elektronik sistemler üzerine yapılan yoğun araştırmalar ve pratik deneyimler televizyon teknolojisinin gelişmesine yol aracı olmuştur: katot ışını tüp tasarımı, yüksek frekanslarda çalışabilen gelişmiş devre sistemleri vb. 1952 yılına kadar sabit ve standart bir satır sistemi kullanılmıştır (625 satır, 50 kare/saniye). Savaş sona erdikten sonra daha önceleri ülkeden ülkeye farklılık gösteren satır sistemleri ve saniye başına gönderilen görüntü sayıları bir standarda kavuşmuştur (Peters, 2000, s. 13).

Yaşanan bu gelişmelerin temelinde iki gerçekten söz etmek mümkündür. Televizyona ilişkin bir sistem tasarlanmış ve bu sisteme ulaşma yolları aranmaktadır. Buna karşın diğer teknolojilere (elektrik jeneratörü, elektrikli telgraf ve telefon) kıyasla televizyonun dağıtım teknolojisine yönelik yapılan ekonomik ve sosyal yatırımlar çok azdır (Williams, 2004, s. 16).

İlk televizyon yayınları sırasıyla İngiltere (1936), ABD (1939) ve Sovyetler Birliği (1939) tarafından gerçekleştirilmiştir. Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak hem ses hem de görüntü içermesi bu aracın yayılma hızını artırmıştır. Almanya, Fransa, Meksika, Brezilya ve Çin gibi birçok ülkeye 1960'lara gelinceye dek hızlıca

yayılmıştır (Aziz, 1981, s. 15). Bir noktadan birçok noktaya görüntü ve ses aktarımı şeklinde gerçekleştirilen bu yayıncılık biçimi geleneksel yayıncılık olarak nitelendirilebilir. Geleneksel yayıncılık radyo ve televizyon ile çok geniş coğrafyalara ve kitlelere ulaşmıştır (Srivastava, 2002). Geleneksel televizyon yayıncılık sistemlerini karasal, kablolu, uydu ve dijital yayıncılık olarak sıralamak mümkündür (Bayraktar, 2020, s. 83). Bu sistemlere ilişkin bilgi aşağıda sunulmuştur.

3.1.1 Televizyonun Yapısal ve İşlevsel Dönüşümü

Yayıncılık sistemlerindeki bu çeşitliliğe paralel olarak televizyonun *şekli, içeriği ve bağlamı* da sürekli değişen, gelişen bir yapıda olmuştur. Televizyonun ticarileşmesi ve yayılması ile yıllar içerisinde televizyon setlerinin boyutları ve şekli değişmiştir. Buna paralel olarak ev başına düşen televizyon sayısı da artmıştır. Hatta bazı evlerde birden fazla televizyon bulunmaktadır. Özellikle tüm ev halkının toplandığı oturma odalarında televizyon ve yardımcı teknolojiler (uzaktan kumanda, hoparlörler, video kaydediciler, uydu alıcıları vb.) bulunmaktadır. Yardımcı teknolojiler, ana televizyonun çekiciliğini artırma işlevindedir. Televizyondaki çekirdek kategorilere (bilgi ve eğlence) yönelik ücretler aracın ömrü boyunca sabit kalmıştır. Yayıncılık sistemleri (kablolu, uydu vb.) kanallar tarafından sunulan program seçeneklerinin sayısını ve türünü artırmıştır. İçerik akışı izleyiciye doğru tek yönlüdür. Televizyon izleme eyleminin bağlamını fiziksel ortam ve kişilerarası ilişki ağı etkilemektedir. Televizyon izlemenin en yaygın izleyici türünü aileler oluşturmaktadır. Aile içerisindeki demografik özellikler ve hiyerarşik yapılanma izleme ediminden öncesi ve sonrasında elde edilen deneyimi şekillendirmektedir (Lull, 2021, s. 1850-1855).

Özellikle 1950'lerden sonra televizyonda yaşanan gelişmeleri özetlemek zorlaşmaktadır. Bu zorluğun temelinde görsel teknolojinin gelişmesinden ve yeni ekipmanların ortaya çıkmasından söz etmek mümkündür. Bunlara ek olarak televizyon izleyicisinin televizyon programlarını algılama biçimlerinde yaşanan değişim, programların yapılış sürecinde izleyiciye yönelik çabaları da beraberinde getirmiştir. Programların çekiciliğini artırmak adına renk ve dijital teknolojilerin tanıtımında radikal değişimler yaşanmıştır. İzleyicilere renkli yayın sunabilmek adına üç temel renk (kırmızı, yeşil, mavi) kullanılarak yayınlar yapılmıştır. RGB olarak bilinen bu renklerden hiçbirisi diğer ikisinin karışımından elde edilemez. Bu üçlü renk grubundan belli oranlarda

karıştırılarak diğer tüm renkler elde edilebilmektedir. RGB aynı zamanda en geniş doğal renk yelpazesıyla eşleşmektedir. Bu renklerin belirli oranda televizyon ekranından insan gözüne yansıtılmasıyla renklendirilmiş nesneler ve olay örgüsü görülmektedir. Renklerin yeniden üretilmesine izin veren bu fiziksel durum metamerizm kavramı ile açıklanmaktadır (Peters, 2000, s. 13-14).

Renkli televizyon yayınlarının net olarak alınması 1950'lerden sonra olmuştur. CBS'nin geliştirdiği renkli yayın sistemli yayınlara ticari amaçlarla başlanmak istenmiştir. Ancak siyah beyaz televizyon alıcılarında görüntüler kaliteli olarak alınamadığı için ilgi görmemiştir. Daha sonra alıcılarda yapılan düzenlemeler ile ilk olarak ABD'de NTSC (National Television System Committee) tarafından 1954 yılında ilk renkli televizyon sisteminin başlatıldığı söylenebilir. Bu sistemde siyah beyaz alıcılar görüntüleri siyah beyaz alabilirken renkli görüntü almaya uygun alıcıların görüntüleri renkli biçimde alabilme olanağına sahiptir. NTSC'nin yanında Fransız SECAM ve Alman PAL sistemi günümüzde kullanılmaktadır (Aziz, 1981, s. 17-18). Bu sistemler analog yayının temellerini oluşturan sistemlerdir.

Sayısallaşma ile televizyon yayınlarının doğası ve çalışma biçimi de değişmiştir. Analog yayın sinyallerinde kaliteyi düşürecek gürültü kaynağı görüntünün karlı ya da parazitli bir biçimde izlenmesine neden olur. Dijital yayına geçişle birlikte ses ve görüntü kalitesi gelen sinyalin belli bir eşik değerinin altına düşmesine kadar muhafaza edilmektedir. Böylece yayıncılık alanında yeni bir dönem başlamıştır. Genel olarak teknolojinin gelişimsel doğası ile televizyonun işlevleri ve özü dönüşmüştür. Analog televizyon yayıncılığında bir kanaldan bir TV program yayını yapılabilirken, karasal-sayısal yayın bir kanaldan en az dört, en fazla altı TV program yayını yapılmasına imkân vermektedir. Karasal yayın kısıtlı frekansların daha etkin ve verimli kullanılmasını sağlamaktadır. Analog teknolojiye hareket halinde sinyal almak mümkün değilken karasal-sayısal yayın teknolojisinde mobil akış mümkündür ([http 1](http://1), Erişim 10.04.2022).

Türkiye'de analog yayın türleri olarak karasal, uydu ve kablo TV yayın teknikleri kullanılmaktadır.

Karasal yayın tekniği; yayının izleyiciler tarafından doğrudan alınması amacıyla radyo dalgaları yoluyla gerçekleştirilmesidir. Karasal yayında kaliteli görüntü elde edilebilmesi için alıcı ve verici arasında doğal ya da suni bir engelin olmamasına dikkat edilmektedir. Bu tip engeller yayın kalitesini düşürmektedir (Rigel, 1991, s. 32).

Kablo TV Yayın tekniği ile karasal yayında yaşanan frekans yetersizliği sorunu bir nebze çözülmektedir. Yayın kalitesi daha iyi olmakla birlikte özellikle uzak yerlerde yaşayan insanlar için ana kaynak durumundadır (Söğüt, 2019, s. 5-6).

Uydu Yayıncılığı tekniği ise özellikle kırsal kesimde yaşayan insanların temel yayın teknolojisidir. Dünyanın her yerinden naklen yayın yapabilme imkânı veren bu yayın tekniği ile habercilik formları da dönüşmüştür. Uydulara yerden gönderilen yayınlar uydu üzerindeki antenler tarafından alınmakta ve daha sonra yeryüzüne gönderilmektedir. Siyasal ya da ekonomik nedenlerle karasal yayın yapamayan birçok televizyon kanalı bu tekniği tercih etmektedir (Atabek, 2001, s. 100).

Global düzende yaşanan teknolojik gelişmelere paralel olarak televizyonun da kendi gelişimini hızlandırıp yeni düzenin sistemini hızlı bir biçimde etüt etmesi gerekmiştir. Küreselleşme ve dijitalleşme ile yaşanan gelişmeler sosyal yaşamın her boyutunu farklı düzeylerde de olsa dönüştürmüştür. Geleneksel medya araçları, başta televizyon olmak üzere yeni medya araçları ile etkileşimli bir haldedir. Bu araçlar bir yandan mevcut işlevlerini ve ekonomik kazançlarını koruma çabasıdadır. Buna ek olarak yeni nesil iletişim teknolojilerinin avantajlarını da kendi bünyesinde harmanlama isteğindedir. Bu durumlar göz önüne alındığında televizyonun gelişimine kısaca değinilmesinin ardından güncel durumu görebilmek açısından dijital ve online yayıncılığı anlamak gerekmektedir.

3.1.2 Dijital Yayıncılık

Uydu teknolojilerinin yayıncılık alanında kullanılmaya başlaması ile televizyon yayıncılığının dijitalleşme süreci hızlanmıştır. Yazılım ve donanım şirketlerinin geliştirdiği, kaliteli ses ve görüntü aktarmaya yönelik yeni uygulamalar ve araçlar (disk, CD, DVD, CD/DVD oynatıcılar ve gelişmiş kameralar) program içeriklerinin tematikleşmesini sağlamıştır. Ayrıca programların etkileşime dayalı bir biçimde dönüşmesine neden olmuştur. Bu gelişmelere paralel olarak internet aracılığıyla gerçekleştirilebilen yeni yayın biçimleri ortaya çıkmıştır. Böylece program maliyetleri ucuzlamıştır. İzleyici daha fazla program türü seçeneğine sahiptir. İzleyicilere ilişkin demografik veriler daha güvenilir bir biçimde elde edilmeye başlanmıştır. Böylece kişiye özel programların ve reklamların üretilme imkânı ortaya çıkmıştır. İnternet aracılı televizyon yayıncılığının etkin bir biçimde kullanılmasıyla birlikte bu özellikler daha

fazla ön plana çıkmıştır. Buna ek olarak internet üzerinden yapılan yayın sayısı artmıştır (Sümer, 2002).

Toffler (1992) ağ teknolojisinde yaşanan gelişmeleri 18. yüzyılda başlayan ve buhar makinelerinin gelişmesiyle devletlerin demiryolları yapma faaliyetlerine benzetmektedir. Milyonlarca bilgisayarın meydana getirdiği internet ağından başka bir uzay olarak söz etmek mümkündür. Bu yeni ortamda üretilen bilginin dolaşımı ve ekonomik boyutunun büyüklüğü karşısında yayıncılık yapan şirketler, kurumlar ve kişiler kayıtsız kalamamaktadır (Akyol, 2006, s. 6).

Manovich (2001, s. 65) yeni dijital medya ortamını iki katmanla tanımlamaktadır; kültürel katman ve bilgisayar katmanı (arayüz, altyapı veya makine tabanlı formlar). Kültürel katman kabaca içerikle ilişkilidir, bilgisayar katmanı ise bilgisayar ortamını yapılandırır. Bilgisayar katmanı medyanın kültürel mantığı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Biçim kavramı, kavram biçimi etkiler fikri edebiyat eleştirisinin ilk dönemlerinden beri var olmaktadır. Bu biçim kavram ilişkisini göz önüne alan Manovich'e göre "Kültürümüz giderek toptan ve muhtemelen geri alınamaz bir şekilde bilgisayarlaştırılmıştır (*dijitalleşmiştir*)".

Televizyonun icat edilmesinden bu yana teknolojiye çok büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Bilgisayarlar ve cep telefonları tıpkı televizyon gibi yaygın bir biçimde evlere girmiştir. Daha fazla araştırma ve yeni teknolojiler geliştikçe buna paralel olarak yetiştirme kuramına ilişkin çalışmalar da genişleyecektir. Bugün her yaştan insanın akıllı telefonlara sahip olduğu ve hemen hemen tüm medya türlerine erişebildiği bir toplumda yaşanmaktadır. Hatta bazı noktalarda sosyal medya ve internet en çok kullanılan araçlar olmaktadır. Tüm bu nedenler göz önüne alındığında web tabanlı dijital yayın platformlarını ele almak gerekmektedir.

3.2 Web Tabanlı Dijital Yayın Platformları

Hikâyeler ile örülmüş bir dünyada yaşanmaktadır (Gerbner,1990) bildiğimiz, bilmediğimiz, uçsuz bucaksız bir biçimde inandığımız her şey, kendi bireysel deneyimlerimizden ziyade hikâyeler aracılığıyla yetiştirilmektedir (Morgan ve Shanahan 1997, s. 5). Hikâyeler bir zamanlar kilise, aile, okul vb. yapılardan gelmekte iken daha sonrasında yaşanan gelişmelere paralel olarak bu yapısal kurumların yanında en merkezi hikâye anlatıcısı televizyon olmuştur. *Bu durum teknolojinin gelişmesi ve toplumsal*

yapıyı dönüştürmesi ile artık, televizyonun mesaj sistem yapılarına benzer içerikler üreten ve hızlı bir biçimde yayılan, indirilen ve saklanabilen içerikler halinde, internet ve internet tabanlı araçlar ve uygulamalar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Geleneksel televizyon “ve buna ek olarak internet ve sosyal medya içerikleri” günümüzün toplumlarının hikâye anlatıcısı işlevini gerçekleştiren temel yapılardır (Gerbner, 1990).

Televizyon hikâyeleri, izleyiciler tarafından tek kanallı dönemden, çok kanallı döneme geçiş ve kanallar arasından seçim yapabilme özgürlüğünün olduğu döneme kadar toplu olarak tüketilmiştir (Lotz, 2007). Ancak dijital yayıncılığın gelişmesi, online televizyon yayınlarının ortaya çıkması, web üzerinden video izlemenin, video yüklemenin hızlı bir biçimde her ortamda her araç aracılığıyla yapılabilmesi gibi dönüşümlerle izleyici görece özgürleşmiş olabilir. İzleyici planlanan bir takvime bağımlı bir biçimde içerik tüketme zorunluluğundan kurtulmuştur. Bununla birlikte kendi zamanına ve isteğine uygun türdeki programları seçme özgürlüğüne kavuşmuştur (Lotz, 2018). *Bu yeni tüketme biçimlerinin yanı sıra, yeni tür içeriklerin de bir mesaj sistemi içerisinde yapılandırıldığını düşünmek mümkündür.*

Televizyon içeriklerinin tüketilmesi ile yayınlanma biçimi arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Bu nedenle televizyonun tecimsel yayıncılık türlerine göz atmak gerekmektedir. Karasal yayıncılık sistemi ile yayınlara ulaşamayan dağlık bölgeler ya da coğrafi açıdan uzak bölgelere kablolar aracılığıyla televizyon yayın akışı sağlanmıştır. Bu kablolu yayın tekniği daha sonra ulusal yayınlarda bulunmayan dizi, film, spor müsabakaları vb. içerikleri abonelik yöntemleri ile izleyiciye aktarmak için kullanılmıştır. Böylece paralı televizyon- Pay TV- uygulamasının ilk türleri ortaya çıkmıştır (Tekinalp, 2011, s. 124). Abonelik yöntemi ile yapılan yayınlar uydu yayıncılığının gelişmesi ile çok farklı bir boyuta ulaşmıştır. Kıtalar arasında yayın yapılabilme imkânının ortaya çıkması ile izleyiciler artık, farklı içerik türlerine erişmeye başlamıştır. Televizyonun kendine özgü bir akışı vardır. Bu akış içerisinde izler kitlenin özelliklerine göre haftanın belirli gün ve saatlerinde program türleri bir takvim çerçevesinde yayınlanmaktadır. Burada temel amaç izleyici sayısını artırarak reklam gelirlerini en yüksek düzeye çıkarmaktır. Geleneksel yayıncılığın temelinde bir mekân ve zaman kısıtlamasıyla birlikte günlük akış bulunmaktadır. İzleyici bir kanalı tercih ettiğinde diğerinde canlı yayınlanan ya da banttan yapılan yayınları kaçırmaktadır. Bu kısıtlamalar dolayısıyla yaşanan sorun video kaydetme teknolojisinin gelişmesiyle ortadan kalkmıştır. İzleyici, teknoloji

sayesinde içerik ve akış üzerinde kısmi bir özgürlük kazanmıştır (Bayraktar, 2020, s. 83-85).

Dijital yayıncılığın ve internet teknolojilerinin gelişimi ile Web TV, İP TV, VOD (video on demand) ve Pay Per View gibi yeni yayıncılık biçimleri ve kavramları ortaya çıkmıştır. Geleneksel televizyon yayıncıları yayın akışlarını internet sitelerinden de sunmaya başlamıştır. Veri sıkıştırma, veri aktarma ve internet hızının artmasına paralel görüntü kalitesinin artırılmasıyla birlikte internet odağındaki yayıncılık türleri gelişmeye başlamıştır (Kuyucu, 2021, s. 224-225). İnternet sitelerinin yer sağlayıcı konumunda olduğu, kamusal erişime açık servisler ile yayın yapılan, tarayıcılar veya medya oynatıcısı uygulamalar üzerinden erişim sağlanan yayın çeşidine Web TV adı verilmektedir (Http 2, Erişim:19.05.2022).

Web TV’ler çeşitli televizyon kanallarını bilgisayar tablet telefon gibi mobil ortamlarda izlenebilir hale getirmiştir. Görüntü kalitesi kullanıcının internet hızına ve sitenin bant genişliğine bağlı olarak değişmektedir. En büyük avantajı internet erişimi olan araçlar sayesinde dünyanın herhangi bir yerindeki televizyon kanalının yayınına erişmesidir. Böylece mekâna bağımlılık ortadan kalkmıştır (Bayraktar, 2020, s. 83-85). Bu gelişmeler sonrasında internet protokol televizyonu (IP TV) adı verilen teknoloji ortaya çıkmıştır.

IPTV (İnternet Protokol Televizyonu); gerekli servis ve seviye/deneyim kalitesi, güvenlik, etkileşim sağlayacak bir biçimde organize edilen IP tabanlı ağlar üzerinden video/ses/yazı/grafik vb. dağıtımı gerçekleştirilebilen çoklu ortam hizmeti olarak tanımlanmaktadır. (Http 3, Erişim 20.05.2022). IPTV sisteminde televizyon içerikleri bir telekomünikasyon sisteminin anahtarlamalı ağ alt yapısı üzerinden ip teknolojilerine dönüştürülmektedir. IPTV, erişim teknolojisine ve iznine sahip olan kullanıcılara içeriklerin ve paketlerin ulaştırıldığı bir yayın sistemidir (Çınar vd., 2014). IPTV, yayınları ödemeli izleme imkânı sunmanın yanı sıra kaliteli ve ağ kontrollü bir yayın biçimi olması nedeniyle güvenlidir. Kullanıcılar içerikleri ileri geri sarma tekniğine sahiptir ve kaydetme özelliği sayesinde özgür bir izleme olanağı oluşturmaktadır.

Teknolojik gelişmelere paralel olarak yayın araçları da gelişmiştir. Buna bağlı olarak farklı türlerde yayın olanakları ortaya çıkmıştır. Tablet, telefon vb. araçlar aracılığıyla mobil televizyonlar, mobil yayınlar, sosyal medya araçları ve uygulamaları ile bireysel yayıncılık gibi yayın türleri ortaya çıkmıştır. Geleneksel televizyonların bu teknolojik yeniliklere entegre olmasıyla birlikte Smart TV denilen akıllı cihazlar

geliştirilmiştir. Böylece hem geleneksel televizyon yayın kanalları hem de çevrimiçi kanallar aracılığı ile üretilmiş içerikler izlenebilmektedir. Teknolojik gelişmelerin televizyon ile buluşması ile hem ticari kazanç elde etme yolları değişmiş hem de içerikler yeni tekno ekonomik yapıya uygun bir biçimde üretilir hale gelmiştir.

Dijitalleşen yayıncılık kullanıcıya çok daha fazla etkileşim imkânı sağlamaktadır. İzleyici geleneksel yayıncılık dönemine göre çok daha aktif bir durumda konumlanmaktadır. Zamana, mekâna ve yayın akış takvimine bağımlılık neredeyse ortadan kalkmıştır. Kullanıcılar izleme edimi saatini kendisi belirleyebilmektedir. Hem içerik tüketen hem de üreten kullanıcı, doğrudan ya da dolaylı paylaşımları ile yayın içeriklerine dolaylı ya da doğrudan müdahale edebilmektedir (Karaduman ve Acıyan 2019, s. 675-676).

Bu dönüşüm içerisinde OTT (Over the top television) teknolojisi günümüz yayıncılığında devrim niteliğinde değişimler yaratmıştır. Bu devrimsel özelliğin temelinde ticari bir kazanç alanı olması yatmaktadır. OTT teknolojisi ile eski medyaya göre kullanıcı özelliklerini hesaplamak ve kişiselleştirilmiş reklamları kullanıcılara yönlendirmek çok daha kolay olmaktadır. Böylelikle pazarlamacılara içerik veya kullanıcı özelliklerini kapsayan paketler çok daha detaylı çözümlemeler ve hesaplamalar kapsamında sunulmaktadır. Bu durum OTT servis sağlayıcılarına ciddi bir reklam kazanç alanı oluşturmaktadır. Reklam verenlerin ilgisinin bu alana doğru yönelmesinde etkili olan bir diğer neden ise tüketicilerin medya kullanım alışkanlıklarının çevrimiçi içeriklere yönelmesidir. OTT teknolojisi kullanımı da bu alışkanlıklarla paralel olarak artmaktadır. Reklam verenler de bu durumun farkındadır ve bütçe planlaması yapılırken bu konu göz önüne alınmaktadır. OTT servislerinin en yoğun olarak kullanıldığı alan video OTT servisleri olmasına karşın müzik ve mesajlaşma servisleri de bulunmaktadır (WhatsApp, Spotify vb.). Televizyon içerikleri ve daha fazlası video OTT hizmetleri tarafından sunulmaktadır. Hemen hemen her kullanıcı bu video hizmetleri ile etkileşim halindedir (http 4, Erişim 22.05.2022).

Daha önceki dönemlerde tüketiciler istedikleri içerikleri alabilmek için bir kablo TV aboneliği almaktaydı. Kablo TV hizmetini veren servis sağlayıcı ise içeriklerin kullanıcıya ulaştırılması konusunda sorumlu olmaktaydı. Ancak modern dönemde Netflix, Hulu, Disney, Amazon Spotify, Youtube vb. hizmet sağlayıcıları abonelik sistemiyle ya da ücretsiz olarak içerik hizmetlerini internet ortamından sunabilmektedir. OTT içerikleri farklı mobil araçlar aracılığıyla kullanıcılara ulaştırılmaktadır. OTT

servisine smart TV, mobil araçlar, oyun konsolları vb. araçlar üzerinden erişim sağlanabilmektedir. Televizyon izleme biçimi giderek online ortamlara doğru kaymaktadır. Bu nedenle yeni nesil televizyon deneyimi ve bu duruma uygun içerikler üretilmektedir. Tüketicie ulaşmanın en kolay yolu artık dijital dünyada var olmaktır. Bu nedenle yayıncılık hizmetleri de yönünü bu ortama çevirmektedir (Karaduman ve Acıyan 2019, s. 676-677).

OTT platformlarında içerik dağıtımlarına göre farklı türde sistemler bulunmaktadır. Bunlar içerisinde en çok öne çıkanları EST (Electronic Sell Through) ve VOD (Video On Demand) sistemleridir. (Http 5, Erişim: 22.05.2022).

EST; bu sistemde kullanıcılar içerikleri elektronik bir biçimde satın alır ve böylece içerikler üzerinde süreli ya da süresiz kullanım hakkına sahiptir. Kullanıcı bu içeriği satın alma işlemini lisanslayarak bir hard diske indirir ya da sanal bir depoya kaydeder. Böylece kullanıcı istediği zaman içerikleri izleyebileceği bir sisteme dahil olmaktadır.

VOD; talep üzerine izleme olarak da adlandırılan bu sistemde, içerik kullanıcı tarafından indirilememektedir. İçeriğin kullanıcıya ulaşması yükle ve ilet (streaming) sistemiyle çalışmaktadır. İçeriğin kullanıcıya ait bir donanıma (set-top-box cihazlar, bilgisayarlar, mobil cihazlar vb.) indirilerek erişilmesi mümkündür. Bu sistem bir noktada içeriğin kiralanması anlamına gelmektedir. Genel olarak VOD türleri;

AOD (Audio On Demand); ses dosyalarının internet aracılığıyla cihazlara ulaştırılmasını, indirilmesini ve dinlenmesini ifade eden sistemdir. Spotify, Fizy, Youtube Music, Apple Music vb. AOD sistemine örnek olarak gösterilebilir.

AdVOD (Advertisement Supported VOD); tüketiciye reklamlar yoğun bir biçimde gösterilmektedir. Bu reklamlar karşılığında bir ücret alan platformlar bu nedenle içerikleri ücretsiz olarak kullanıcıya ulaştırmaktadır. Youtube ve Puhu TV AdVOD örneklerindendir.

SVOD (Subscriptional VOD); düzenli ödemeler yöntemiyle abonelik sistemiyle işleyen uygulama araçlarıdır. Bu uygulamalar özel yapım ve içerikler ile ön plana çıkar, kullanıcılarına kendi platformları dışında erişime açık olmayan paketleri sunmaktadır (Özel yapım dizi, film ve spor karşılaşmalarının canlı yayınları vb.). Kullanıcılar abonelikleri sonlanana kadar paketleri kapsamındaki tüm içeriklere ek bir ücret ödmeden ulaşabilmektedirler. Netflix, Digitürk, ExxenTv, BluTv SVOD örnekleri olarak gösterilebilir.

TVOD (Transactional VOD); kullanıcılar kendilerine sunulan içerikler içinden (ulaşmak istediği tek bir içerik (dizi, film, belgesel vb.) ya da paket halinde sunulan içerikleri ücret karşılığında o an satın alarak tüketebilmektedir. Burada kullanıcı kendi duygu-istek ya da psikolojik durumuna göre içerik seçebilmektedir. Kullanıcı izleme ihtiyacını hangi içerik türüyle gidermek istiyorsa o içeriği seçebilme özgürlüğündedir. Canlı yayınlanan şifreli bir maçı satın alarak izleme (Beinsports) TVOD örneği olarak gösterilebilir.

3.2.1 Türkiye’de Dijital Yayın Platformları

Türkiye’de tek bir kanal ile başlayan geleneksel televizyon yayıncılığı günümüzde çok kanallı 7/24 izlenebilen bir biçime bürünmüştür. Web tabanında yayın yapmayı hedefleyen platformların yaygınlaşmasıyla birlikte büyülü ekranlar modüler ve mobil olarak ceplerimizde taşınabilmektedir. Bu durum izleyicilerin içerikleri seçme ve izleme alışkanlıklarını (içeriğe ulaşma biçimi) değiştirmiştir. İnternet dolayımı gelişmeler yayıncılık alanındaki tüm iktisadi stratejileri ve yapıları da dönüştürmüştür.

Türkiye’de televizyon yayıncılığı girişimleri 1949 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından başlatılmış olmasına karşın gerek donanım ve teknik altyapının yetersizliği gerek deneyim ve bilgi sahibi çalışan personel yetersizliği dolayısıyla televizyon yayıncılığı diğer ülkelere göre daha geç başlamıştır. 31 Ocak 1968 yılında TRT siyah beyaz olarak ilk defa yayın yapmaya başlamıştır (RTÜK, 2014, s. 15). Seyircilerin ilgisi ve diğer eksiklerin giderilmesiyle birlikte stüdyo sayısı artırılmış ve gerek yerel yapımlar ve gerek yurtdışından ihraç edilen içerikler ile program çeşitliliği sağlanmaya çalışılmıştır.

1990’lı yılların başlangıcından itibaren özel televizyon kanallarının açılmasıyla birlikte farklı bir sürece geçilmiştir. Magic Box şirketinin Star 1 televizyonunu kurmasıyla yayıncılıktaki devlet tekeli ortadan kalkmıştır. Bu tarihten itibaren yerli ve yabancı yapımların sayısı hızlı bir artış göstermiştir. 2000’li yıllara gelindiğinde Türkiye’de üretilen dizi içerikleri ulus ötesi yerlere ihraç edilmeye başlanmıştır (Eyrek, 2022, s. 85-87).

2010’lu yıllara gelindiğinde OTT platformları Türkiye’de yaygınlaşmaya başlamıştır. Bunlardan en önemlileri BluTv, Netflix, Amazon TV, Exxen Tv, Disney + vb.

olarak belirtilebilir. Okumuş (2022) tarafından hazırlanmış olan aşağıdaki tabloda Türkiye’deki dijital yayın yapan platformlara ilişkin genel bilgiler yer almaktadır.

Tablo 3.1. *Türkiye’de Online Yayıncılık Hizmeti Veren -OTT- Kuruluşlar*

	Platform	Kuruluş	Bağlı Olduğu Kurum	Üyelik Sistemi	Website
1.	Netflix	1997	Reed Hastings ve Marc Randolph	Ücretli	https://www.netflix.com/
2.	Blu TV	2015	Doğan Holding	Ücretli	https://www.blutv.com/
3.	Puhu TV	2016	Doğuş Medya Grup	Ücretsiz	https://puhutv.com/
4.	Fox Play	2007	Fox	Ücretsiz	https://www.foxplay.com.tr/
5.	Gain	2020	Gain Media	Ücretli/Ücretsiz	https://www.gain.tv/
6.	beIN Connect	2014	beIN Media Group	Ücretli	https://www.beinconnect.c/
7.	Filmbox Live	1996	SPI International	Ücretli	https://www.filmbox.com/
8.	Mubi	2007	Efe Çakarel	Ücretli	https://mubi.com/
9.	D-Smart Go	2007	Demirören Grup	Ücretli	https://www.dsmartgo.com/
10.	TV Plus	2012	Turkcell	Ücretli	https://tvplus.com.tr/
11.	Tivibu	2010	Türk Telekom	Ücretli	https://www.tivibu.com.tr/
12.	Exxen	2021	Acun Medya	Ücretli	https://www.exxen.com/
13.	Amazon Prime	2006	Amazon.com, Inc.	Ücretli	https://www.primevideo.com/
14.	Apple TV Plus	2019	Apple Inc	Ücretli	https://tv.apple.com/
15.	Disney+	2019	The Walt Disney Company.	Ücretli	https://www.disneyplus.com/
16.	Discovery +	1985	Çok Ortaklı	Ücretli	https://www.discoveryplus/
17.	Epix Now	2009	Epix Entertainment LLC	Ücretli	https://www.epixnow.com/

3.3 Yetiştirme Kuramının Dijital Platformlara Uyumlandırılması

Yetiştirme kuramı, hikâyeler yoluyla sosyal gerçekliğin “kitle iletişim araçlarına uzun süreli ve sürekli maruz kalmayla” inşa edildiği önermesine dayanmaktadır. Dijital medya çağında hikâyelerin, mitlerin, makro ve mikro düzeyde rollerin nasıl şekillendiğini anlayabilmek ve yorumlayabilmek önemlidir. Bu süreci anlaşılır hale getirmek noktasında yetiştirme kuramı yol gösterici olabilir. Kuramın endüstriyel süreçler ile medya içerikleri arasındaki bağlantıyı ortaya çıkarma yolu, onlarca araştırmacı tarafından etkili ve ilgi çekici bir yol olarak görünmüştür. Ek olarak endüstriyel süreçler ile dünyayı algılama biçimleri arasında ilişki kurabilme kapasitesi bulunmaktadır. Uzun süreli medya

maruziyetinin insanların davranışlarını ve dünyaya bakışını nasıl etkilediğini anlayabilmek, bu anlayış ile endüstriyel süreç arasında bir ilişki kurmak yetiştirme kuramının önermeleri ile mümkün görünmektedir.

Yetiştirmenin bakış açısında ekranda gösterilen olay örgüleri, betimlemeler ve senaryolar günlük yaşamları biçimlendirmede tamamlayıcı bir rol oynamaktadır. Ortak anaakımın oluşması noktasında televizyonun merkezi rolü bulunmaktadır. Bu, anaakım endüstrinin güç ilişkilerine avantajlı bir konum kazandırabilir. Gücün dağıtımı, nelerin yapıp nelerin yapılamayacağı ve olası tehlikeler ile nasıl yaşanması gerektiği yönündeki mesajlar bu anaakım aracılığıyla verilmektedir. Böylece gücü elinde bulunduranlar lehine bir durum oluşmaktadır. Televizyon, baskın temaları, görüntüleri, tehditleri ve ödülleri bizlere onlarca farklı içerik ile aktaran tutarlı ve işlevsel bir araçtır. Düzenin koruyanı olarak televizyon bu görevini kültürel süreçlerin hikâyelerini anlatarak ortak algıları mesaj sistemleri yoluyla yetiştirerek yerine getirmektedir. Televizyonun yıllardır sürdürdüğü bu işlev günümüzde sosyal medyalar ve dijital yayınlarla da sürdürülmektedir. Sosyal medyalar ve dijital yayınların en büyük gücü televizyonun ulaşamadığı yerlere internet yoluyla ulaşabilme kapasitesi olabilir. Ayrıca internet aracılı uygulamalar ve platformlara insanlar kitleler halinde çok kısa sürede uyum sağlamaktadırlar. Bu özellikleri bakımından internete ilişkin her uygulamanın endüstri açısından paha biçilemez bir önemi vardır.

Bu yeni dönemde yetiştirmenin gerçekleştirilebileceği yeni kitleler ve yeni araçlar ortaya çıkmıştır. Sosyal medyalara (İnstagram, Youtube, X (Twitter) vb.) yoğun bir kitlesel talep olmuştur. Bu noktada sosyal medyalar tahmin edilemeyecek büyüklükte ekonomik, politik ve kültürel kârlılıkların kaynağı olabilme özelliği göstermektedir. Nitekim 2023 yılında wearesocial digital2023 verilerine göre 4.76 milyar sosyal medya kullanıcısı toplam dünya nüfusunun yüzde 59.4'ünü oluşturmaktadır. Bu büyüklükte bir kitlenin kendiliğinden oluşması ve mesaj sistemlerinden uzak kalmasının mümkün olmayacağı varsayımı kabul edilebilir. Bu anlamıyla global ve yerel ölçekte yetiştirme çalışmalarının sosyal medyalar ve dijital video içeriklerine odaklanması, kuramın ve mevcut yetiştirme rollerinin anlaşılabilmesi açısından önem taşımaktadır.

Televizyonun kendisini yeniden ürettiği ve modern düzeni kontrolünde tutup şartlara uygun dönüşüm yaşadığı gözlemlenebilir. Bu açıdan bakıldığında dijital yayın platformu içeriklerinin ne tür mesaj sistemleri barındırdığını saptamak gereklidir. Dijital yayın platformlarına ilişkin yetiştirme rollerinin ve bu platformları izleme düzeyleriyle,

sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları arasındaki nedensellik durumlarına dikkat çekmek önem taşımaktadır.

İzleyiciler günümüzde isteğe bağlı izleme eğilimindedir. Bu açıdan günlük izleme alışkanlıklarında VOD (isteğe bağlı video) daha baskın hale gelmektedir (Nielsen, 2016). Bu kapsamda abonelik sistemine bağlı izleme gerçekleştiren kişi sayısı hızla artmaktadır. Nielsen Company tarafından belirtildiği üzere 2016 Eylül ayında televizyon kullanan hanelerin %53'ünün SVOD (İsteğe Bağlı Abonelikli Video) hizmeti için ödeme yaptığı belirtilmektedir (Nielsen, 2016, Eylül). 2023 yılına geldiğinde ABD için bu oran Netflix, Prime Video ve Hulu için yüzde 83 olarak saptanmıştır. Daha detaylı bilgiler Leichtman Araştırma Grubu raporlarında mevcuttur (http 6, Erişim: 10.10.2023).

Dijital yayın platformları Gerbner'in sözünü ettiği hikâye anlatıcılığını gerçekleştirmektedir. Bu hikâyeler ortak kültürel deneyimlerimize ve anlayışlarımıza katkıda bulunmakta ve ticari amaçlar doğrultusunda hazırlanmaktadır (Gerbner, 1988). Televizyon son dönemlerde oldukça kişisel bir deneyim sunmaktadır (Oliver vd., 2012). Bu özelliği internet aracılığı ile toplanan veriler yoluyla gerçekleştirdiği düşünülebilir.

Dijital platformlarda izleyicinin geleneksel televizyona oranla daha aktif bir seçim yapmasına izin verilmektedir. Program akışı, bir programın bir bölümün tamamlanmasının ardından izleme devamlılığını teşvik etmektedir. Bu teşvik otomatik oynatma özelliği aracılığıyla sağlanmaktadır. Ayrıca algoritmik olarak bilgilendirilmiş platformlar bu bilgiler doğrultusunda öneriler sunmaktadır. Bu nedenle çevrimiçi orijinal yayınlar, seçici görüntüleme sürecini destekliyor olsa da belirli mesaj sistemlerine sahip dizilerin sürekli izlenmesini kasıtlı olarak kolaylaştırmaktadır (Krongard ve Vogel, 2020). Bu otomatik akış planı çerçevesinde dijital platformlar, programın birden fazla bölümünün üst üste tüketilmesi veya bir sezonunun tamamının bitirilmesini teşvik etmektedir. Tivo Araştırma Grubunun verilerine göre bu işlevler aşırı izleme (binge-watching) davranışını artırmaktadır. Amerikan kültüründe aşırı izlemeye yönelik olumsuz algıların düştüğü görülmektedir. Yapılan bir araştırma kapsamında katılımcıların %92'sinin en az bir kere aşırı izleme davranışında bulunduğu saptanmıştır (http 7, Erişim:13.09.2023).

Binge watching eylemi izleyicinin gündelik yaşamının içerisinde sıkıştırılmış ve yaratılmış bir boş zamanın oluşturulmasıyla ilişkilidir. Öyle ki başka herhangi bir etkinlik (dışarı etkinlikleri, çalışma, para kazanma, spor yapma ya da sanatsal faaliyet) yapılmadan aşırı içerik tüketimi için izleyici gönüllü olmaktadır. Bu açıdan dijital izleme

kültürünün içeriklerinin hikâyeleri ve mesaj sistemlerini ortaya koymak önem taşımaktadır.

Krongard ve Vogel (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışma kapsamında çevrimiçi yayın platformlarındaki şiddet sunumu ele alınmıştır. Şiddetin geleneksel televizyon ile paralel özelliklerde sunulduğu saptanmıştır. Bu çalışmada ele alınan içeriklerde şiddet dozunun izleyicinin duyarsızlaşma eşiğinin artmasına paralel olarak artışı sonucuna ulaşılmıştır. Duyarsızlaşmanın nedeninin aşırı izleme ve yoğun içerik tüketimiyle ilişkili olduğu ihtimali üzerinde durulmuştur. Bu durumun şiddet sunumunun sıklığından çok daha derin anlamları olduğu araştırmacılar tarafından tartışılmaktadır. Çünkü dijital yayın platformlarını izleme fenomeni, sürekliliği ve yeniden katılımı yüksek düzeylere çıkarmaktadır. Çalışma kapsamında yoğun izleme ile oluşan şiddeti algılama biçimlerinin (kadın düşmanlığı ve ırkçılık) kalıcılığı ve tehlikeli boyutlara geldiği üzerinde durulmaktadır (Krongard ve Vogel,2020).

Dijital yayın platformlarının izlemeye ilişkin tanımları sürekli değişmekte ve güncellenmektedir. Yaygın mesajları anlayabilmek, geçmişteki klasik izlemeden elde edilen semboller kültürünü algılamaktan çok daha kritik öneme sahiptir. Yetiştirme delilinin bulunmasına gerek kalmadan mesaj sistemlerini anlayabilmek ve bu mesaj kalıpları ile kurumsal sahipliğin çıkarları arasında bağlantılar kurabilmek bile başlı başına bir kuramsal katkı olacaktır.

Çevrimiçi programların yoğun olarak izlenmesi, kültürel, sosyal ve politik ideolojiler alanlarındaki bireysel farklılıklara karşın harmanlanarak ortak bir dünya görüşü üretebilir. Kişiselleştirme olanakları ve art arda izleme, gruplar arasında sosyal gerçekliklerin yakınlaşmasına yol açan anaakımlaştırma etkilerinin oranını potansiyel olarak artırabilir (Krongard ve Vogel,2020).

Genç yetişkinlerin yaşam tarzını etkileyen faktörler arasında OTT platformlarının önemli bir rol oynadığı düşünülebilir. Özellikle Netflix, Amazon Prime, Disney+ Hotstar gibi platformlar aracılığıyla izlenen içeriklerin gençlerin giyim tarzı, ev dekorasyon tercihleri ve yeme alışkanlıkları üzerinde etkisi olduğu gözlemlenebilir. Bu alışkanlıkların (algılama biçimlerinin) dolaylı ya da doğrudan bir biçimde platformların mesaj sistemleri doğrultusunda şekillendiği düşünülebilir.

Çağdaş medya tüketiminde önyargısal, rastlantısal izleme, çoklu izleme ve aşırı izleme biçimleri görülmektedir. ABD bağlamında yeni nesil izleme alışkanlıklarına göre tüketim, karakterlerle özdeşleşme özellikle empatik özdeşleşme ile gerçekleşmektedir.

Ekranda gördükleri karakterler ile duyuşal-empatik özdeşleşme yapan izleyiciler, bu karakterlerle gerçek yaşamda da özdeşim kurabilir (Pauley, 2021). Bu kişilerin sembolik dünyanın mesajları doğrultusunda geliştirdikleri tutum ve algılama biçimlerinin gerçek dünyalarındaki algılama biçimlerinde ve davranışlarında da kendisini göstermesi beklenebilir.

OTT platformları açısından öne çıkan Netflix, birbiriyle ilişkili olan akademik alanların yeni çalışma pratiklerinin ortaya çıkmasında rol oynamıştır. Bugün Netflix'e ilişkin yapılan literatür taramalarında izleme alışkanlıklarından, içerik türlerine, ekonomi-politik yapısından, popüler kültüre vb. onlarca çalışmaya rastlamak mümkündür. Netflix'in bu özel durumu aslında kendi içeriklerini üreten farklı kültürdeki yapımcılara ulaşması ve bu içerikleri kütüphanesinde saklayarak abonelerine sunması ile ilişkilendirilebilir. Bu kültürel üretim biçimi özellikle televizyon programlarının gelecekte evrileceği hal olacak mı bunu ilerleyen zamanlarda görme şansı olacaktır. Ancak yarışma, dizi, talk show konseptleri vb. program türlerinin karşılıklı ithal edildiği bilinen bir gerçektir. Geçtiğimiz dönemlerde özellikle ABD'de reytingleri ele geçiren hemen her tür program dünyanın birçok ülkesine yayılmıştır. Türkiye özelinde (Çarkıfelek, Kim Milyoner Olmak İster vb.) bu yolla yapılmış farklı içerik türleri ve dramaları bulunmaktadır.

Televizyonun dönemin şartlarına çok hızlı bir biçimde adaptasyon gösterebilme özelliği Netflix benzeri bir (satın al, üretimine destek ol ve yayımla) mantığa geçmeyi mümkün kılabilir. Netflix benzersiz bir SVOD modeli geliştirmiştir. Bu model başka ülkelerdeki kültür endüstrilerine yatırımlar yapmak üzerine kuruludur. Böylece o ülkede reklamlara çok büyük paralar harcanmadan tanıtımlar yapılmaktadır. Ayrıca ülke insanının (özellikle gelişmekte olan ülkeler) yerel sembollerini ve kendisinden olanı Netflix'in kütüphanesinde görmekten duydukları gurur ve haz ekonomik geri kazanım olarak Netflix'e dönmektedir. Bu başarı televizyonla verilen büyük bir mücadelenin sonucu olarak değerlendirilmemelidir. Endüstrinin televizyon ve OTT platformları arasında bir rekabet yarattığı gerçektir ancak bu rekabet bir tarafın kaybetmesi mantığından ziyade toplumların sosyal gerçekliğinin pay edilmesi üzerine inşa edilmiştir. Nitekim televizyon özellikle 2000 sonrası doğan kuşağa bazı noktalarda kültürel mesajlarını tam olarak aktarma konusunda yetersiz kalabilir. Tam bu noktada aynı kuşağın fanatiklik derecesinde takipçisi olduğu OTT platformları devreye girmektedir. Bu senfonik uyum ve paydaşların bir şekilde toplumun temel anaakımını kontrol etme ve

yönlendirme isteği vardır. Bu istek doğrultusunda birbirini destekleyen ve eksik kalan yerleri tamamlayan yeni kitlesel araçlar ortaya çıkmaktadır. Bu araçların bireylerin kültürel algılama biçimlerini uzun vadeli ve dolaylı bir şekilde etki altına aldığını düşünmek bu platformların yetiştirme rollerini araştırmak açısından önemli olacaktır.

OTT platformları, izleyici bir şeyi izlemeyi bitirdikten hemen sonra bir sonraki bölüme otomatik olarak yönlendiren bölüm sonu işlevine sahiptir. Bu durum, "hiç bitmeyen, kişiye özel zevk akışını" yaratmaktadır (Uricchio, 2004, s. 178). Kişisel zevklere yönelik öneriler izleme pratiklerine ilişkin deneyim kazanan -veri toplayan, öğrenen ve ölçen- bir algoritma tarafından yönlendirilir (Ladeira, 2019).

Dijital yayın platformlarının özellikle de Netflix'in ortaya çıkması ve popülerleşmesi, televizyonun sonu gibi söylemleri ortaya çıkarmış olsa da gerçek başkadır. Netflix ve diğer platformlar, medyanın asırlık tarihine kesinlikle bükülme noktaları getirmiştir. Bu şirketler tarafından sunulan ürün türüyle ilişkili yenilik fikrine aşırı bir vurgu yapılmaktadır. Aslında yatırımlarının ve popüler ürünlerinin büyük bir kısmı televizyon modelinin mirasıdır (Castellano ve Meimaridis, 2021, s. 213). Günümüzde geldiğimiz noktada görsel olan her şeyin sosyal medya platformlarına yüklenmek ve paylaşılmak üzere oluşturulduğu düşünülmektedir (Onursoy, 2019 s. 2). Bu doğrultuda dijital yayın platformlarının devraldığı televizyon mirasının incelenmesi ve algılanabilmesi yetiştirme kuramının önermeleriyle mümkün olabilir.

4. BÖLÜM: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE YETİŞTİRME ARAŞTIRMALARI VE YETİŞTİRME KURAMINA YÖNELİK ELEŞTİRİLER

Bu başlık altında dünyada ve Türkiye’de yapılan yetiştirme araştırmaları incelenmiştir. Daha sonra da Yetiştirme Kuramına yapılan eleştirilere değinilmiştir.

4.1 Dünyada ve Türkiye’de Yetiştirme Araştırmaları

Aşağıda önce dünyada yetiştirme araştırmalarına ilişkin bilgiler aktarılmıştır.

4.1.1 Dünyada Yetiştirme Araştırmaları

Hetsroni ve Tukachinsky tarafından 2006 yılında yapılan araştırma televizyon izleme ile gerçek dünya algılamaları arasındaki ilişkiyi üç konuda ele almıştır. Bu konular suçluluk yaygınlığı, şiddet suçlarının dağılımı ve yaşlı insanların temsili olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında İsrail’de yayınlanan televizyon programlarına içerik çözümlemesi yapılmıştır. Bu araştırmada şiddet, suç ve yaşlılar üzerine yoğunlaşmıştır. 3 hafta boyunca iki kanalda yayınlanan programlar üç farklı zaman dilimi kategorisine göre ele alınmıştır. Akşamın erken saatleri, prime time saatleri ve gece geç saatlerde yayınlanan programlara cinayet, tecavüz, soygun, ağır saldırıların yüzdesi, suçlu ve sabıkalı olan karakterlerin yüzdesi ve 65 yaş üstü karakterlerin yüzdesine göre içerik çözümlemesi uygulanmıştır. Toplamda 210 saatlik çözümleme yapılmıştır. Çözümleme kodlamaları araştırmacılar tarafından 3 saatlik eğitimin verildiği 4 öğrenci tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda elde edilen verilere göre program saatleri farklılığına göre önemli bir fark bulunmamıştır. Ekranda suç olarak gösterilen 1221 suçun %25.5’i (ABD’de %23) şiddet içerdiği saptanmıştır. Konuşma gerçekleştiren 3892 karakterin %12.5’i (ABD’de %10) suçlu %4.2’si (ABD’de %3) ise yaşlılardan oluştuğu görülmüştür. Bu veriler ışığında İsrail ve ABD’de yayın yapan televizyonlar arasında bulgular birbirine yakın olarak gösterilmiştir. Araştırmaya 591 katılımcı dahil edilmiştir. Bu katılımcılara televizyon dünyasının ve gerçek dünyanın tahminlerine yönelik sorular, örnekleme iki gruba ayırarak iki hafta aralıklarla sorulmuştur. Anket kapsamında şiddet içeren suçların tahmini, suçluluğun yaygınlığının tahminini ve yaşlıların nüfus içindeki payının tahminlerinin alındığı 3 yetiştirme sorusu yönlendirilmiştir. Verilen yanıtlar ile televizyon izleme arasında bir korelasyon olup olmadığını anlayabilmek açısından

katılımcılara günde ne kadar televizyon izledikleri açık uçlu bir biçimde sorulmuştur. Sonuçlar kapsamında gerçek dünyaya yönelik yanlış yönlendirilmiş algılarla televizyon izleme arasında istatistiki olarak ilişki olduğu anlaşılmıştır. Sonuçlar Gerbner ve Gross 1976, Gerbner vd., 1994 çalışmaları ile uyumlu çıkmıştır. Araştırmacılar izleyicileri geleneksel yetiştirmeden farklı bir biçimde kurgulamışlardır (hafif izleyiciler, düşük-orta izleyiciler, yüksek-orta izleyiciler ve ağır izleyiciler). Yetiştirme düzeyini de kendi içinde birden fazla katmanda ele almışlardır (aşırı yetiştirme, basit yetiştirme, çifte çarpıtma, basit yetiştirmenin olmaması, bozulma olmayanlar).

Williams (2006) tarafından yapılan bir araştırma kapsamında sürükleyici bir oyun oynamanın gerçek dünya hakkındaki algıları değiştirip değiştirmediği yetiştirme varsayımları ile incelenmiştir. Oyun dünyasının ve oyunlara ilişkin sermayenin göz ardı edildiğini belirten Williams, finansal olarak oyunların satışlarının sinema satışlarını geçtiğini ve ABD’de oyunların yalnızca gençler tarafından değil 35 yaş üzerinde olan kişiler tarafından da oynandığını belirtmiştir. ABD’de 1 milyondan fazla kişinin Warcraft oynadığını ve bu nedenle yetiştirme etkilerinin oyun alanlarında gerçekleşebilme olasılığından söz etmektedir. Giderek daha popüler hale gelen çevrimiçi oyun oynama pratiklerinin eğlencenin ortak kaynaklarından birisi olduğu görülmektedir. Oyunlar, heterojen nüfusların sosyalleşmesi açısından ucuz ve her an ulaşılabilir yapılardadır. Hikâyelerle kendi içinde tutarlı bir drama sunması ise yetiştirme önermeleri ile paralel görülmektedir. Bu özelliklerin televizyon özellikleri ile benzerliği dikkat çekmektedir. İnternet kullanıcılarının %75’inin oyun oynadığını ve bu anlamıyla oyun kültürünün görünenden daha fazla bir etkisi olduğu Williams tarafından belirtilmektedir. Her ne kadar benzerlikler olsa da televizyon ve oyunların birbirinden farklı olduğu birçok nokta olduğu da görülmektedir. Televizyon izleyicileri sabit bir nicelik özelliğinde iken oyuncular özellikle etkileşimli açık dünya oyunlarında aktif birer değişkendir. Williams araştırması kapsamında 213 katılımcıdan veri almayı başarmıştır. Bu katılımcıların 138 tanesi kontrol grubu 75 tanesi ise deney grubunu oluşturmuştur. 4 suç olayının yüzdelerinin tahmininden oluşan yetiştirme çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu testler herhangi birisinin “silahlı bir soyguna uğrama olasılığı”, “yabancı biri tarafından saldırıya uğrama olasılığı”, “tecavüze uğrama olasılığı” ve “herhangi biri tarafından öldürülme olasılığı” ile ilişkilidir. Katılımcılardan bu ifadelerle 0-100 arasında bir değer vermeleri istenmiştir. Bu testlerden yalnızca silahlı soyguna uğrama ifadesi oynanan oyun ile ilişkili

bir sonuç vermiştir. Araştırma sonucunda deney grubu ve kontrol grubu açısından bu test özelinde anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

Tsay-Vogel, Shanahan ve Signorielli tarafından (2018) yılında gerçekleştirilen araştırma kapsamında yetiştirme varsayımları Facebook'un mahremiyet algılaması üzerinde ele alınmıştır. Yetiştirme etkisinin ölçülebilmesi amacıyla veri toplama ve değerlendirme süreci 5 yıl boyunca sürdürülmüştür.

Araştırma yetiştirme kuramının sosyal medyaya uyarlanması bakımından önem taşımaktadır. Araştırma 2010 ve 2015 yılları arasında Facebook kullanıcılarıyla yapılan anketler ve gözlemler üzerine kurulmuştur. Katılımcıların gizlilik algıları ve kendini ifşa etme davranışları incelenmiştir. Veriler ABD'de iki büyük üniversitede iletişime giriş dersleri kapsamında ardışık yıllar boyunca aynı anket uygulanarak toplanmıştır. Çalışmaya toplamda 2789 kişi katılmıştır.

Anket setinde önce Facebook kullanımını, gizlilik algılarını ve kendini ifşa etme davranışlarını ölçen maddeler daha sonra da demografik sorular yönlendirilmiştir. Facebook kullanımı ele alınan beş yıl boyunca istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde düşüş eğilimi göstermiştir. Gizlilik algıları noktasında mahremiyetin üç boyutu 7'li Likert ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Bu boyutlar genel gizliliğe yönelik tehditler, çevrimiçi gizliliğe yönelik tehditler ve devletin gizliliği korumasına desteklerden oluşmaktadır.

Genel gizliliğe yönelik tehditler boyutunda “insanlar kişisel bilgilerini ifşa etme konusunda dikkatli olmalıdır”, “bilgilerimin herkese açık olduğu fikri kendimi tehlikede hissetmeme neden olmaktadır” vb. 8 değer ifadesinden oluşmaktadır

Çevrimiçi gizliliğe yönelik tehditler boyutunda 10 maddelik değer ifadeleri test edilmiştir. Bu ifadelerden bazıları “internet ciddi gizlilik sorunlarına neden olmaktadır”, “çevrimiçi insanlara güvenmek konusunda temkinliyim” ve “çevrimiçi bilgilerimin çalınması fikri beni endişelendirmektedir” şeklindedir.

Devletin gizliliği koruması noktasında destek boyutunda 3 değer ifadesi yöneltmiştir. “Hükümet yetkisi olmayan kişilerin kişisel bilgilerin erişmesini engellemek için daha fazla adım atmalı”, “kişisel bilgiler içeren bilgisayarlar ve veri tabanları yetkisiz erişime karşı korunmalıdır” ve “hükümet çevrimiçi ortamda kişisel bilgilere izinsiz erişimi önlemek için daha fazla çaba göstermelidir” ifadeleri bu boyut kapsamında katılımcılara yöneltmiştir.

Kendini ifşa etmeye ilişkin ise iki boyut ele alınmıştır: çevrimiçi ve çevrimdışı kendini ifşa etme.

Bu boyutlar dolayımında Facebook kullanımı az olanlar ile çok olanlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı hem değer bazında hem de yıldan yıla test edilmiştir. Kullanım düzeyi az olan bireylerin mahremiyet konusundaki görüşlerinde Facebook'un hiçbir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Yoğun kullanıcıların mahremiyet endişeleri ile hafif kullanıcılar arasında anlamlı bir ilişki özellikle 2010 yıllarından 2012'li yıllara kadar olan çalışmalarda çok belirgin iken 2012 yılından itibaren bu farklılıklar azalmış ve gruplar daha yüksek gizlilik endişeleri noktasında anaakım haline gelmiştir.

Genel hatlarıyla bu çalışma, sosyal medyanın kullanıcıların mahremiyet algıları ve kendini ifşa etme davranışı üzerinde bir rolü olduğunu ifade etmektedir. Facebook'u uzun dönemli kullananlar açısından tehdit algılamaları artış gösterirken daha az kullananlar açısından böyle bir durumdan söz etmek pek mümkün görünmemektedir. Ancak yoğun kullanıcıların ve hafif kullanıcıların algılamalarının ise yıldan yıla birbirine yaklaştığı gerçeği göz ardı edilmemelidir. Bu durum anaakımlaştırma savlarının yetiştirme kuramı açısından önemini de göstermektedir.

Hayes tarafından 2023 yılında seri katillere ilişkin medya algıları ile popüler medya içerikleri arasındaki bağlantı incelenmiştir. Bu anlamda medya içeriklerine ilişkin 3 tema oluşturulmuştur. Bu üç tema seri katil cinayetlerinin soruşturmasında yer alan profesyonellerin seri katiller ile ilgili algılamalarında popüler medyanın rolü olup olmadığı noktasında yöneltmiştir. Medyada yer alan seri katil sunum biçimleriyle cinayet dedektiflerinin seri katil algılamaları arasında bir korelasyon olduğu saptanmıştır. Dedektiflerin çok ciddi seri katil olay deneyimi olmasa da medya içerikleri mitler ve stereotipler ile ilgili inanç sistemi yaratmaktadır. Gerçek dünya deneyim eksikliklerinin medya içeriklerinden elde edilen algılar yoluyla giderildiği bulgulanmıştır. Bu araştırma kapsamında yetiştirme öyle güçlü ve derin bir biçimde gerçekleşmektedir ki konuların uzmanları dahi medya dünyasının abartılı ve yanlış gerçeklerine inanma konusunda etkilenebilmektedir sonucunu ortaya konmuştur.

Wei vd. (2020) tarafından yapılan bir araştırma Yetiştirme kuramından yola çıkarak, Twitter kullanıcılarının belirli markalar hakkında attığı tweetleri nasıl algıladığını ve mesaj türlerinin marka tutumlarını nasıl etkilediğini incelemektedir. Çalışma, on katılımcının her birinin farklı bir markanın Twitter hesabını takip ettiği bir nitel çalışma ile başlamış ve 12 hafta boyunca algıları ve tweetleri izlenerek dört yıl sonra

yapılan anketle tamamlanmıştır. Bulgular, markaya yönelik mesajların ve görsellerin tüketicilerin markalara karşı tutumlarını önemli ölçüde etkileyebileceğini göstermektedir. 10 katılımcıdan 7'si markayı takip etmenin markayla olan bağı artırdığını söylemiştir. Bu bağlılık gereksinim duyulduğunda markadan ek ürünler satın alma ile sonuçlanmıştır. Araştırmaya göre Twitter'a yeterince maruz kalmak tüketicilerin markalara yönelik tutumlarını şekillendirmektedir. Buradan hareketle bir hikâyeye yeterince maruz kalmak diğer nedenlerden kaynaklanan bakış açılarını emdiğinden veya geçersiz kıldığından anaakımlaştırmanın gerçekleştiği söylenebilir. Yapılan ilk araştırmadan 4 yıl sonra gerçekleştirilen takip anketinde katılımcıların 5'inin markayı hâlâ takip ettiği bulgusu elde edilmiştir. Takip etmeyi bırakanlar dahil katılımcıların markaya yönelik olumlu algıları yetiştirildiği bulgusu takip anketinde ortaya çıkarılmıştır. Ancak bu olumlu tutumlar satın alma davranışına doğrudan etki etmemiştir. Araştırma sonuçlarına göre Twitter derin yetiştirme etkileriyle sonuçlanan tüketici yatkınlıkları oluşturabilir, bu nedenle yetiştirme Twitter vb. mikroblog kanalları için geçerlidir. Ayrıca Twitter'ın dinamik ve hızlı anlatı sistemi sürekli, dinamik, devam eden bir etkileşim süreci yaratmaktadır. Markalaşma ve tüketim konusunda coğrafi sınırlar tweetler aracılığıyla aşıp, markaların tweetlerine daha fazla maruz kalmak farklı görüşlere sahip takipçileri birbirine yaklaştırabilir ve satın almayı teşvik edebilme özelliğine sahiptir. Burada maruz kalmanın kalitesinin de tüketici algıları ve marka algıları üzerinde etkili olduğu ortaya konmuştur.

Abbas ve Karadavut (2017) tarafından yapılan araştırmaya göre estetik cerrahiye olan tutumları belirleyen faktörler üzerine yapılan bir çalışma hakkında bilgi verilmektedir. Çalışmada, estetik cerrahiye başvuran erkek hastalar ile herhangi bir kozmetik işlem istemeyen sağlıklı erkek gönüllüler arasında anketler yapılmıştır. Bulgular noktasında televizyon izleme süresinin artmasının, sosyal medya kullanımının sık olmasının ve erkeksi cinsiyet rolü stresinin yüksek olmasının, erkekler arasında estetik cerrahiye olan algılamalar üzerinde rolü olduğu anlaşılmıştır.

Levy tarafından 2021 yılında yapılan araştırma kapsamında ideolojik olarak uyumlu haber tüketiminin kutuplaştırmayı artırıp artırmadığı tartışılmaktadır. Sosyal medya haberlerine maruz kalma ile kutuplaşma arasında bir ilişki olup olmadığı tartışılmaktadır. Araştırma sonucuna göre sosyal medyalar algoritmaları sayesinde karşıt görüşlü haber gösterimini sınırlayarak, kişiye özel rastlantısal haber tüketimini teşvik etmektedir. Bu açıdan bakıldığında tüketilmeye teşvik edilen haberler ile kişinin mevcut

tutumları arasındaki paralel ilişki nedeniyle rezonans etkisinin yaratılabileceği ima edilmektedir. Bu noktada hareketler çevrimiçi haber tüketiminin kutuplaşmayı artırabileceği yönünde veriler bulgulanmıştır. Sosyal medyalar algoritmik yapısıyla birbirini tekrar eden, destekleyen haber ve içerikleri sunarak bir mesaj sistemi yaratmaktadır. Böylece bireylerin sosyal gerçekliğine ve bağlı bulunduğu ideolojik düşünsel yapılarıyla uyumlu mesajlara daha fazla maruz kalması bir rezonans yaratmaktadır.

De Silva tarafından 2023 yılında yapılan medya tüketimi ile suç korkusu arasındaki ilişkiyi içeren mevcut araştırmaların özetlendiği makaleye göre incelenen araştırmaların birçoğunun suç korkusu ile medya tüketimi arasında pozitif bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Medyanın sansasyonel ve dramatik suçlara odaklanma eğilimi ve medyanın bireylerin gerçeklik algısı üzerindeki yetiştirme etkileri bu pozitif ilişkinin temelindeki sebepler olarak bulunmuştur. Araştırma kapsamında Google Scholar, Web of Science, PubMed, JSTOR, Science Direct ve PsycINFO veri tabanlarında “media consumption”, “fear of crime”, “cultivation theory”, “social learning theory” ve “mean world syndrome” anahtar kelimeleri taranarak ilgili literatüre erişilmiştir. Araştırma 1980-2022 yılları arasında İngilizce olarak yayınlanmış makaleler ile sınırlandırılmıştır. Arama başlıklarında elde edilen sonuçlara göre 100 makaleye ulaşılmıştır. Konuyla ilgisi olmayanlar, içeriğe uygun olmayanlar ve kopyaları çıkarıldıktan sonra 15 makale incelemeye değer görülmüştür. Suçla ilgili haber ve eğlence medyasına maruz kalmanın daha yüksek düzeyde korkuya yol açtığı saptanmıştır. Medyada suçun çarpık bir biçimde sunulması, toplumda suçun yaygınlığına ilişkin çarpık bir görüntü sunmaktadır. Bu durum da bireylerin suç korkusunu artıran bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Makalelerden elde edilen bir başka sonuç ise medya tüketiminin bireylerin gerçeklik algılamaları üzerinde bir yetiştirme etkisinin olabileceği yönündedir. Bu yetiştirme rolü bireylerin suçu olduğundan daha yaygın bir biçimde algıladığı ve dünyanın olduğundan daha tehlikeli bir yer olmasıyla ilişkilidir. Bu noktada risk ve tehlike algısındaki artış suç faaliyetlerine ilişkin korkuyu artırabilir. De Silva’ya göre medya kuruluşları suçla ilgili haberleri doğru ve tarafsız bir şekilde rapor etmeli ve olayları abartmadan toplumda suçun daha az bozulmuş bir görüşünü teşvik etmelidir.

Pervaiz tarafından 2023 yılında gerçekleştirilen çalışma kapsamında Pakistan’daki gençlik kültürü üzerinde televizyon dizilerinin rolü araştırılmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerin dramalarının gelişmemiş ülkelerde gösterimiyle ortaya çıkan aşırı

yoğun izleme ve olumsuz etkilerinin Pakistan yaşam tarzı üzerindeki durumu kontrol edilmek istenmiştir. Yetiştirme kuramının varsayımları ile oluşturulan anket 190 öğrenciye uygulanmıştır. Araştırma, medyanın Pakistan toplumunda giyim, yiyecek, dil ve yaşam tarzı, gelenekler, sosyal normlar ve değerler üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar, Gerbner'ın kitle iletişim araçlarına ilişkin değerlendirmeleriyle paralel olarak çok uluslu medyanın gençler üzerinde olumsuz bir etki yarattığını ve Pakistan yaşam tarzı ve kimliği üzerinde negatif bir etkisi olduğunu göstermektedir. Yetiştirme Kuramına göre, bu araştırmada, insanların belirli türdeki medya mesajlarına ne kadar çok maruz kalırlarsa onları özümseme ve bunlara inanma olasılıklarının daha yüksek olduğu ifade edilmektedir. Televizyon dizileri genel olarak çok uluslu medya şirketlerinin içeriklerinden oluşmaktadır.

Anyiwo vd. tarafından 2018 yılında gerçekleştirilen çalışma kapsamında siyahi ergenlerin televizyon izleme yoğunluğu ile anaakım cinsiyet rollerini ve güçlü siyahi kadın şemasını benimseme biçimleri arasında bir ilişki olduğu saptanmıştır. 121 siyahi ergenin katıldığı anket çalışmasında 29 popüler televizyon programının izlenme oranları ve haftalık izleme süreleri ölçülmüştür. Programlar içerisinde siyahilere yönelik olanların izlenmesi ile güçlü siyahi kadın şemasının benimsenmesi açısından pozitif bir algı yaratıldığı görülmüştür. Bu çalışma kapsamında bireylerin izledikleri programların ırksal yapısı ile algılama biçimleri arasında bir ilişki olduğunun saptanması önem taşımaktadır.

4.1.2 Türkiye’de Yetiştirme Araştırmaları

Veysel Batmaz tarafından yapılan çalışma (televizyonun etkileri) ilk yetiştirme araştırmalarındandır. Prof. Dr. Oya Tokgöz danışmanlığında yürütülen doktora tez çalışmasında kitle iletişim araçlarının toplumsal olarak bir etkisinin olup olmadığı konusunu araştırmıştır. Televizyonda şiddet sunumu ile gençlerin şiddet algılaması arasında bir ilişki olup olmadığı araştırma kapsamında incelenmiştir. Çalışmanın varsayımı gençlerin televizyon izleme süresi arttıkça değer yargıları da televizyon mesajlarına paralel olarak yetiştirme etkisi sunacaktır şeklinde oluşturulmuştur. Çalışma kapsamında şiddet ve şiddet içeriklerinin televizyonda gösterildiği öncülünden hareket edilmiştir. Televizyon içeriklerinde şiddet yoğun bir kurgulamanın saptandığı araştırmada televizyonun henüz çok yeni olması ve televizyon ile yetişmiş bir kuşağın tam olarak yerleşmemesi nedeniyle güçlü bir yetiştirme rolü ortaya çıkmamıştır. Batmaz'ın 1986

yılında gerçekleştirdiği çalışma Türkiye’deki ilk yayınlar özelinde birçok önemli bulgu sunması açısından değerlidir. Çalışma kapsamında kurumsal süreç çözümlemesi yapılmamıştır.

Ömer Özer tarafından yapılan “Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi” adlı doktora tezi Yetiştirme Kuramının tüm bileşenlerinin uygulandığı ilk ve en kapsamlı araştırmadır. Bu tez televizyonun yetiştirme rolünü Kültürel Göstergeler Projesi varsayımlarına göre ölçmeyi ve değerlendirmeyi amaçlamıştır. Kurumsal süreç çözümlemesi kapsamında Ankara’da çalışan muhabirler üzerine saha araştırması yapılmıştır. Türkiye’de o dönem medya yapısının nasıl olduğu, medyanın kültürel üretim sürecinde yaşananlar, üretimin belirleyicileri, kurumsal hiyerarşinin kültürel üretim üzerindeki etkisi vb. soruların yanıtlarını alabilmek açısından haberlerin üretiminde görev alan muhabirlere ulaşmak kurumsal süreç çözümlemesi yapılabilmesi adına gerekli görülmüştür. Bu anketlerde muhabirlerden hem Türkiye’deki genel durum hem de kendi kurumlarına ilişkin genel durum değerlendirmesi yapmaları istenmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında mesaj sistem çözümlemesi 5 günlük bir süreci kapsayacak bir şekilde beş farklı televizyon kanalının ana haberleri üzerinde gerçekleştirilmiştir (TRT1, Atv, Kanal D, Show ve Star). Araştırmanın üçüncü ayağında ise Ankara Üniversitesi Fen Fakültesi’nde öğrenim gören 355 öğrenci üzerinde yetiştirme ve anaakım araştırmaları yapılmıştır. Yapılan tez çalışması sonucunda Türkiye’deki televizyonların mesaj sistemleri ile ABD’deki televizyon dünyasının benzer olduğu görülmektedir. Haberlerde yoğun bir biçimde şiddet gösterimi olduğu görülmüş ve karakterlerin büyük çoğunluğunun erkek olduğu görülmüştür. Bu mesaj sistemleri doğrultusunda elde edilen veriler ile ilişkili 44 yargı yetiştirme ve anaakım varsayımları olarak test edilmiştir. 11 yetiştirme testinden 7’si televizyonun yetiştirme rolü olduğunun kanıtı olarak ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında ele alınan şiddet algılama biçimlerinde büyük bir oranda yetiştirme ve anaakımlaştırma sonucu verdiği görülmektedir. Kuramın tüm bileşenlerinin uygulanması, Türkiye’deki televizyon dünyasının ele alınan dönemdeki mesaj sistem yapısını sunması ve yetiştirme çalışmalarının öncüsü olması nedeniyle tez çalışması önem arz etmektedir. Özer, Yetiştirme kuramına ilişkin çalışmalarına devam etmektedir. Yetiştirmenin uzun ve dolaylı etkilerini Türkiye açısından görebilmek adına Özer’in çalışmaları bir referans olarak değerlendirilebilir.

Türkiye’de yapılan araştırmalar konusunda Yetiştirme Kuramı bileşenlerinin kuramın teorik ve yönetsel sınırları içerisinde yapılıp yapılmadığı Özer tarafından derlenmiştir. Bu anlamda genel olarak çalışmaların eksik yönlerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Özer, 2021a, s. 601-605).

- Örneklem seçimi ile ilgili yanlışlar mevcuttur. Bazı çalışmalar da mesaj sistem çözümlemesi yapılmaya çalışılmıştır ancak burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta mesaj sistem çözümlemesinin yapılacağı tarihlerin ve saatlerin Gerbner vd. önerileri doğrultusunda kurulması gerekliliğidir. (Prime-Time, Ana Yayın Kuşağı bn.)
- Mesaj Sistem Çözümlemesi bir açıdan bakıldığında içerik çözümlemesi olarak görülebilir. Ancak çözümlemenin kendine ait kuralları bulunmaktadır. Bu yüzden bir içerik çözümlemesi olarak değerlendirmek yanlış değerlendirmelere ve yöntem sorunlarına sebep olabilir. Sürekli tekrar eden, kültüre edilen görüntüler ve semboller tek tek sayılarak bir yetiştirme rolünün olup olmadığını sorgulamak adına gerekli verileri toplamak temel amaçtır. Mesaj sistem çözümlemesi nitel yöntem araştırması değildir.
- Genel olarak yetiştirme çözümlemesi yapılan katılımcılar kendilerine yöneltilen soruların kaynağında televizyon olduğunu bilmemelidirler. Yapılan yanlışların bazıları, katılımcıların araştırmanın amacının televizyonla ilişkili olduğunu bilmesi ya da yönlendirilen soruların televizyon kaynaklı olduğunu veya televizyonun rolüne ilişkin olduğunun açıkça bildirilmesi olarak göze çarpmaktadır.
- Yetiştirme çözümlemesi yapılırken “az-çok izleme” ayrımına dikkat edilmemesi en temel sorunlardan bir tanesidir. Yetiştirmenin doğasını ve varlığını “az-çok izleme” ayrımı yapmadan doğru bir şekilde çözümlemek mümkün değildir. Bu ayrım dikkat edilmeden elde edilecek sonuçların geçerliliği sorunludur.
- Mesaj sistem çözümlemesi yapılmadan yetiştirme çözümlemesi yapılması önemli bir eksik olarak görülmektedir.
- Yetiştirme kuramı tek tek programlara ve içeriklere odaklanmaz. Bir dizi ya da bir program üzerinden yapılan araştırmalarda seçici izleme edimi ve araçsal izleme ile ilişkilidir. Yetiştirme rastlantısal ve ritüel olarak izleyiş biçiminin (toplam

içeriğin) izleyiciler üzerindeki uzun soluklu rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır.

- Yetiştirme Çözümlemesi soruları Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, Gündem Belirleme Kuramı vb. kuramların anket sorularıyla karıştırılmamalıdır.
- Yapılan çalışmaların saha araştırması uygulamasının nasıl yapıldığına ilişkin açıklamaların yetersiz olması da bir sorun olarak değerlendirilebilir.

Bu noktada genel olarak yetiştirme kuramının çözümleme bileşenlerinin uygulandığı araştırmaların yapılması sorunların azalmasını ve daha nitelikli çalışmaların yapılmasını sağlayabilir. Yetiştirme çözümlemelerinin sürekli yapılması ise çalışmaların kıyaslanması ve algılanabilmesi açısından önem arz etmektedir.

Prof. Dr. Ömer Özer'in Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde verdiği Medyada Şiddet Araştırmaları dersi kapsamında bazı çalışmalar yapılmıştır. Onlardan bir tanesi Eren Ekin Ercan ve Fatma Nur Demir tarafından gerçekleştirilmiştir. Ercan ve Demir tarafından 2015 yılında yapılan "Yetiştirme Kuramı: Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi'nde Yapılan Araştırma" kapsamında yetiştirme çözümlemesi 262 kişiye anket uygulanarak tamamlanmıştır. Anket soruları daha önce Özer, Gerbner, Batmaz ve Aksoy tarafından yapılmış mesaj sistem çözümlemelerinden elde edilen veriler doğrultusunda hazırlanmıştır. Çalışma kapsamında 9 yetiştirme testinden 2 tanesi yetiştirme rolünün kanıtını vermiştir.

Bir başkası olan ve Doruk ve Ünalın tarafından "*Cultivation Thoery A New Research in The Case Of Eskişehir*" adlı 2016 yılında yapılan çalışma kapsamında 60 yaş üstü kişilerin televizyon izleme pratikleri ile gerçeklik kavramlaştırmaları arasındaki yetiştirme rolü ortaya konmak istenmiştir. Bu anlamda 60 kadın ve 60 erkek katılımcıdan oluşan katılımcılar üzerinde yetiştirme değer sorularını içeren anket gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında uzun süreli televizyon izleme maruziyeti dolayımı ile tehlikeli dünya algıları arasında artırıcı bir rolünün olduğu ortaya konmuştur. Araştırma kapsamında katılımcılara yönlendirilen 9 yetiştirme değer sorularından 5 tanesinde televizyon izleme düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

"Gerbner'in Kültürel Göstergeler Kuramı Bağlamında Televizyon Haber İçeriklerine İlişkin Bir Araştırma" adlı çalışma Özkan tarafından 2017 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma kapsamında 3 televizyon kanalının haberlerine yönelik konular ve aktörlere ilişkin içerik çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Öne çıkan konular ve

aktörler saptanarak mesaj sistemlerine yönelik yüzeysel bir yorum ortaya çıkarılmış ve Türkiye’deki televizyon kanallarının egemen ideolojiyi ön plana çıkardığı belirtilmiştir.

2018 yılında Barış tarafından yapılan “*Çocuk Televizyon Kanallarında Tüketimci Kimliğin İnşası (Gaziantep Örneğinde Bir Yetiştirme Çözümlemesi)*” kurumsal süreç çözümlemesi, mesaj sistem çözümlemesi ve yetiştirme çözümlemesi bileşenleri ile yapılmış bir doktora tezidir. Kurumsal süreç çözümlemesi kapsamında çocuk kanallarının ortaya çıkışında neo-liberal ekonomik politikalar ve kültürel deregülasyonların etkisi olduğu gösterilmiştir. İçeriklerin düzenlenmesi ve üretilmesinde düzenleyicilerin, kurumların stratejik hedefleri ve lisanslarını aldıkları resmî kurumlara karşı sorumlulukları dolayısıyla bağımsız olmadıkları saptanmıştır. Mesaj sistemleri bakımından bakıldığında kanallar tüketimcilik bağlamında kültürel göstergelere (para, altın, mücevher, alışveriş, giyim, süs, takılar vb.) sıkça yer vermektedir. Kültürel göstergelerin gerçekte olduğundan çok daha fazla gösterildiği saptanmıştır. Tüketim pratiklerinin aşırı ve uç noktalarda yaşandığı bir sembolik dünya mesaj sistem kalıpları içerisinde görülmektedir. Barış (2018, s. 308) bu çalışmada çocuk televizyon kanallarını günde ortalama 3 saat ve üzerinde izleyen ağır izleyici çocukların tüketimci tutumlarında, az izleyen çocuklara göre yetiştirme farkı olduğunu bulgulamıştır.

Özdemir tarafından 2018 yılında yapılan “*Kadın Sunumu Örneğinde Televizyonun Yetiştirme Rolü: Üniversite Öğrencileri Bakımından Bir Araştırma*” adlı yüksek lisans tezinde elde edilen bulgular ışığında yapılan 16 yetiştirme çözümlemesinden 7 tanesi, anaakımlaştırma testlerinin ise tamamı (6) televizyonun yetiştirme rolü bakımından anlamlı çıkmıştır. Kadınlar için gündüz saatlerinin de daha tehlikeli olduğu, dünyanın daha tehlikeli bir yer olduğu, aile bağlarının önemi, çocuk sahibi olmanın önemli olduğu, şiddetin kadınlara uygulanması açısından daha sıradan bir hale geldiği ve şiddetin tanınmamış kadınlar arasında yaşandığına ilişkin yetiştirme kanıtları bulunmuştur.

Sargın (2019) tarafından yapılan “*Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Bingöl Devlet Hastanesi Personeline Yönelik Yapılan Araştırma*” adlı doktora tezinde elde edilen bulgular ışığında 12 adet yetiştirme ve anaakımlaştırma delili bulunmuştur. Bunlardan bazıları, “insanların her an saldırıya uğradığı, toplumdaki ana rollerde bulunanların genel olarak iyi insan olduğu, Türkiye’nin kalbinin Ankara ve İstanbul olduğu” şeklindeki yetiştirme rolleri olarak ifade edilebilir.

Çelik tarafından “*Şiddet, Genel Yaşam, Kişilik Özellikleri ve Yaş Bakımından Televizyonun Yetiştirme Rolü*” adlı çalışma da mesaj sistem çözümlemesi ve

anaakımlaştırma çözümlmeleri gerçekleştirilmiştir. 7 kanal üzerinde gerçekleştirilen mesaj sistem çözümlmesi kapsamında 24 dizi ele alınmıştır. Yetiştirme çözümlmeleri kapsamında 404 katılımcıya anket uygulanmıştır. Toplamda 32 değer ifadesinin 29’unda televizyon izleyicilerinin gerçeklik algılarını etkilediği ifade edilmiştir.

Jafarli tarafından 2023 yılında tamamlanan çalışma kapsamında “*Türk Televizyonlarının Azerbaycan’daki Üniversite Öğrencileri Üzerine Yetiştirme Rolüne İlişkin Araştırma*” adlı tez çalışmasında yetiştirme kuramı bileşenlerinden mesaj sistem çözümlmesi ve yetiştirme çözümlmeleri gerçekleştirilmiştir. Prime time zaman aralığında yayın yapan 4 kanalın içerikleri mesaj sistem çözümlmesi kapsamında değerlendirilmiştir. Bu mesaj sistemleri kapsamında televizyon dünyasında şiddet, suç, ölüm, güvenlik güçleri, cinsiyet temsillerine ilişkin çarpıklık, aile vb. konular öne çıkmıştır. Bu sonuçlardan hareketle oluşturulan yetiştirme anket formu Azerbaycan’daki 5 üniversitede öğrenim gören öğrencilere uygulanmıştır. Toplamda 500 kişiye uygulanan anket sonucunda yetiştirme ve anaakımlaştırma çözümlmelerinde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Çalışma Azerbaycan’da yetiştirme çözümlmelerinin öncülleri olması nedeniyle önemlidir. Mesaj sistemlerinden elde edilen 37 değer yargısı yetiştirme testi olarak uygulanmış ve 5 tanesinde televizyon dünyasının sembollerine maruz kalma ile arasında yetiştirme ilişkisi görülmüştür (Jafarli,2023).

Özer (2021) tarafından “Yetiştirme Kuramı: Televizyon ve Twitter’ın Yetiştirme Rolüne Yönelik Türkiye’de Yapılan Bir Araştırma” adlı makalede televizyon ve Twitter birlikte ele alınarak insanların dünya algılamaları ve sosyal gerçeklik kavramlaştırılmasına olan etki incelenmiştir. Şiddet temelinde Twitter ve televizyonun semboller dünyasının mesaj yapıları araştırılmıştır. Televizyon dünyasının mesaj sistemleri iki ticari televizyonun ana haberlerinden elde edilirken, Twitter’ın mesaj sistemleri ise ana haber bültenlerinin yayınladığı saat aralıkları ve tarihleri kapsamında “şiddet” kavramının tweetler içerisinde taranması ile ortaya çıkarılmıştır. Bu semboller yoluyla oluşturulan yetiştirme değerleri 20 soruda toplanmış ve saha araştırmasında kullanılmıştır. Araştırma kapsamında 2 değer ifadesi anlamlı bir yetiştirme rolü ortaya koyarken, aynı zamanda anaakımlaştırmanın da gerçekleştiği anlaşılmıştır. Çalışma televizyon etkileşimli ve sosyal medya eksenli bir tasarıma sahip olması açısından değerlidir. Araştırma Twittter ve televizyon dünyasının şiddet sunumu konusunda aşırılık içerdiğini göstermektedir.

4.2 Eleştiriler

Yetiştirme kuramı iletişim alanında yapılan çalışmalar arasında büyük yankı uyandırmaktadır. Kuram iletişim araştırmaları kapsamında en çok atıf alan modellerden birisidir (Bryant ve Cummins, 2007). Gerbner tarafından makro düzeyde bir açıklama sistemi olarak tanıtılan Yetiştirme Kuramı araştırmaları kapsamında bir araştırma ekibi oluşturulmuştur. İlk çalışmalardan bu yana 500'ün üzerinde yayınlanmış çalışmaya ulaşılmıştır (Morgan ve Shanahan, 2010). Kuramın çekiciliği ve popüleritesi birçok eleştiriyi de beraberinde getirmiştir. Blank'a göre yetiştirme eleştirileri üç ana noktada toplanmıştır bunlar; a) televizyon izleme ile yetiştirme arasındaki ilişkinin sahte olduğu b) yetiştirme yöntemi şüphelidir ve bulgular yanıtların yanlılığı ile açıklanmaktadır c) perspektifin kavramsal temelleri hatalıdır (Blank,1977). Yetiştirme çözümlemelerinin sosyodemografik ikincil çözümlemelerine göre yetiştirme etkilerinin azaldığı görülmektedir (Carveth ve Alexander, 1985; Hawkins ve Pingree, 1982; Hirsch, 1980; Hughes, 1980; Perse, 1986; Potter, 1986).

Bazı araştırmacılar yetiştirme ile televizyona maruz kalma arasında olan ilişkinin sahte olduğunu ve bu ilişkinin başka faktörlerle açıklanabileceğini ifade etmişlerdir (Rubin ve Perse 1988). Doob ve Mcdonald'a (1979) göre katılımcıların suç işleme ve suç korkusuyla ilişkili yetiştirme farklarının televizyon izlemekten ziyade daha çok yaşadıkları çevredeki ya da mahallelerdeki suç oranlarıyla ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Buna ek olarak katılımcıların acımasız dünya görüşü ile kurulan bağlantı kişilik özellikleri ve mağduriyet yaşama korkusu ile ilişkilendirilmektedir (Gunter ve Wober 1983, Wober ve Gunter 1982). Wober'e göre bu duyguları yaratan televizyon izleme eylemi değil daha çok kişilik özellikleridir. Wober negatif dünya algılamalarının üzerindeki televizyon etkisini en aza indirmişdir (Wober ve Bryant, 1986).

Gerbner'ın ilk araştırmalarını yeniden çözümleyen Hughes (1980) kontrol değişkenlerinin doğru seçiminde sahte bir yetiştirme etkisi olduğunu öne sürmektedir. Hughes'ın bu iddiasını destekleyen bazı araştırmacılar da olmuştur (Doob ve Mcdonald, 1979, Tamborini vd., 1984, Weaver ve Wakshlag, 1986). Hughes'ın bakış açısına göre televizyon izleme ve korku arasındaki ilişki dolaylı ve rastlantısaldır. Ona göre evde daha fazla zaman geçirme imkânı olan izleyicilerin televizyon izleme hacimleri de daha fazla olacaktır. Bu nedenle çok izleme ile korku arasında pozitif olsa da sahte bir ilişki olduğunu iddia etmektedir.

Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında sunulan ilk bulgularla birlikte basit iki değişkenli ilişkinin (izleme yoğunluğu ve yetiştirme kanıtlarının) iki değişkenli ilişkiyi yanlış bir biçimde artırarak ya da azaltarak diğer değişkenlerin etkilerinin saf dışı bırakıldığı ileri sürülmüştür (Potter,2022, s. 548). Yetiştirme araştırmalarına yönelik eleştiriler kapsamında; izleme ile yetiştirme arasında sahte ilişki olduğu ve yetiştirmenin yönteminin şüpheli, tanımlamalarının temellerinde yanlışlıklar yapıldığı iddialarının göze çarptığı görülmektedir (Rubin vd. 1988).

İçerik ölçümünün kesin olmaması, mesaj sistem çözümlemesine getirilen eleştirilerden birisidir. Potter ve Chang’a göre çözümlemesi yapılan içerik türleri tek tip olmadığı sürece (şiddet, komedi vs.) doğru bir mesaj sisteminin çözümlenmeyeceği düşünülmektedir. Mesaj sistem çözümlemesi program türlerine göre yapılmalıdır. Onlara göre belirli mesajlar belirli türlerde daha sık gösteriliyorsa bir program türüne bağlı olarak mesajları çözümlmek gereklidir. Böylece toplu içerik tüketiminden elde edilen yetiştirme etkisi daha iyi belirlenecektir (Potter ve Chang, 1990). Ancak Gerbner televizyon içeriğini program türünden bağımsız bir biçimde homojen olarak betimlemektedir. İster komedi ister dram ya da suç yoğunluklu program olsun hiçbir fark oluşmayacaktır. Ona göre televizyon izleme ile izleyicilerin norm ve değerlerine uygun görüntülerin ve mesajların karışımı sunulmaktadır. Televizyon izleme törensel ya da seçici bir davranış değildir. İzleyiciler içeriğe göre seçim yapmak yerine kendi günlük programlarına göre izleme gerçekleştirmektedir. Çok izleyenler genellikle prime-time zaman diliminde 3 saat ya da daha fazla izleyenlerdir. Bu nedenle sık ve önemli haberleri (içerikleri) kaçırmaları pek mümkün değildir. Bu açıdan belirli program türlerinin çözümlemelerinin yapılması yerine toplam içeriğin çözümlenmesi daha etkili olacaktır (Gerbner, 2002a, s. 219).

Yetiştirme çözümlemesine, izleme ölçümünün farklılıkların göz ardı ederek yapılmasıyla ilgili eleştiriler de getirilmiştir. Potter’a göre televizyon izlemeye maruz kalmanın 17 yaşındaki birisiyle 70 yaşındaki birisi arasında farklı etkiler yaratacağı düşünülmelidir. 17 yaşındaki birisinin ağır izleyici grubunda değerlendirilirken 70 yaşında televizyonu o gün itibarıyla daha az izleyen birisinin az izleyici grubunda yer alması Potter’a göre pek mantıklı bir gruplandırma değildir. Yetiştirme kuramına göre televizyonu en çok izleyen kişiler en çok yetiştirmenin yapıldığı kişiler olmalıdır. Ancak gerçekte durum böyle olmayabilir, yetiştirmenin gerçekleşebilmesi için gereken izleme süresi kişiden kişiye değişkenlik gösterebilir. Çok izleyen bir kişide gelişmeyen

yetiştirme farkı az izleyen birisinde gelişmiş olabilir. Potter bu durumun çözümlemelerde karşılaşılan zayıf ilişki katsayılarına sebep olabileceğini belirtmiştir (Potter, 2005, s. 5-6).

Televizyon yanıtları ve gerçek yanıtlar arasındaki ilişkinin nasıl ve neden kurulduğu ile ilgili belirsizlikler kurama getirilen bir başka eleştiridir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar televizyon dünyasının ve gerçeğin koşullarının farklılığı dolayısıyla birbirleriyle eşleşmemektedir. Newcomb'a göre bağlam, kişilik ve programların farklılıkları öne çıkarılmalıdır (Newcomb, 1978). Morgan ve Shanahan (1997) bu düşünceye katılmakla birlikte bu durumun yetiştirme temeli önermeleriyle çelişmediğini belirtmişlerdir (Özer, 2003, s. 138).

Hawkings ve Pingree yetiştirme çözümlemeleri kapsamında psikolojik süreçlerin de dikkate alınması gerekliliğinden söz etmişlerdir. Bu anlamda öğrenme ve öğrenme süreçleri göz önünde bulundurulmalıdır. Onlara göre anaakım, demografik özelliklere bağlı kontroller gerçekleştirse de psikolojik süreçleri açıklamada yetersiz kalmaktadır. Bu sorunu aşabilmek *demografik ölçümler ve nicel tahminlerden oluşan 1. sıra ölçümler* ve bu ölçümlerden elde edilen inanç yapılarının açıklandığı *değer sistemi ölçümlerinden oluşan 2. sıra ölçümler* yapılmalıdır. Böylelikle sosyal gerçekliğe ilişkin düşünce, inanç ve tutumların bütünüyle tekil izleme eylemi arasındaki ilişkide eksik olan durum düzeltilebilir (Özer, 2003, s. 143-145).

Yetiştirme kuramına getirilen bir başka eleştiri de anket formlarında algılama biçimlerini anlamak amacıyla oluşturulan soruların olumsuz ifadeler ile yapılandırılmasından kaynaklıdır. Rubin'e göre yapılacak çalışmalar olumlu ve olumsuz ifadelerin birlikte kullanılması ile yanıt yanlılığını en aza indirebilir (Rubin vd.,1988). Lull'a (1980) göre televizyon izleme Gerbner vd.nin belirttiği gibi her zaman olumsuz etkiler yaratmayabilir ona göre izleme bağlamına göre insanlar arasında kişisel ilişkiler kurulmasına ve bu ilişkileri geliştirmeye fırsatlar yaratabilir.

Weaver ve Wakshlag (1986) insanların dünya algılamalarının televizyon program türlerine seçici maruz kalmasıyla farklı bir şekilde bağlantısı olabileceğini ifade etmektedir. Özellikle izleme niyeti, yaş, cinsiyet ve ekonomik durum algılanan gerçeklik üzerinde televizyondan daha fazla etkiye sahiptir.

Yetiştirme araştırmacıları bu eleştiriler karşısında projeye üçüncü değişkenleri ekleyerek onu yeniden tasarlamışlardır. Bunlardan bazıları yaş, cinsiyet ve eğitim seviyesi değişkenlerinin çözümlemelere dahil edilmesidir. Yeni tasarıda üçüncü değişkenler

kontrol olarak kullanılmış ve temel yetiştirme üzerindeki etkileri ortadan kaldırılmıştır. Ayrıca bu değişkenlerin bazılarının koşullu ilişkileri anlaşılır kılmak açısından kullanılması iki yeni kavram olarak anaakımlaştırma ve rezonans kavramlarının tasarlanmasına olanak sağlamıştır (Gerbner vd., 1980).

Genel hatlarıyla yapılan eleştirilere bakıldığında

- İzleme faktörünün en çok öne çıkan kontrol değişkeni olması
- Veri toplama yönteminin sorunlarıyla ilgili iddialar
- Katılımcılara sorulan soruların tipolojisi ve yanıtların kaydedilmesinde yaşanabilecek dikkat ve bilgi eksikliği dolayısıyla güvenilirliğin sorgulanması
- Genelleme sorunu (belirli dönemde, belirli kültürde izlemenin genellenemeyeceği),
- Bireyi pasif konumda görmek (seçici izlemeyi göz ardı etmek) bakış açısının sorunsallığı gibi başlıklardan söz edilebilir.

Yetiştirme kuramı eleştirileri arasında en çok bilinen ve ses getiren eleştiriler Hirsch tarafından yapılmıştır.

4.2.1 Hirsch'ün Yetiştirme Paradigmasına Yönelik Eleştirileri ve Gerbner'in Yanıtları

Yetiştirme kuramı paradigmalarının kitle iletişim araştırmaları ve şiddet araştırmaları yapan öğrenciler arasında o dönemde sorgulanmadan kabullenilmesinin bilimin doğasına aykırı olduğunu belirten Hirsch (1980), Gerbner ve arkadaşlarının veri setleri üzerinde yeniden araştırmalar yapılması gerekliliğinden söz etmektedir. Hirsch yapılan kodlamaların seçici ve keyfi olduğunu belirtmiştir. Ona göre tekil program izlemenin dışarıda bırakılması hatalıdır ve hatta yetiştirme iddiasının bilimsel statüden çıkarılması gerekmektedir. Çözümlemelere değişkenler eklendiğinde veya kodlamalar yeniden yapıldığında önemli ölçüde farklı sonuçlar elde edileceğinden söz etmektedir. Hiç izlemeyenler ve aşırı izleyen grupların çözümlemelere dahil edilmediği çalışmalar televizyon izleme ve yetiştirme maddeleri arasında kurulan ilişkiyi hatalı kılmaktadır.

Hirsch Gerbner'in kullandığı veri setlerini yeniden çözümleyerek bazı eleştiriler geliştirmiştir. Ona göre istatistiksel teknikler doğru bir biçimde uygulandığı takdirde televizyon izlemenin gerçek dünya algılamalarını yetiştirdiğini düşünmek bir yanılgı olacaktır. Aşırı ve hiç izlemeyenlerin tepkileri çözümlemeye dahil edildiğinde yetiştirme

etkisi minimum düzeyde ya da hiç bulunmayacaktır. İki veya daha fazla kontrol değişkeni çözümlemeye dahil edildiğinde televizyon izlemenin ayrı ve bağımsız bir etkisi olmayacaktır. Ona göre televizyon izleme ve acımasız dünya algılaması arasında doğrusal bir ilişki yoktur, bulunan ilişki yalnızca rastlantısalıdır (Hirsch,1980). Eleştirilerinin devamı niteliğindeki 1981 çalışmaları kapsamında Hirsch, yeniden çözümlemeler yapıldığında yoğun televizyon izlemenin acımasız dünya algısını yarattığı yönündeki ilişkilerin eş zamanlı çoklu kontroller kullanıldığında destek bulmadığını belirtmektedir. O (Hirsch,1981, s. 74). Hirsch tarafından yapılan yeni çözümlemeler sonucunda elde edilen bulgular iki bakımdan önemli görünmektedir. O, Gerbner ve arkadaşlarının yaptığı az, orta, çok izleme ayrımına “hiç ve aşırı” izlemeyi de dahil etmiştir. Bu durum onun için çok önemlidir çünkü toplam varyans içerisinde göz ardı edilen iki grubun kapsadığı alan azımsanmayacak kadar yüksektir. Ayrıca onun yaptığı çözümlemeler kapsamında televizyonu hiç seyretmeyenlerin acımasız dünya algılamaları ve dışlanma korkusu diğer izleyen gruplarına (az, orta, çok) göre daha yüksektir (Özer, 2003, s. 135-137).

Gerbner ve arkadaşları Hirsch’ün örneklem büyüklüğünün daha fazla güvenilirlik gerektirdiği yönündeki eleştirilerine katılmadıklarını belirtmektedirler. Her bir maddenin güvenilirliğinin ve geçerliliğinin kesin olarak kabul edilebileceğine inanmadıklarını ifade etmişlerdir (Gerbner vd, 1981, s. 260) Hirsch’ün mesaj sistem çözümlemelerinde bir dayatma ya da yönlendirme olduğu yönündeki eleştirilerine Gerbner vd. “*Mesaj sistem çözümlemelerinde şiddeti, korkuyu ya da diğer yetiştirme algılarını ima eden herhangi bir yönlendirme yoktur*” şeklinde yanıt vermiştir (Gerbner vd. 1981, s. 261). Hirsch eleştirilerini veri tabanı üzerindeki uyumsuz sonuçlar gösteren sorunlu maddeler üzerinde kurgulamıştır, bu nedenle yetiştirmenin tutarlılığını göz ardı etmektedir. Oysaki yetiştirme istisnalar ile değil anaakımın mesajlarının bütünüyle ilgilenmektedir. Hirsch’ün yetiştirmenin hipotezlerinin reddedildiği bulguların gizlendiğine ilişkin iddialarına karşın Gerbner ve arkadaşları araştırmanın amacıyla ilişkisi olmayan verilerin ilgisiz veriler olduğunu belirtmektedir. Gerbner vd. yaptıkları araştırmaların amacının televizyonun tutum ve davranışlara etkisini ortaya koymak olduğunu belirtmişlerdir. Bu bakımdan kuramsal olarak anlamlı ilişki veren boyutları anlamının önemini ifade etmişlerdir (Gerbner vd. 1981, s. 263-264). Hirsch’ün yetiştirme çözümlemesi ve mesaj sistem çözümlemesi arasında bir ilişki bulunmadığı yönündeki iddialarına karşın Gerbner ve arkadaşları bu durumu bir kafa karışıklığı olarak tanımlamışlardır. Nitekim araştırmanın temel önermesine göre yetiştirme çözümlemesi ile elde edilen veriler

televizyon dünyasındaki kalıpları, sembolleri ve yaşamı ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular toplumun tutarlı imgelerini sunan medya dünyasını anlamak açısından yararlı olacaktır. İlgilenilen temel soru bu imgelerin izleyenlerin değerlerine ve varsayımlarına nasıl yansıdığıdır. Gerbner ve arkadaşlarına göre televizyon dünyası detayların özenle ve bir amaç doğrultusunda seçildiği kurgusal bir dünyadır. Karakterleri gerçekte yaşamaz ya da ölmez ancak bir hikâyeyi anlatmak için yaratılmakta ya da yok edilmektedir. Televizyonun çok izleyenlerinin birebir aynı rollerde olmaları bir beklenti değildir. Televizyon dramaları işlerin nasıl yürüdüğüne ve insanların nasıl davrandığının temsilini gösteren hikâyeler sunmaktadır. “Erkek, kadın, çocuk, yaşlı, polis, iyi ya da kötü “nasıl olur?”, “nasıl davranır?” ve “işler nasıl çözülür”. Televizyonun mesaj sistemleri bu durumlarla ilgili sürekli ve uzun dönemli algılar yetiştirmektedir. Televizyon, riskler ve güçler hakkında bilgi aktarmaktadır. Televizyon yaşam ve toplum hakkında potansiyel dersler sunmaktadır. Bu potansiyel dersler mesaj sistemleri ile yapılandırılır ve algılar konusunda izleme yoğunluğu ile paralel olarak bazı yetiştirmeler gerçekleştirebilir (Gerbner vd.1981, s. 268-269).

Gerbner vd. bu eleştiriler karşısında anaakımlaştırma ve rezonans kavramlarını geliştirmiştir. Onlara göre “anaakımlaştırma” televizyonun geliştirme eğiliminde olduğu bakış açısının göreceli ortaklığı olarak düşünülmelidir. Burada kastedilen konu belirtilen göreceli ortaklığın yoğun izleyiciler arasında paylaşılmasıdır. Bir başka ifadeyle diğer sosyal güçlerden ve faktörlerden kaynaklanan farklılıklar her kontrol grubunun ağır izleyicileri arasında azalabilir ya da hiç olmayabilir. Bu nedenle bazı durumlarda az izleyen gruplar (anakımın dışında kalanlar) üzerinde yetiştirme kanıtı ya da yetiştirme delili aranması gerekebilir. Temel olarak kastedilen durum izleme düzeylerinin tutumlar ve bakış açıları arasında mutlak bir artışı göstermesi değildir. Amaç görüşlerin ve tutumların birbirine daha çok yaklaştığını anlamaktır. Televizyon izleme ve eğitim düzeyi arasındaki ilişkiye bakıldığında daha eğitilmiş kişilerin televizyonu daha az izlediği söylenebilir. Ancak yüksek eğitilmiş, yüksek gelir düzeyine sahip olup çok izleyen grubuna dahil olan kişiler ile diğer eğitim ya da gelir düzeyinin çok izleyenlerinin görüşleri birbirine çok benzemektedir. Burada yetiştirme delilini az izleyen gruplar üzerinde aramak gerekebilir. Gerbner vd. eleştirilere yalnızca anaakımlaştırma ile değil rezonans kavramıyla da bir yanıt geliştirmişlerdir. Televizyon dünyasının mesajlarının gerçek dünyada yaşanan olaylar ile paralel olduğu durumlarda “çift doz yetiştirme” yani rezonanstan söz edilebilir (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1981, 1981a). Her ne

kadar bu kavramlar ile eleştirilere yanıtlar verilse de kesin olan şey Gerbner ve arkadaşlarının kolayca ve sıkça görülen olgular üzerine odaklandığı açıktır. Yapılan eleştiriler genellikle istisnai olgular üzerine kuruludur ve bu etkileşimler genel mesajlar ve televizyon dünyasının kültürel rolleri biçimlendirmesi karşısında ikincil etkilerdir. Bu ikincil düzey etkiler yalnızca genel ilişkiler ortaya çıkmadığında ortaya çıkan olgulardır. Bu tür ikincil etkilerin varlığı elde edilen yetiştirme delillerinin bazı araştırmalarda neden az olduğunun kanıtı olarak gösterilebilir. Bu anlamda bazı araştırmacılar ikincil düzey etkilerin ve buna neden olan değişkenlerin keşfinin yetiştirme kuramını geliştirdiğini düşünmektedir. Bu keşiflerin gerekli olduğu ve kurama bir tehdit olmadığı düşünülebilir.



5. BÖLÜM: YÖNTEM

Bu tez çalışmasında dijital web platformlarının yetiştirme rolü Yetiştirme Kuramı çerçevesinde ortaya konulmaktadır. Çalışmaya konu olan araştırma, projenin birbiriyle ilişkili mesaj sistem ve yetiştirme çözümleri bileşenlerine dayanarak gerçekleştirilmiştir. Mesaj sistem çözümlemesi; dijital yayın platformlarının dünyasının izlenmesi, yetiştirme çözümlemesi ise bu platformların, insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamalarına olan katkısının çözümlemesi ile ilgilidir. Aşağıda, gerçekleştirilen çözümlemeler bağlamında önce mesaj sistem çözümlemesinin sonra da yetiştirme çözümlemesinin yöntemi açıklanmıştır.

5.1 Mesaj Sistem Çözümlemesi Bakımından Yöntem

Araştırma kapsamında 22-26 Mayıs 2023 tarihleri arasında Türkiye’de en çok abonesi olan BluTv, Netflix ve Prime Video’da yayınlanan ve o haftanın en çok izlenen dizilerinin mesaj sistemleri ortaya konmuştur. Bu tarihler şu şekilde belirlenmiştir: Tez hazırlama sürecinde çözümleme 2023 yılına kalmıştır. Bir kahve kupasına 12 ayın ismi yazılarak onlardan biri çekilmiştir. Buna göre mayıs ayı çıkmıştır. Daha sonraki işlem, mayıs ayının hangi haftasının belirlenmesi olmuştur. Bunun için de söz konusu ayın haftaları yazılmış ve çekilen kurda çözümleme haftası çıkmıştır. Araştırma kapsamında belirtildiği gibi BluTv, Netflix ve PrimeVideo platformları ele alınmıştır. Ele alınan platformlar, Türkiye’de dijital yayın yapan platformlar içerisinde en fazla aboneye sahip olması bakımından önemlidir. Ele alınan platformların Türkiye’deki abonelerine yönelik yüzdelik dağılım JustWatch⁸ verilerine göre BluTv yüzde 38, Netflix yüzde 27 ve PrimeVideo ise yüzde 19 şeklindedir.⁹ Bu istatistikler bakımından çalışmada ele alınan platformların kullanıcıları Türkiye’de en az bir dijital yayın platformuna abone olan kullanıcıların %84’ünü kapsamaktadır. Ulusal içerikler ve yerel yapımcıların programlarına daha sık yer veren BluTv 2015 yılında Doğan Holding bünyesinde kurulmuş ve 2023 yılında Warner Bros, Discovery tarafından satın alınmıştır. Bu satışla birlikte küresel pazarda yayınlanan içerikler de platformun yayın akışında sıkça yer almaya başlamıştır. Buna karşın yerel içerikler bakımından BluTv en çok tercih edilen

⁸ JustWatch, dizi ve filmlere ilişkin bir akış kılavuzu görevini üstlenen web sitesi ve birçok işletim sistemi tarafından desteklenen mobil bir uygulamadır. JustWatch her ay 40 milyon abonesinden aldıkları veriler ile akış rehberliği yapmaktadır. JustWatch 140 ülkede 4500 yayın platformundan veri toplamaktadır.).

⁹(<https://shiftdelete.net/netflix-artik-zirvede-degil-turkiyede-en-fazla-izlenen-dijital-platformlar>)

platform gibi görünmektedir. Uluslararası alanda dünyanın önde gelen iki platformu Netflix ve PrimeVideo'nun içerikleri ise hem yerli hem de yabancı yapımları içermesi bakımından ele alınmıştır. Eylül 2023 yılında Netflix'in abone sayısının 247 milyon kullanıcının üzerinde olduğu belirtilmektedir.¹⁰ PrimeVideo abone sayısının ise 2020 yılında 200 milyon civarında olduğu ve 2026 yılında 250 milyona ulaşacağı düşünülmektedir.¹¹ Tüm bu nedenler dolayısıyla çalışma sözü edilen platformları ele almaktadır.

Gerbner ve arkadaşları tarafından mesaj sistemlerinin en yoğun ve en çok izleyiciye ulaştığı zamanlar hafta içi ve ana yayın kuşağı (prime time) saat aralığı olarak belirtilmiştir. Hafta içi günleri temsilen ele alınan platformlarda en çok izlenen 5 dizi ve her dizinin ilk bölümünden ve hikâyenin akışının başladığı andan başlayarak 3 saatlik ana yayın kuşağına denk düşecek kadar bölüm çözümlenmiştir. Dijital yayın platformlarının mesaj sistemlerinin ortaya konması kapsamında her bir platformda 15 saat olmak üzere toplamda 45 saate denk gelen dizi bölümleri incelenmiştir. Mesaj sistem çözümlemesi konu, ana karakter, yardımcı karakter, cinsellik ve şiddet alt başlıklarında gerçekleştirilmiştir. Mesaj sistem çözümlemesinde kullanılan kodlama çizelgeleri ekte verilmiştir. (Bkz. Ek. 2)

Çözümlemeler sonunda elde edilen veriler SPSS programına yüklenmiş ve adetleri/frekansları alınmıştır. En çok yinelenen, en çok gösterilen imgeler ve mesajlar çözümlemeler sonucunda elde edilmiş ve bulgular kısmında buna ilişkin bilgiler sunulmuştur.

Mesaj sistem çözümlemesi sonucunda elde edilen bulgular ışığında saha araştırmasına kaynaklık edecek ve araştırmanın varsayımlarını oluşturacak sorular geliştirilmiştir. Anket uygulaması, Gaziantep Üniversitesi lisans öğrencilerinden oluşan dijital yayın platformu izleyicilerine uygulanmıştır. Ele alınan platformların içeriğinden elde edilen çözümlemelerle ortaya çıkan bulgular ve George Gerbner ve arkadaşları (1980) ve Ömer Özer (2020, s. 156-157) tarafından elde edilmiş bulgulardan destek alınarak anlamlandırılmıştır. Mesaj sistem çözümlemesi sonuçlarından hareketle 18 yetiştirme çözümlemesi sorusu hazırlanmıştır.

¹⁰<https://www.digitaltrends.com/home-theater/most-popular-streaming-services-by-subscribers/#:~:text=Netflix%20is%20the%20biggest%20streaming,11%20percent%20year%20over%20year.>

¹¹ <https://www.statista.com/topics/4740/amazon-prime-video/#topicOverview>

5.2 Yetiştirme Çözümlemesi Bakımından Yöntem

Mesaj sistem çözümlemesi sonucunda elde edilen bulgular saha araştırmasında kullanılan/uygulanan ankete kaynaklık etmiştir. Anket tamamlandıktan sonra veri girişi yapılmış ve çözümlemelere geçilmiştir. Çözümlemede dijital yayın platformlarını izleme yoğunluğunun insanların dünya algılamaları üzerinde bir rolü olup olmadığı kontrol edilmiştir.

Bu araştırmanın evrenini Gaziantep Üniversitesi'nde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında evren 56087 öğrenciden oluşmaktadır. Evreni temsilen %95 güven düzeyinde ve standart hatası %5 olan bir çözümleme yapılabilmesi için 382 öğrenciden oluşan bir örneklem üzerinde araştırma yapılması gerekmektedir. Bu kesin ifadenin içeriği, örneklem büyüklüğü hesaplama araçlarından yararlanılarak elde edilmiş sonuçtur. Örneklemin evrene genellenebilirliğini artırabilmek için de 530 öğrenciye anket uygulanmıştır.

Örneklem seçiminde nicel araştırma tekniklerinden olasılıksız örneklem türü seçilmiştir. Olasılıksız örneklem kapsamında çalışılan nüfusun her biriminin çalışmaya dahil edilme şansı eşit değildir. Çalışma nüfusunun tamamı öğrencilerden oluşmaktadır ve lisans eğitimi almaları bakımından türdeştir. Olasılıksız örneklem hızı, ucuz ve rahat kurgulanabilmesi açısından avantaj sağlamaktadır (Geray, 2017, s. 127). Araştırmanın kısıtlı kaynakları (iş gücü, zaman, maliyet ve popülasyonun büyüklüğü) dolayısıyla basit rastlantısal örnekleme yöntemi seçilemediğinden olasılıksız örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Ayrıca anketlerin doldurulma aşamasında anket kurallarına uyulup uyulmadığını gözlemleyebilmek için anketlerin yüz yüze yapılması gerekmektedir. Yüz yüze anket uygulanması sırasında katılımcıların gönüllülük esasına dayalı olarak ankete katılması istenmektedir. Olasılıksız örnekleme tekniği ile seçilen katılımcıların ankete katılma motivasyonunun yüksek olacağı düşüncesi örnekleme yöntemi seçiminde etkili olmuştur.

Koçak ve Arun'a (2013) göre "Örneklemenin öncelikli amacı araştırmacı için evrendeki tüm verinin boyutunu uğraşılabilir bir düzeye indirmektedir. Ancak örneklemin yalnızca ve kabaca veri indirgeme işlemi olarak tanımlanamayacağı gözden kaçırılmamalıdır". Olasılıksız örnekleme tekniklerinden kotalı örneklem türü, bu araştırmada istenen demografik özelliklere (cinsiyet, fakülte/alan) erişilebilmek amacıyla tercih edilmiştir. Kotalı örnekleme olasılıksız örnekleme teknikleri içerisinde

araştırmacılar tarafından en çok tercih edilen yöntemdir. Kotalı örnekleme araştırmacıyı nüfusun özelliklerini saptamaya yönlendirmekten çok onu belli bir yönde zorlamaktadır (Geray, 2017, s. 128-129). Bu noktada araştırmacının öznel saptamalarının doğru olup olmadığı konusunda getirilebilecek eleştiri riskinin önü kesilmek istenmiştir. Ayrıca çalışılan nüfusun bazı temel özellikleri bilinmektedir (5 Enstitü, 20 Fakülte bkz. Gaziantep Üniversitesi web sayfası www.gantep.edu.tr). Bu özellikler kapsamında iki farklı kota tekniği kullanılmıştır (*Cinsiyet ve Fakülte*). Örneklem kendi içerisinde cinsiyet ve okudukları fakültelere göre gruplandırılmıştır. Burada kadın-erkek eşitliği gözetildiğinden örneğin 265 kadın öğrenci ile görüşüldüğü noktada kadın kotası tamamlanmış ve erkek grubunu 265'e ulaştırmak hedeflenmiştir. Bir diğer kota noktasında ise 4 farklı grup kapsamında öğrenciler kategorileştirilmiştir. Bu gruplar Gaziantep Üniversitesi bünyesinde yer alan ve lisans bölümlerine öğrenci alan enstitülere göre tasarlanmıştır. Dolayısıyla Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Bilimleri Enstitüsü ve Sosyal Bilimler Enstitüsüne bağlı fakültelerden eşit sayıda öğrenci seçilmiştir. Daha sonra elde edilen veriler doğrultusunda bu bölümler sözel ve sayısal grup olarak SPSS programında yeniden kodlanmıştır.

Soru sıralamasında önce yetiştirme çözümlemesi ile ilgili değer soruları yöneltilmiştir. Daha sonrasında demografik bilgiler yer almış olup en son kısımda katılımcıların televizyonu ve dijital yayın platformlarını izleme sürelerini öğrenmek amaçlı açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Anket sorularının bu sıralama ile yöneltildiğindeki temel amaç katılımcıların değer soruları ile izleme düzeyleri arasında bir bağ kurmasının önüne geçmektir. Böylece saha araştırmasına katılanların yönlendirilen sorulara televizyon ya da dijital yayın platformlarının dünyasından bağımsız yanıtlar vereceği düşünülmüştür. Katılımcılarda herhangi bir ön yargıya neden olmadan yalnızca değerleri ve kanıları doğrultusunda yanıtlar almak hedeflenmiştir. Anketler öğrencilerin yoğun olarak tercih ettiği kampüs sınırları içerisinde bulunan kafelerde, yurtlarda ve dersliklerde uygulanmıştır. Ankete katılan katılımcılardan soruları kendileri okuyarak doldurmaları istenmiştir. Buradaki temel amaç anketi uygulayanın soruları okuma sırasında bilinçli ya da bilinçsiz bir yönlendirme yapmasının önüne geçmektir. Ayrıca anket, eğitimden geçirilen yardımcılarının katkısıyla eşzamanlı olarak uygulanmıştır. Nitekim katılımcıların herhangi bir biçimde anketin yetiştirme kuramıyla ilgili olduğunu öğrenmelerinin engellenmesi istenmiştir. Eğer öğrenciler sorulara kaynaklık edenin web tabanlı dijital platformlar olduğunu bilseydi, yanıtlarını buraya

göre vereceklerdi. Bu yönde yapılan bir araştırma bu anlamda saflığını yitirmiştir (Signorielli ve Morgan, 1990; Shanahan ve Morgan, 1999 s. 25).

Ankete verilen yanıtlar SPSS programına uygun bir biçimde hazırlanan veri tabanına araştırmacının kendisi tarafından girilmiştir. Elde edilen veriler ışığında SPSS programında frekans çözümlemeleri ve ki kare testleri yapılmıştır. Ki kare testleri sonucunda $p:0.05$ ve altı değerler anlamlı ilişki veren testler olarak kabul edilmiş ve yorumlanmıştır.

Araştırma kapsamında ankete katılan katılımcıların cinsiyete göre dağılımı tabloda gösterilmiştir (Bkz. Tablo 5.1).

Tablo 4.1. Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erkek	255	48,1	48,1	48,1
Kadın	267	50,4	50,4	98,5
Diğer	8	1,5	1,5	100,0
Toplam	530	100,0	100,0	

Evren ile benzerlikler gösterebilmesi ve evreni temsil edebilmesi amacıyla örneklem seçiminde öğrenciler belli başlı fakültelerin kategorize edilmesi ile 4 farklı gruptan neredeyse eşit olacak biçimde seçilmiştir. Kampüs içerisinde yer alan ön lisans bölümü öğrencileri değerlendirmeye alınmamıştır (Bkz. Tablo 5.2). *Seçilen fakülte öğrencileri veri çözümlemesi sırasında sözel ve sayısal grup olmak üzere yeniden kodlanmıştır.*

Tablo 5.2. Fakültelerin Dağılımı

Fakülte	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Fen Edebiyat Fakültesi- Eğitim Fakültesi	134	25,3	25,3	25,3
Tıp Fakültesi- Sağlık Bilimleri Fakültesi- Dış Hekimliği Fakültesi	130	24,5	24,5	49,8
Mühendislik Fakültesi- Mimarlık Fakültesi- Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi	133	25,1	25,1	74,9
Hukuk- İktisadi ve İdari Bilimler- Turizm -İlahiyat - Güzel Sanatlar- İletişim Fakültesi	133	25,1	25,1	100,0
Toplam	530	100,0	100,0	

Ankete verilen yanıtlar SPSS programına uygun bir biçimde hazırlanan veri tabanına tek tek araştırmacının kendisi tarafından girilmiştir. Veri girişi sonrasında önce yetiştirme çözümleri daha sonra ise anaakımlaştırma çözümleri yapılmıştır. Anaakımlaştırma çözümleri cinsiyet, yaş, ebeveynlerin eğitim durumu ve katılımcıların okudukları bölüm değişkenlerine göre yapılmıştır. Yaş kategorileri 22 yaş ve altı bir grup, 23 yaş ve üstü bir grup olarak ortalamaları hesaplanarak oluşturulmuştur.

Anaakımlaştırma çözümleri yetiştirme çözümlerinin yapıldığı katılımcılar üzerinde yapılmıştır. Bu noktadaki temel amaç her iki çözümleme (yetiştirme ve anaakımlaştırma testleri) yapıldığında çıkan farklılıkları test etmek üzerinedir. Nitekim bulgular değerlendirilirken yetiştirme çözümlerinde anlamlı ilişkisi olmayan hipotezlerin demografik değişkenler söz konusu olduğunda anlamlı farklılıklar çıkardığı anlaşılabacaktır. Anaakımlaştırma çözümleri değişkenleri çözümlmeye dahil ettiğinden daha ayrıntılı bir sonuç elde etme olanağı vermektedir.

Bu anlamda yetiştirme çözümlemesindeki anlamlı ilişki şartı ile anaakımlaştırma çözümlemelerinin anlamlılık şartı, sorulan soruların frekans dağılımı ve ki kare testinin anlamlı ilişki kabulü olan $p:0,05$ ve altındaki değerler olarak kabul edilmiştir. Bulgular kısmında anaakımlaştırma hipotezlerinden yalnızca anlamlı ilişki ($p:0,05$ ve altı) verenler gösterilmiştir. Bunun nedeni, okuyucuyu sıkmamaktır. Veriler, SPSS programında değerlendirilmiş ve yetiştirme testi için ki kare dağılımına bakılmıştır. Testlerin verdiği ilişkinin gücünü yansıtan kategoriler şu şekildedir: $r: 0.25$ ve altı zayıf; $r: 0.26-0.39$ arası orta derecede güçlü ve $r: 0.40$ ve üzeri güçlü.

Anket içerisinden elde edilen veriler ışığında dijital yayın platformlarını izleme süreleri az, orta ve çok olarak kategorileştirilmiştir. Az kategorisi içerisine yetiştirme çözümleri kapsamında hiç izlemeyenler dahil edilmemiştir. Bu nedenle 10-59 dakika arası izleme süresi az, 60-179 dakika aralığı orta, 180 dakika üzeri de çok izleyici grubu olarak ele alınmıştır. Bu tercih kendi içinde tutarlıdır ve Gerbner ve arkadaşlarının tercihlerine uygun bir kesme işlemidir. Yapılan kesme işlemi sonunda yeni kodlamalar SPSS programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında hiç izlemeyenlerin dahil olduğu ayrı bir çözümleme daha yapılmıştır. Burada iki çözümleme arasındaki fark Hirsch'ün, Gerbner ve arkadaşlarına getirdiği "aşırı ve hiç izlemeyenlerin çözümlemelere katılmadığı" yönünde yaptığı eleştirilerden kaynaklanmaktadır. Hirsch'ün eleştirilerine yanıt niteliğindeki çözümlemelerde hiç izlemeyenler ve aşırı izleyenler çözümlmeye katılarak yeni yetiştirme çözümleri yapılmıştır.

Değer sorularının bulunduğu 5’li Likert ölçeğine göre hazırlanan sorulara verilen cevaplar 3 temel kategoride yeniden kodlanmıştır. “Tümüyle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” seçenekleri “Katılmıyorum”, “Kararsızım” seçeneği olduğu şekliyle korunarak “Tümüyle Katılıyorum” ve “Katılıyorum” seçenekleri de “Katılıyorum” seçeneği olarak düzenlenmiştir. Bunun temel nedeni, şeffaf olarak, katılıyorum seçenekleri arasındaki yüzde farkını görmektir.



6. BÖLÜM: BULGULAR

Bu başlık altında önce mesaj sistem sonra da yetiştirme çözümlemesi sonuçları verilmiştir. En sonra da anaakımlaştırma ve eleştirilere yönelik yapılan çözümlemeler aktarılmıştır.

6.1 Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları

Mesaj sistem çözümlemesi kapsamında BluTv, Netflix ve Amazon Prime’da yayınlanan diziler ele alınmıştır. Bu kapsamda 22-26 Mayıs 2023 tarihlerinde yayınlanan dizilerin platform bazında dağılımı şu şekildedir (Bkz. Tablo 6.1).

Tablo 6.1. Dizilerin Platforma Göre Dağılımı

		Platform			Toplam
		Netflix	BluTv	AmazonPrime	
Dizi	Terzi	1			1
	El Silencio	1			1
	Queen Charlotte: A Bridgerton Story	1			1
	XO, Kitty	1			1
	Black Knight	1			1
	Bozkır		1		1
	Exit		1		1
	Last Of Us		1		1
	Sokağın Çocukları		1		1
	Çekiç ve Gül: Bir Behzat Ç. Hikâyesi		1		1
	Citadel			1	1
	Yüzüklerin Efendisi: Güç Yüzükleri			1	1
	The Marvelous Mrs. Maisel			1	1
	Reacher			1	1
	The Boys			1	1
Toplam		5	5	5	15

6.1.1 Olaylara Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulgular

Bu platformlarda ele alınan dönemde çözümlenen diziler genellikle ciddi bir hikâye örgüsü ile sunulmaktadır (%87). Çözümlemesi yapılan 15 dizinin 13’ü ciddi, 2’si mizahi (%13) bir ton ile yayınlanmaktadır. Dizilerde olayların geçtiği yer yoğun olarak Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) olarak saptanmıştır. Ele alınan 15 dizide olayların 4 adeti Türkiye’de (%27), 4 adeti ABD’de (%27) yaşanmakta iken bunlar dışında kalan 7 dizi Kore (2 adet), İngiltere (2 adet), İspanya (1 adet), Norveç (1 adet) ve

kodlanamaz (1 adet) şeklinde dağılmıştır. Buradan hareketle televizyonu çok seyredenlerin genel olarak ABD ve Türkiye’de ciddi olayların yaşandığı şeklinde bir algısının var olduğu düşünülebilir. Olayların geçtiği yer ve dizi tonlarının dağılımı aşağıdaki tablo 7 verilmiştir (Bkz. Tablo 6.2).

Tablo 6.2. Olayların Geçtiği Yer ve Dizi Tonu Dağılımı

Olayların Geçtiği Yer	Dizinin Tonu		
	Çoğunlukla mizahi, komik	Ciddi	Toplam
Kodlanamaz	0	1	1
Türkiye	0	4	4
İspanya	0	1	1
İngiltere	1	1	2
Kore	1	1	2
ABD	0	4	4
Norveç	0	1	1
Toplam	2	13	15

Dizideki olaylar genel anlamıyla 8 adet (%53) ile şimdiki zamanda gerçekleşirken, habitat¹² daha çok 12 adetle büyük şehirler, metropoller (%80) olarak bulgulanmıştır. Buradan bakıldığında günümüzde büyük şehir merkezlerinde yaşamak ile ilgili algılar dijital yayın platformlarında sunulmaktadır. Günümüzde ne, nasıl olur ve olaylar karşısında neler yapılmalıdır ile ilgili öğretiler, büyük şehirlerde yaşamının getirdiği avantajlar ve dezavantajlar nelerdir gibi soruların olması gereken (toplumsal normlar kapsamında kabul görmüş, ortak uzlaşa sağlanmış) yanıtları dijital yayın platformlarının dünyasından izleyicilere anlatılmaktadır. Detaylı görünüm Tablo 6.3’de sunulmuştur.

Tablo 6.3. Habitat ve Olay Tarihi

Habitat	Olay Tarihi					Toplam
	Kodlanamaz	1900 Öncesi	1950-2000	Şimdi	Gelecek	
Şehir-Metropol	0	1	2	7	2	12
Kasaba-İlçe	0	0	1	1	0	2
Karışık (hepsinin birleşimi)	1	0	0	0	0	1
Toplam	1	1	3	8	2	15

¹² Olayların yaşandığı çevre. Yetiştirme Kuramı açısından bireylerin yetiştiği yer, yurt.

6.1.2 Konulara Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları

Ele alınan dizilerde birçok farklı konunun nasıl işlendiği ile ilgili çıkarımlar yapılmıştır. Bu anlamıyla bazı konuların dizi içeriklerinde ön plana çıkarıldığı görülmüştür. Bunlarla ilgili dağılımlar içerisinde dikkat çekenlerden ilki yasa ve adalet uygulayıcıların (polis, yargı, mahkeme, asker vb.) 15 dizinin 10 tanesinde (%67) programın odağında ve belirgin bir şekilde işlendiğinin saptanmasıdır. Buradan ele alındığında toplumsal yaşamın sürdürülebilirliği konusunda yasa uygulayıcılarının olması gerekliliği ile ilgili genel bir algının bu dizilerde yaygın bir biçimde sunulduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 6.4).

Tablo 6.4. Konu: Yasa ve Adalet Uygulayıcılar

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Konuya hiçbir önem verilmemiş	3	20,0	20,0	20,0
Konu rastlantısal olarak çok az yer almış	2	13,3	13,3	33,3
Konu oldukça belirgin	4	26,7	26,7	60,0
Konu programın odak noktası	6	40,0	40,0	100,0
Toplam	15	100,0	100,0	

Dizilerde güvenlik güçlerinin (düzenli ya da düzensiz) savaş veya barış durumu farkı gözetmeden odak nokta olarak gösterildiği dizi sayısı 8 adettir (%54). Dolaylı ya da rastlantısal olarak güvenlik güçlerinin gösterildiği dizi sayısı ise 4 adettir (%27). Her iki anlamıyla dizilerde güvenlik güçlerinin doğal olarak varlığı kabullenilmiş bir gereksinim olarak sunulmaktadır. Toplamda %81 oranında silahlı kuvvetler, programın konusu içerisinde kendisine yer bulmuştur (Bkz. Tablo 6.5).

Tablo 6.5. Konu: Silahlı Kuvvetler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Konuya hiçbir önem verilmemiş	3	20,0	20,0	20,0
Konu rastlantısal olarak çok az yer almış	4	26,7	26,7	46,7
Konu oldukça belirgin	4	26,7	26,7	73,3
Konu programın odak noktası	4	26,7	26,7	100,0
Toplam	15	100,0	100,0	

Dizilerin konularında öne çıkan bir başka konu ise cinsiyetler arası yakın ilişkiler (Romantizm, arkadaşlık, dostluk vb.) ile ilişkilidir. Toplamda 9 adet dizide (%60)

cinsiyetler arası ilişkiler programın odak noktası olarak sunulurken geri kalan 6 dizide (%40) ise ön plana çıkarılarak verilmiştir. Bu ilişkiler dostluk, cinsellik, romantizm, arkadaşlık vb. konulardan oluşmaktadır. Dijital yayın platformlarının mesaj sistemlerinin anakımı içerisinde bu ilişkilerin rahatça yaşandığı mesajı sunulmaktadır. Buradan hareketle platformları çok izleyenlerin bu ilişkilerin varlığını çok olağan bir akış olarak görmesi beklenebilir (Bkz. Tablo 6.6).

Tablo 6.6. Konu: Cinsiyetler Arası Yakın İlişkiler ve Dostluklar

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Konu oldukça belirgin	6	40,0	40,0	40,0
Konu programın odak noktası	9	60,0	60,0	100,0
Toplam	15	100,0	100,0	

Dizilerde öne çıkan bir diğer konu ise aile içi ilişkiler olmuştur. Evlilik, aile içi sorunlar, ailenin birliği, gençlik, yaşlanma ve hamilelik gibi aile olmak, aile ilişkileri kapsamında değerlendirilen konular 11 dizide ön planda sunulmuştur. Bu dizilerin toplam içerisindeki payı %63'tür. Aileye ilişkin konuların dizilerde bu yoğunlukla sunulması ailenin toplumda önemini hâlâ koruduğu ile ilgili bir toplumsal mesajın yaygınlığından dijital yayın platformları açısından söz etmek mümkündür. Böylece çok izleyenlerin aileye ilişkin yargılarının ve düşüncelerin anaakımın mesajları doğrultusunda olması beklenebilir. Dizilerde aile konusunun işlenmesiyle ilgili dağılım tablo da gösterilmiştir (Bkz. Tablo 6.7).

Tablo 6.7. Konu: Aile İçi İlişkiler

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Konuya hiçbir önem verilmemiş	1	6,7	6,7	6,7
Konu rastlantısal olarak çok az yer almış	3	20,0	20,0	26,7
Konu oldukça belirgin	5	33,3	33,3	60,0
Konu programın odak noktası	6	40,0	40,0	100,0
Toplam	15	100,0	100,0	

Dijital yayın platformlarında aile ile ilgili öne çıkan bir başka konu başlığı da aileye sahip olmanın önemi ve bir aileye ait olmanın olumlu yönleriyle ilişkilidir. Ele

alınan dizilerin 8'inde konu, belirgin olarak öne çıkmış ve geriye kalan 7 dizinin 6'sında konuya dolaylı ya da rastlantısal olarak yer verilmiştir. Konunun az ya da çok değinildiği diziler toplamda 14 adettir (%93). Ailenin önemine ilişkin bir konuya yer verilmeyen dizi sayısı ise 1'dir (%7). Konu açısından aile öneminin dizilerde dağılımı tabloda gösterilmiştir (Bkz. Tablo 6.8).

Tablo 6.8. Ailenin Önemi: Aileye Sahip Olmanın ya da Ait Olmanın Olumlu Yönleri

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Konuya hiçbir önem verilmemiş	1	6,7	6,7	6,7
Konu rastlantısal olarak çok az yer almış	6	40,0	40,0	46,7
Konu oldukça belirgin	3	20,0	20,0	66,7
Konu programın odak noktası	5	33,3	33,3	100,0
Toplam	15	100,0	100,0	

Yaşlanma korkusu, yaşlılık ile ilgili sorunlar ve çözümleri ile ilgili konular yalnızca bir dizinin odağında iken geri kalan 14 dizide ya hiç değinilmemiş (12 adet) ya da rastlantısal olarak yer almıştır (2 adet). Programlarda suç olarak kabul edilen konular kapsamında anne babaya yönelik suçlara ilişkin konulara %80 oranında önem atfedilmemiştir. Ölüm ile ilgili konular bakımından değerlendirildiğinde 9 adet dizide konu belirgin bir şekilde işlenmişken çalışma kapsamında ölüme ilişkin konular örneklem grubunun yaşının genç grup içerisinde olması dolayısıyla ele alınmamıştır. Çözümlenen dizilerde ilaç ve uyuşturucu kullanımı ile ilgili konulara 7 dizide hiç rastlanılmazken, temayı barındıran ancak herhangi bir şekilde etkilerinden söz etmeyen dizi sayısı 5 adet olarak saptanmıştır. 3 adet dizide ise uyuşturucunun ve ilaç kullanımının zararlı etkilerine değinilmiştir. Dizilerde silahlı kuvvetler 8 adet dizide çatışma olmayan durumlarda gösterilmiştir (%53). Fiili olarak çatışma hali ya da savaş ortamında gösterilen dizi sayısı ise 4'tür (%27). Silahlı kuvvetler ayrıca %80 oranında resmi, düzenli birlikler olarak gösterilirken 3 adet dizide belirsiz ya da hiç gösterilmemektedir. Şiddet, 12 adet dizide kesin bir biçimde ciddi tonda sunulurken 3 adet dizide ise şiddet tema olarak rastlanılmamıştır. Şiddetin ana karakterler açısından ciddi bir öneme sahip olduğu dizi sayısı 2 iken, içeriğin ana konusunun şiddet olduğu dizi sayısı ise 10 olarak saptanmıştır.

6.1.3 Karakterlere Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları

Dizilerde karakterler, ana karakterler ve yardımcı karakterler şeklinde ele alınmıştır. Bu kapsamda dizilerin tanıtımları, platformların diziye ilişkin açıklamalarının bulunduğu web sayfaları ve açıklamaları ve dizilerin ele alındığı bölümleri karakterlerin ön plana çıkması, olay akışında ve hikâyenin taşınmasındaki rolleri göz önünde bulundurularak değerlendirilmiştir. Dijital yayın platformlarında temel karakter frekansına bakıldığında platform ve dizi özelinde bazı veriler toplanmıştır. Bu verilerden ilki genel olarak ana karakter ve yardımcı karakterlerin cinsiyetlerine göre ekranda ne sıklıkta gösterildiği ile ilgilidir. Bu kapsamda erkek karakterlerin kadın karakterlere oranla çok daha sık görüldüğü ve dijital yayın platformlarının sembolik dünyasının gerçek dünyayı çarpıttığı görülmektedir. PrimeVideo’da ele alınan dönem bazında erkek karakter gösteriminin kadın karakter gösterimine göre 3 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Detaylar Tablo 6.9’da sunulmuştur.

Tablo 6.9. *Karakterlerin Cinsiyete Göre Gösterim Sıklığı ve Dijital Yayın Platformlarına Göre Dağılımı*

	Kadın	Erkek
Netflix	5234 Gösterim	6504 Gösterim
BluTv	3780 Gösterim	5461 Gösterim
PrimeVideo	2049 Gösterim	7668 Gösterim
Toplam	11063 Gösterim	19633 Gösterim

6.1.4 Ana Karakterlere Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemeleri

Ele alınan dönemlerde dizilerde 25 kadın (%34), 48 erkek (%66) olmak üzere toplam 73 ana karakter saptanmıştır. Platform bazında değerlendirildiğinde erkek ana karakter sayılarının kadın ana karakterlerden daha fazla olduğu görülmektedir. Kadın ana karakterlere en fazla yer veren platform Netflix olurken (10), en az BluTv yer vermiştir (6). Kadın ana karakterlerin gösterim oranı erkek ana karakterlere oranla neredeyse yüzde 50’ye yakın bir düzeyde daha azdır. Ana karakterlerin cinsiyete ve platformlara göre dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Dijital yayın platformlarının sembolik dünyasının karakterlerinin cinsiyete göre dağılımı gerçek dünyaya göre abartılı bir fark göstermiştir. Erkek ana karakter nüfusu kadın ana karakter nüfusundan çok daha fazla sunulmaktadır (Bkz. Tablo 6.10).

Tablo 6.10. Ana Karakterlerin Cinsiyetlerinin Platformlara Göre Dağılımı

Platform	Kadın	Erkek	Toplam
Netflix	10	14	24
Blu Tv	6	19	25
PrimeVideo	9	15	24
Toplam	25	48	73

Dizilerde erişkin öncesi ve erişkin olarak betimlenen karakterler 24 yaş ve altı yaş grubunda olanlardır. Bu karakterler genel olarak eğitime devam eden veya ailesine bağımlı bir biçimde yaşamını sürdürenler olarak betimlenmiştir. Genç yetişkin yaş grubu ise 25 yaş üzeri ve 30'lu yaşların başında olan aile ve çocuk sahibi olmayan kişilerden oluşmaktadır. İş yaşamlarının başında, başarı ve kazanım konusunda hırslı olan kişiler olarak betimlenmiştir.

Yetişkin yaş grubu ise aile ve çocuk sahibi olan, iş ve statü tanımları diğer gruplara göre daha keskin biçimde gösterilen kişiler olarak betimlenmiştir. Bu karakterler 35 yaş ve üzerinde gösterilen kişiler olarak ele alınmıştır. Yaşlı grubunda olan karakterler 65 yaş ve üzeri olduğu belli olan, bakıma muhtaç, sağlık sorunları yaşayan, torun sahibi kişiler olarak betimlenmiştir. Ana karakterlerin yaşlarının dağılımına bakıldığında büyük çoğunluğunun erken ya da geç yetişkinlik döneminde olduğu görülmektedir. Genç yetişkinler (20'lerin ortası 30'ların başı) %32, yetişkinler (aile ve kariyeri oturmuş) %52 oranında ana karakter olarak gösterilmiştir. Yaşlılar ve genç olarak tarif edilen ana karakterler oldukça az temsil edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında yine stereotiplerin dijital platform dizilerinde sunum biçiminde gerçek dünyaya göre farklılık olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 6.11).

Tablo 6.11. Ana Karakterlerin Sosyal Yaş Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kodlanamaz	1	1,4	1,4	1,4
Erişkin	9	12,3	12,3	13,7
Genç Yetişkin, (20'lerin ortası 30'ların başı)	23	31,5	31,5	45,2
Yetişkin (aile ve kariyeri oturmuş)	38	52,1	52,1	97,3
Yaşlı	2	2,7	2,7	100,0
Toplam	73	100,0	100,0	

Dizilerde alt sosyoekonomik statü (SES) grubu olarak tanımlanan karakterler daha çok ev hanımı, bakıcı, hizmetli ve ele alınan dizi bölümlerinde açıkça maddi olarak sorun yaşayan kişilerdir. Orta SES kategorisinde olan karakterler ise ele alınan bölümlerde maddi bir kaygı taşımayan, düzenli bir işi olan ayrıca kendisine ait bir varlık (ev, araba) olduğu anlaşılan kişilerdir. Üst SES kategorisi olarak ele alınan karakterler ise genellikle lüks içerisinde yaşayan, villa, malikane vb. yerlerde barınan, kendisine ait hizmetlilerin bulunduğu, finansal kazanımı yüksek şirketlere sahip olan kişilerdir. Bunlara ek olarak yasadışı iş faaliyetinde bulunup buradan elde ettiği kazancıyla bir çete ya da benzeri bir grubu yönlendirebilme gücünü elinde bulunduran kişiler de üst SES kategorisi içerisinde tanımlanmıştır.

Ana karakterlerin sosyoekonomik sınıfına göre dağılım incelendiğinde orta SES kategorisi (20) ve üst SES kategorisi (35) içerisinde olanların alt SES kategorisine (16) göre daha yoğun gösterilmektedir. Buradan hareketle televizyon dünyasında karakterlerin sınıfsal dağılımının gerçek dünyadan farklı, abartılmış bir sınıf dağılımı şeklinde olduğu söylenebilir (Bkz. Tablo 6.12).

Tablo 6.12. Ana Karakterlerin Sosyoekonomik Statü (SES) Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kodlanamaz	2	2,7	2,7	2,7
Orta SES Kategorisi	20	27,4	27,4	30,1
Açıkça Üst SES Kategorisi	35	47,9	47,9	78,1
Açıkça Alt SES Kategorisi	16	21,9	21,9	100,0
Toplam	73	100,0	100,0	

Ana karakterlerin meslekleri ele alındığında devlet kurumlarında resmi görevli olarak çalışanların diğer meslek gruplarına göre çok daha fazla olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise işletme sahibi, sanayi işleriyle uğraşan ve kendi iş acentesi olan orta SES kategorisi üzerinde olanlar olduğu görülmektedir. Burada ilgi çekici bir başka grup ise yasadışı işlerle uğraşanların yoğunluğudur. Öğrenci, öğretmen, hemşire, küçük esnaf, ev hanımı vb. toplumun çok büyük kısmını oluşturan diğer meslek veya uğraşları olanlar ise oldukça az bir biçimde ana karakter olarak resmedilmiştir (Bkz. Tablo 6.13).

Tablo 6.13. Ana Karakterlerin Meslek Gruplarına Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Ayrırt edici iş faaliyeti yok, karışık	4	5,5	5,5	5,5
Eğlence, sanat, spor, kitle iletişim	2	2,7	2,7	8,2
Tarım, çiftçilik, doğa, hayvanlar	1	1,4	1,4	9,6
İşletme, sanayi, finans, taşıma, özel acente	13	17,8	17,8	27,4
Devlet, mahkemeler, hukuk, resmi görevli	28	38,4	38,4	65,8
Sağlık, tıbbi, sosyal refah ve hizmetler	2	2,7	2,7	68,5
Eğitim (öğrenci, öğretmen vb.)	6	8,2	8,2	76,7
Din	1	1,4	1,4	78,1
Yasadışı İşler	12	16,4	16,4	94,5
Ev hanımı, Bakıcı, Hizmetli	4	5,5	5,5	100,0
Toplam	73	100,0	100,0	

Ana karakterler genel olarak bakıldığında herhangi bir fiziksel, zihinsel engeli ya da hastalığı olmayan kişiler olarak sunulmaktadır. Genel olarak bakıldığında ana karakterler yüzde 95'in üzerinde herhangi bir hastalık sorunu olmayanlar olarak gösterilmektedir. Diziler içerisinde fiziksel engel durumu olan ana karakterler yalnızca Netflix'te yayınlanan *Terzi* ve PrimeVideo'da yayınlanan *Yüzüklerin Efendisi: Güç Yüzükleri*'nde görülmektedir (2 Adet). Zihinsel hastalığı olan ana karakterler incelendiğinde toplam 73 ana karakterin 3 tanesinde zihinsel bir sorun olduğu anlaşılmaktadır (Bkz. Tablo 6.14).

Tablo 6.14. Ana Karakterlerin Zihinsel Engel Durumları

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Var	3	4,1	4,1	4,1
Yok	70	95,9	95,9	100,0
Toplam	73	100,0	100,0	

Ana karakterlerin uyuşturucu kullanım durumuna bakıldığında hastalık ve engel durumundan çok daha yoğun bir biçimde uyuşturucu kullanıldığı görülmektedir. Fiziksel ya da zihinsel hastalığı olanlar %4'ten az iken uyuşturucu kullananların oranı %18 olarak gösterilmektedir. Sigara ve alkol kullanımının sunulmasına ilişkin yapılan karakter çözümlemesinde karakterlerin %44'ü (32 Adet) sigara kullanırken, %56'sı (41 Adet)

kullanmıyor olarak görülmektedir. Alkol kullanan ana karakterler ise 48 kişi (%66) olurken, 25 kişi (%34) alkol kullanmıyor olarak görülmektedir (Bkz. Tablo 6.15).

Tablo 6.15. Ana Karakterlerin Uyuşturucu, Sigara, Alkol Kullanım Durumları

UYUŞTURUCU	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kullanıyor	13	17,8	17,8	17,8
Kullanmıyor	60	82,2	82,2	100,0
SİGARA				
Kullanıyor	32	43,8	43,8	43,8
Kullanmıyor	41	56,2	56,2	100,0
ALKOL				
Kullanıyor	48	65,8	65,8	65,8
Kullanmıyor	25	34,2	34,2	100
Toplam	73	100	100	

Ana karakterler genel olarak herhangi bir görüntü bozukluğu olmayan güzel-yakışıklı kişiler olarak gösterilmektedir. Karakterlerin %90'ında (66 Adet) herhangi bir görüntü bozukluğu görünmemektedir. Karakterler genel olarak olumlu özellikler ile özdeşleşmektedir. Bu anlamıyla karakterler genel olarak başarılı (%74), iyi, kahraman ve pozitif (%67) bireyler olarak betimlenmektedir. Karakterler genel olarak mizahi olmayan, ciddi (%71) bir biçimde sunulmaktadır.

Ana karakterlerin medeni haliyle ilgili dağılıma bakıldığında evli olmayanlar (%41) yoğunluklu bir şekilde görülmektedir. Evli olmadığı halde bir ilişki (romantik ya da değil) yaşayanlar göz önüne alındığında heteroseksüel bir ilişki içerisinde bulunanlar 6 kişi, homoseksüel bir ilişki içerisinde bulunanlar 3 kişi olarak saptanmıştır. Ana karakterlerin medeni hali ve ilişki durumlarına yönelik dağılım aşağıdaki tabloda belirtilmiştir. Karakterlerin seksüel katılımları göz önüne alındığında 65 kişi heteroseksüel bir katılım sağlarken, biseksüel (3) ya da LGBTİ birey (3) olarak katılım gösterenler toplamda 6 kişi olarak gösterilmektedir (Bkz. Tablo 6.16).

Tablo 6.16. Ana Karakterlerin Medeni Hali ve İlişki Durumlarına Yönelik Bulgular

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kodlanamaz	7	9,6	9,6	9,6
Evli Değil	30	41,1	41,1	50,7
Evli	13	17,8	17,8	68,5
Ayrı Yaşıyorlar	2	2,7	2,7	71,2
Dul veya boşanmış	9	12,3	12,3	83,6
Şu an birisiyle birlikte yaşıyor (heteroseksüel)	6	8,2	8,2	91,8
Şu an birisiyle birlikte yaşıyor (homoseksüel)	3	4,1	4,1	95,9
Biten ilişkisinin hâlâ etkisinde ve onu seviyor	2	2,7	2,7	98,6
Karışık	1	1,4	1,4	100,0
Toplam	73	100,0	100,0	

Ana karakterlerin 3 tanesi yalnızca çocukları ile yaşarken, 20'si eş ve çocuklarıyla 10'u ise anne ya da babasıyla birlikte yaşamaktadır. Toplamda %45'i bir aile ilişkisi içerisinde gösterilmiş ve yaşamlarını aileleriyle paylaşmaktadır. Ana karakterler açısından aile yaşamının önemi sorgulandığında %55'i için ailesi ve aile yaşamı önemli olarak saptanmıştır.

Ana karakterlerin şiddet ve suça katılımıyla ilgili yapılan çözümleme sonucunda 73 ana karakterden 43'ü suç işlemiş, 44'ü belirli düzeyde şiddet uygulamış ve 39'u belirli düzeylerde şiddete uğramıştır. Bu anlamıyla bakıldığında suç ve şiddet, temalar ve platformlar değişse de yaygın bir biçimde dizilerde yoğun olarak işlenmiştir (Bkz. Tablo 6.17).

Tablo 6.17. Ana Karakterlerin Suç ve Şiddet Katılım Durumu

Karakter Tarafından İşlenen Suç	Şiddet uygulamamış	Ölümcul olmayan şiddet uygulamış	Öldürücü şiddet uygulamış ancak sonucunda ölüm olmamış	Öldürücü şiddet uygulamış
Sayı	29	9	8	27
Yüzde	40	12	11	37
Karakterin Maruz Kaldığı Şiddet	Karakter şiddete maruz kalmamış	Ölümcul olmayan ya da tedavi edilebilir şiddete maruz kalmış	Öldürücü bir şiddete maruz kalmış ancak ölmemiş	Öldürülmüş
Sayı	34	18	18	3
Yüzde	46	25	25	4
Karakter Tarafından Yapılan Şiddet Hareketi	Şiddet uygulamamış	Ölümcul olmayan şiddet uygulamış	Öldürücü şiddet uygulamış ancak sonucunda ölüm olmamış	Öldürücü şiddet uygulamış
Sayı	29	9	8	27
Yüzde	40	12	11	37

6.1.5 Yardımcı Karakterlere Yönelik Mesaj Sistem Çözümlmeleri

Mesaj sitem çözümlmeleri kapsamında ele alınan dönemlerde dizilerde 40 kadın (%40) 59 erkek (%60) olmak üzere toplam 99 yardımcı karakter olduğu saptanmıştır. Dijital yayın platformlarında kadın, erkek yardımcı karakter dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Bu tablo kapsamında en çok kadın yardımcı karakter Netflix'te gösterilirken (17 adet), en az BluTV'de (10 adet) gösterilmektedir. Yine kadın erkek dağılımlarına bakıldığında erkeklerin gösterimi kadınların gösteriminden yaklaşık %20 daha fazladır. Tüm platformlarda erkek yardımcı karakterler kadın yardımcı karakterlerden daha fazla gösterilmektedir (Bkz. Tablo 6.18).

Tablo 6.18. Yardımcı Karakterlerin Platformlara Göre Dağılımı

Platform		Kadın	Erkek	Toplam
Netflix	Sayı	17	19	36
	Yüzde	47,2%	52,8%	100,0%
Blu Tv	Sayı	10	20	30
	Yüzde	33,3%	66,7%	100,0%
PrimeVideo	Sayı	13	20	33
	Yüzde	39,4%	60,6%	100,0%
Toplam	Sayı	40	59	99
	Yüzde	40,4%	59,6%	100,0%

Yardımcı karakterlerin yaşa göre sınıflandırılması bakımından ana karakterlerin yaşa göre sınıflandırılma ölçütleri geçerlidir. (Bkz. s. 88) Yardımcı karakterlerin yaş dağılımına bakıldığında genel olarak genç yetişkin (18) ve yetişkinlerin (64) çok daha fazla olduğu görülmektedir. 99 yardımcı karakterin yüzde 83'e yakını yetişkinlerden oluşmaktadır. Dizilerdeki yan karakterler açısından genç grup yüzde 6 iken, yaşlılar yüzde 11 olarak görülmüştür. Yetişkin yan karakterlerin toplam içerisindeki yüzdelik oranı 83 olmuştur (Bkz. Tablo 6.19).

Tablo 6.19. Yardımcı Karakterlerin Yaşlara Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erişkin	6	6,1	6,1	6,1
Genç Yetişkin, (20'lerin ortası 30'ların başı)	18	18,2	18,2	24,2
Yetişkin (aile ve kariyeri oturmuş)	64	64,6	64,6	88,9
Yaşlı	11	11,1	11,1	100,0
Toplam	99	100,0	100,0	

Yardımcı karakterlerin sosyoekonomik statüye göre sınıflandırılmasında da ana karakterlerin sosyoekonomik statüsüne göre sınıflandırılma ölçütleri geçerlidir. (Bkz. s. 90) Yardımcı karakterlerin genel olarak sosyoekonomik statüsü göz önüne alındığında %8'inin sosyoekonomik statüsü açık bir biçimde belirlenemediğinden kodlanamaz seçeneğinde toplanmıştır. 99 yan karakter içerisinden 34'ü üst SES kategorisi, 26'sı orta SES kategorisi olarak görülmüştür. Orta SES kategorisi ve üst SES kategorisi toplamda %60 oranında dağılmıştır. Alt SES kategorisine dahil olan yardımcı karakterlerin (31 adet) oranı ise % 31 olarak saptanmıştır (Bkz. Tablo 6.20).

Tablo 6.20. Sosyoekonomik Statü (SES) Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kodlanamaz	8	8,1	8,1	8,1
Orta SES Kategorisi	26	26,3	26,3	34,3
Açıkça Üst SES Kategorisi	34	34,3	34,3	68,7
Açıkça Alt SES Kategorisi	31	31,3	31,3	100,0
Toplam	99	100,0	100,0	

Yardımcı karakterler açısından en yoğun meslek grubu ana karakterlerde olduğu gibi kamu görevi olan resmi görevliler ve hukuk, mahkeme işleriyle uğraşanlardan oluşmaktadır. Daha sonra en yüksek ikinci meslek grubu 16 kişiyle ev hanımı, bakıcı ve hizmetli grubu altında toplanmıştır (%16). Yardımcı karakterler açısından en yoğun üçüncü meslek grubu yasadışı işler ile uğraşanlar olmuştur (%13). İşsiz ve herhangi bir ayırt edici mesleği olmayanlar 18 kişiden oluşurken geniş kapsamlı işletme, sanayi grubunda yer alanlar 11 kişiden oluşmaktadır. Meslek gruplarının dağılımına yönelik tablo aşağıda sunulmuştur (Bkz. Tablo 6.21).

Tablo 6.21. Meslek Grupları Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Ayrırt edici iş faaliyeti yok, karışık	17	17,2	17,2	17,2
Eğlence, sanat, spor, kitle iletişim	1	1,0	1,0	18,2
Tarım, çiftçilik, doğa, hayvanlar	4	4,0	4,0	22,2
İşletme, sanayi, finans, taşıma, özel acente	11	11,1	11,1	33,3
Devlet, mahkemeler, hukuk, resmi görevli	27	27,3	27,3	60,6
Sağlık, tıbbi, sosyal refah ve hizmetler	3	3,0	3,0	63,6
Eğitim (öğrenci, öğretmen vb.)	6	6,1	6,1	69,7
Yasadışı İşler	13	13,1	13,1	82,8
Ev Hanımı, Bakıcı, Hizmetli	16	16,2	16,2	99,0
İşsiz	1	1,0	1,0	100,0
Toplam	99	100,0	100,0	

Yardımcı karakterlerin uyuşturucu, sigara ve alkol kullanım durumu ele alındığında 7 karakter uyuşturucu kullanırken, 93'ü kullanmıyor olarak gösterilmiştir. Sigara kullanımıyla ilgili çözümlemeler yapıldığında 21 karakter sigara kullanıyor görülürken 78 tanesi sigara kullanmıyor olarak görülmektedir. Aynı şekilde alkol kullanım durumları çözümlendiğinde ortaya çıkan sonuca göre alkol kullanan yardımcı karakter sayısı 43 iken, alkol kullanmayanların sayısı 56 olarak gösterilmiştir (Bkz. Tablo 6.22).

Tablo 6.22. Yardımcı Karakter Uyuşturucu, Sigara ve Alkol kullanım Dağılımı

UYUŞTURUCU	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kullanıyor	7	7	7	7
Kullanmıyor	92	93	93	100,0
SİGARA				
Kullanıyor	21	21	21	21
Kullanmıyor	78	78	78	100,0
ALKOL				
Kullanıyor	43	43	43	43
Kullanmıyor	56	56	56	100
Toplam	99	100	100	

Yardımcı karakter çözümlemesinde karakterlerin medeni durumları ve ilişki durumları ele alındığında en çok evli olanlar (28 adet) gösterilirken, evli olmayanlar 25 kişi olarak saptanmıştır. Heteroseksüel bir ilişki yaşayıp evli olmayanlar 3 kişiyken, homoseksüel bir birliktelik yaşayanlar 5 kişi olarak saptanmıştır. Karakterlerin seksüel

katılımına bakıldığında 4 kişiye ilişkin bir referans bulunmazken, 89 karakter heteroseksüel, 6 karakter ise LGBTİ birey olarak gösterilmektedir (Bkz. Tablo 6.23).

Tablo 6.23. Yardımcı Karakterlerin Medeni Hal ve İlişki Durumlarına Yönelik Bulgular

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evli Değil	25	25,3	25,3	54,5
Evli	28	28,3	28,3	82,8
Ayrı Yaşıyorlar	1	1,0	1,0	83,8
Dul veya boşanmış	8	8,1	8,1	91,9
Şu an birisiyle birlikte yaşıyor (heteroseksüel)	3	3,0	3,0	94,9
Şu an birisiyle birlikte yaşıyor (homoseksüel)	5	5,1	5,1	100,0
Toplam	99	100,0	100,0	

Yardımcı karakterlerin aile ilişkilerine ilişkin bulgular araştırıldığında, toplam 48 karakterin ailesine ilişkin bir referans yok ya da kodlanamaz olarak saptanmıştır. 51 karakterin ailesiyle ilgili referans verilmiş olup, bunların çok yüksek bir çoğunluğunun aile ilişkileri hikâye içerisinde gösterilmektedir. Yardımcı karakterler açısından ailenin önemine ilişkin bulgulara bakıldığında 16 karakter ile ilgili durum kodlanamaz şeklinde ortaya çıkmıştır. Aile yaşamı 45 karakter açısından önemli gösterilirken, 38 karakterde aile yaşamı ile ilgili önem derecesi yoğun gösterilmemiştir.

Yardımcı karakterler dizide genel olarak ciddi bir rolde sunulmuştur (%88). Dizi hikâye örgüsüne göre yardımcı karakterler yüksek oranda iyi, kahraman, pozitif olarak gösterilirken (%69), kötü, hain veya negatif olarak tanımlanan karakterler %22 olarak temsil edilmiştir. Geriye kalan %9'luk dilim içerisinde de yardımcı karakterler hem iyi hem kötü ya da ne iyi ne kötü olarak gösterilmektedir. Yardımcı karakterlerin başarı durumuna göre çözümleme gerçekleştirildiğinde kodlanamaz ve ne başarılı ne başarısız olanlar 26 kişi olarak saptanmıştır. Açıkça başarılı olan karakterler 51 kişi iken, başarısız olanlar 22 kişi olarak gösterilmiştir. Yardımcı karakterler hikâye açısından büyük çoğunlukla mutsuz olarak resmedilmektedir (%54). Açıkça mutlu olanlar 22 kişi olarak gösterilirken (%22), kodlanamayan ve ne mutlu ne mutsuz olanlar 24 kişi olarak gösterilmektedir.

Yardımcı karakterlerin suç ve şiddet katılım durumları ele alındığında %70 oranında suç işlemeyen bir karakter dağılımı yapılmıştır. Yardımcı karakterlerin uyguladığı şiddet eylemine yönelik dağılıma bakıldığında öyle ya da böyle şiddet eyleminde bulunanlar 19 kişiye, 80 kişi şiddet eylemi uygulamamıştır. Yardımcı

karakterlere yönelik şiddet eylemi göz önüne alındığında 75 kişi (%76) şiddete maruz kalmamıştır. Geriye kalan 24 kişi ciddi ya da hafif şiddete maruz kalmıştır. Suç ve şiddet katılım durumlarına yönelik tablo aşağıdadır (Bkz. Tablo 6.24).

Tablo 6.24. Yardımcı Karakterlerin Suç ve Şiddet Katılım Durumu

Karakter Tarafından İşlenen Suç	Suç İşlememiştir.	Suç İşlemiştir		
Sayı	69	30		
Yüzde	70	30		
Karakterin Maruz Kaldığı Şiddet	Karakter şiddete maruz kalmamış	Ölümcül olmayan yâda tedavi edilebilir şiddete maruz kalmış	Öldürücü bir şiddete maruz kalmış ancak ölmemiş	Öldürülmüş
Sayı	75	10	13	1
Yüzde	76	10	13	1
Karakter Tarafından Yapılan Şiddet Hareketi	Şiddet uygulamamış	Ölümcül olmayan şiddet uygulamış	Öldürücü şiddet uygulamış ancak sonucunda ölüm olmamış	Öldürücü şiddet uygulamış
Sayı	80	3	6	10
Yüzde	81	3	6	10

6.1.6 Cinsellik Sunumuna Yönelik Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları

Mesaj sistem çözümü kapsamında ele alınan dizilerde cinselliğin betimlenmesi ve sunumu ile ilgili bazı veriler elde edilmiştir. Ele alınan dizilerde cinsellik betimlemesi olmayan dizi sayısı 2 iken geriye kalan 13 dizide heteroseksüel, homoseksüel ya da karışık bir biçimde cinsellik sunumu yapılmıştır. Burada cinsellik sunumu ima edilerek ya da açık bir biçimde gösterilerek gerçekleştirilmiştir. Dizilerde heteroseksüel bir sunum gerçekleştirenler yüzde 47 (7 adet) olurken homoseksüel bir betimleme yapılmış dizi yüzdesi 7 (1 adet) olarak saptanmıştır. Her iki cinsel betimleme biçimini de gösteren dizi yüzdesi ise 33'tür (5 adet). Cinsellik dizilerde açık bir biçimde ya da imalar yoluyla çok sık gösterilmektedir (Bkz. Tablo 6.25).

Tablo 6.25. Cinsel Betimleme Biçimi

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cinsel betimleme yok	2	13,3	13,3	13,3
Yalnızca heteroseksüel betimleme	7	46,7	46,7	60,0
Yalnızca homoseksüel betimleme	1	6,7	6,7	66,7
Karışık (hetero-homo)	5	33,3	33,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Çözümelenen dizilerde hiçbir cinsel etkileşimin olmadığı dizi sayısı 2 iken cinsellik sunumu yalnızca sözel ya da çok aleni olmayan bir şekilde gerçekleşen dizi sayısı da 2 olarak saptanmıştır. Aleni fiziksel ve sözel ifadeler ile betimlenen cinsellik barındıran dizi sayısının ise 11 olduğu saptanmıştır. Platformlarda yayınlanan dizilerde ele alınan dönem içerisindeki bölümlerde cinsellik ciddi bir biçimde hikâye açısından önemle sunulmuştur (11 Adet). Bazı dizilerde cinsellik dizinin ana konusunu oluştururken (2 Adet), bazılarında cinsellik hikâyenin ana karakterinin katılımıyla ana karakter açısından anlamlı bir biçimde sunulmuştur (6 adet). Detaylar Tablo 6.26’da gösterilmektedir.

Tablo 6.26. Cinsel Betimleme Derecesi

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cinsel hiçbir betimleme yok	2	13,3	13,3	13,3
Bazı cinsel betimlemeler var kazara ya da rastlantısal gösterilmiş	5	33,3	33,3	46,7
Cinsel betimleme var (Hikâye ve ana karakter açısından önemli)	6	40,0	40,0	86,7
Cinsel Betimleme içeriğin ana konusu	2	13,3	13,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Cinsellik de şiddete benzer bir biçimde mesaj sistemlerinde yer almaktadır. Şiddet, ulus ötesine kolaylıkla pazarlanabilmesi ve yayıncılar tarafından zahmetsizce satılabilmesi açısından önemlidir. (Gerbner 1976 s. 183) Bu yönüyle cinsellik sunumu da ticari bir amaç taşımaktadır. Her ikisinin de hemen hemen tüm kültürlerde ortak tüketim materyali olabilmesi açısından bazı cinsel betimlemeler şiddet ile etkileşimli olarak sunulmuştur (3 Adet). Şiddet içermeyen cinsel etkileşim içeren dizi sayısı 7’dir (Bkz. Tablo 6.27).

Tablo 6.27. Şiddet ve Cinsel Etkileşim Frekansı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cinsel etkileşim yok	5	33,3	33,3	33,3
Şiddet içermeyen cinsel etkileşim	7	46,7	46,7	80,0
Şiddetle bağlantılı cinsel etkileşim	2	13,3	13,3	93,3
Şiddetle bağlantılı sözel ve fiziksel etkileşim	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Dizilerde cinsellik imalar yoluyla veya açık bir biçimde gösterilerek sunulmuştur. Öpme, dokunma, kucaklama, flört, heteroseksüel cinsel ilişki, evlilik dışı ya da evlilik öncesi cinsel ilişki ve kısmi çıplaklık imasında bulunan veya açık bir biçimde gösteren diziler 11 adet olarak saptanmıştır (%73). Homoseksüel cinsel ilişki ve sadist, mazoşist bir cinsellik imasında bulunan diziler 4 adettir (%27). Açık bir biçimde homoseksüellik gösteren dizi sayısı 5 adettir (%33). Açık bir biçimde sadist ya da mazoşist bir cinsellik biçimi gösteren dizi sayısı 2'dir. Cinsel yetersizlik veya tatminsizlik imasında bulunan dizi sayısı 1 iken, açık bir biçimde bu durumu gösteren dizi sayısı 2 olmuştur. Araştırma kapsamında cinsellik sunumu ve betimleme biçimleriyle ilgili mesajların nasıl algılandığı ile ilgili sorgulamalar coğrafi ve bazı sosyopolitik endişeler dolayısıyla gerçekleştirilmemiştir.

6.1.7 Şiddete İlişkin Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları

Şiddet unsurlarının çözümlenmesi Gerbner ve arkadaşlarının şiddet tanımları kapsamında gerçekleştirilmiştir. Örneğin dizilerde ekrana gelen kan, yaralanma, bıçak ya da silah gösterimi, el kol kullanarak darp etmek gibi her olayın görüntüsü şiddet olarak kaydedilmiştir. Dizilerde bireysel ya da grup olarak saldırı ya da çatışma durumları yer almaktadır. Yaralı ya da öldürülmüş karakterlerin her gösterimi de bir şiddet sahnesi olarak kabul edilmiştir. Diziler içerisinde Netflix'te yayınlanan *XO*, *Kitty* ve *Queen Charlotte'da* şiddet unsurlarına ele alınan bölümlerde rastlanılmamıştır. Geriye kalan 13 dizide toplam 177 ayrı şiddet sahnesine rastlanılmıştır. BluTv, en çok şiddet olayı yaşanan platform olurken (72 Adet), PrimeVideo (62 Adet) ve Netflix (44 Adet) şiddet olayı barındıran dizi yayınlamıştır (Bkz. Tablo 6.28).

Tablo 6.28. Şiddet Sahnelerinin Platformlara Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Netflix	44	24,9	24,9	24,9
Blu Tv	72	40,7	40,7	65,5
PrimeVideo	61	34,5	34,5	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Dijital yayın platformları BluTv, Netflix ve PrimeVideo'da yayınlanan 15'er saatlik dizi çözümlemesiyle elde edilen veriler ışığında şiddet unsuru barındıran 2800 adet şiddet olayı ve unsuru sayılmıştır. Genel anlamıyla bakıldığında her ne kadar Netflix'te yayınlanan iki dizide şiddet unsuru görünmese de tek tek şiddet unsurları

sayıldığında çok ciddi bir fark olmasa da en çok şiddet unsurunun Netflix'te sunulduğu görülmektedir. 2800 şiddet unsurunun yüzde 35'i Netflix, yüzde 35'i PrimeVideo ve yüzde 30'u BluTv'de sayılmıştır (Bkz. Tablo 6.29).

Tablo 6.29. Şiddet Unsurlarının Platformlara Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Netflix	978	34,92	34,92	34,92
BluTv	852	30,42	30,42	65,34
PrimeVideo	970	34,66	34,66	100
Toplam	2800	100	100	

Dizilere yönelik şiddet sahnesi dağılımına bakıldığında BluTv'de yayınlanan *Sokağın Çocukları* adlı Türkiye yapımı dizi en çok şiddet sahnesinin (28 Adet) sayıldığı içerik olarak öne çıkmıştır (%16). İkinci sırada yer alan dizi 24 sahneyle Netflix'te yayınlanan *Black Knight* adlı yapım olmuştur (%14). Üçüncü sırada ise PrimeVideo'da yayınlanan *Reacher* adlı yapım 21 sahneyle yer almıştır (%12). Bu diziler dışında daha önce de belirtilen iki yapımda (*XO, Kitty* ve *Queen Charlotte*) şiddet sahnesi bulunmamaktadır. Ancak bu iki platformda şiddet unsurunun olmamasına karşın Netflix'in diğer dizilerinde aynı oranda şiddet sahnesi gösterdiği görülmektedir. Şiddet sahnesinin en yoğun olduğu üç dizide konu ve temalar asker ya da çeteler olarak göze çarpmaktadır. Bu dizilerde şiddet sahnelerinin yoğunlukta olması zaten beklenen bir durum iken dram ve psikoloji temaları içeren (*Terzi, El Silencio* vb.) dizilerde de şiddet sahneleri oldukça göze çarpmaktadır (Bkz. Tablo 6.30).

Tablo 6.30. Şiddet Sahnelerinin Dizilere Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Terzi	11	6,2	6,2	6,2
El Silencio	9	5,1	5,1	11,3
Black Knight	24	13,6	13,6	24,9
Bozkır	8	4,5	4,5	29,4
Exit	3	1,7	1,7	31,1
Last Of Us	16	9,0	9,0	40,1
Sokağın Çocukları	28	15,8	15,8	55,9
Behzat Ç. (Gül ve Çekiç)	17	9,6	9,6	65,5
Citadel	16	9,0	9,0	74,6
Yüzüklerin Efendisi Güç Yüzükleri	10	5,6	5,6	80,2
Reacher	21	11,9	11,9	92,1
The Boys	14	7,9	7,9	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Dizilerde yer alan şiddet sahneleri ve süreleri göz önüne alındığında her platformun toplamda 15 saatin en az 1 saatini şiddet gösterimine ayırdığı görülmektedir. PrimeVideo 74 dakika ile zirvede yer almıştır. Netflix'te şiddet gösterim süresi 70 dakika olarak saptanmıştır. BluTV yaklaşık 60 dakika şiddet sunumu yapmıştır. Tüm platformlar göz önüne alındığında 45 saatlik dizi bölümlerinin tamamında 3.39 saatlik zaman dilimi şiddet barındıran bir biçimde gösterilmiştir. Bu durumda bu platformlarda yer alan içeriklerin yaklaşık yüzde 7.43'ü doğrudan şiddet gösterimi şeklinde olmuştur. En çok şiddet gösterimi PrimeVideo'da gerçekleşmiştir. Bu platform, global pazarda birden çok sektörde hizmet veren Amazon Grubu'na aittir. Küresel anlamda birçok sektörde (taşımacılık, e-ticaret, oyun, kitap, yemek, bilişim ve giyim) ticari faaliyetler yürüten Amazon Grubu kârlılık odaklıdır. Bu yüzden en çok satışı, en ucuz maliyetle dünyanın her bölgesine yapma arzusunda olduğunu düşünmek yanlış olmayacaktır. Şiddet yoğun içeriğin şirket politikalarının kâr elde etme arzusuna paralel olarak en çok PrimeVideo'da sunulması beklenebilir. Şiddet ucuz ve kolay pazarlanan kârlı ticari faaliyetlerin vazgeçilemeyen bir ürünüdür (Bkz. Tablo 6.31).

Tablo 6.31. Dijital Yayın Platformlarında Toplam Şiddet Süreleri

	Süre
Netflix	4212 sn / 70,2 Dk.
BluTV	3572 sn / 59,5 Dk.
PrimeVideo	4437 sn / 73,9 Dk.
Toplam	12221 sn / 203,6

Şiddet eylemine katılanlar üzerinden yapılan çözümlemede çoğunlukla şiddetin iki kişi veya üzeri kişiler (%53) arasında gerçekleştiği toplu şiddetler olarak sunulduğu görülmektedir. Bazı durumlarda şiddete katılanların sayısı sayılamayacak kadar çok olmuştur ya da ortada şiddet uygulayan bir kişiden söz etmek mümkün olmamıştır. Bu tarz şiddet gösterimlerinde katılımcı sayısı kodlanamamıştır (%8.5). Bireyin kendisine doğrudan ya da dolaylı şiddet uyguladığı şiddet sahnesi ise 23 adettir (%13) (Bkz. Tablo 6.32).

Tablo 6.32. Şiddete Katılanların Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kodlanamaz	15	8,5	8,5	8,5
Tek Kişilik Şiddet	23	13,0	13,0	21,5
İki Kişilik Şiddet	45	25,4	25,4	46,9
İki Kişi veya Üzeri Şiddet	94	53,1	53,1	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Şiddet eylemini uygulayan konumunda olanların genel olarak bakıldığında büyük oranda (97 Adet) erkekler olduğu görülmektedir (%55). Şiddet uygulayanın kodlanamadığı eylemler yüzde 11 olarak saptanmıştır (57 Adet). Şiddet uygulayanın kadın olduğu sahne sayısı 21 olarak saptanmıştır (%12) (Bkz. Tablo 6.33).

Tablo 6.33. Şiddet Uygulayanların Cinsiyetlere Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kodlanamaz	57	32,2	32,2	32,2
Erkek	97	54,8	54,8	87,0
Kadın	21	11,9	11,9	98,9
Her İki Cinsiyet	2	1,1	1,1	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Şiddete uğrayanların cinsiyetlerine ilişkin verilere bakıldığında bu anlamda da en çok şiddete uğrayanların erkek karakterler (112) olduğu görülmektedir. Kadın karakterlere yönelik şiddet sayısı 19'dur. Her iki cinsiyetin de şiddete uğradığı sahne sayısı 17'dir. Şiddete uğrayanların görünmediği, yalnızca kan, silah bıçak vs. şiddet aletlerinin gösterildiği şiddete uğrayanın kodlanamadığı ya da belirli olmadığı şiddet sayısı 29'dur (Bkz. Tablo 6.34).

Tablo 6.34. Şiddete Uğrayanların Cinsiyetlere Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kodlanamaz	29	16,4	16,4	16,4
Erkek	112	63,3	63,3	79,7
Kadın	19	10,7	10,7	90,4
Her İki Cinsiyet	17	9,6	9,6	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Şiddet hareketlerinin uygulayanı, uğrayanı ya da şiddet sırasında resmi temsilcilerin görünüp görünmediğine ilişkin çözümlemeye göre genel olarak hukuk temsilcileri (resmi temsilciler) görünmemektedirler (136 adet) (Bkz. Tablo 6.35).

Tablo 6.35. Resmi Temsilcilerin Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kodlanamaz	12	6,8	6,8	6,8
Temsilci görünmüyor	136	76,8	76,8	83,6
Resmi temsilciler görünür	29	16,4	16,4	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Dizilerde yer alan şiddet eylemlerinin yüzde 20'si diziye göre suç değildir. Gerçekleşen şiddet olaylarının büyük bir kısmı (%80) suç olarak kabul edilmektedir. (Bkz. Tablo 42) Örneğin, BluTv'de yayınlanan "Sokağın Çocukları" adlı dizinin baş karakteri Murat, sunulan bir sahnede kendisiyle tartışan gazeteciyi bilinçli bir şekilde bıçakla bacağından yaralamaktadır. O sırada çevrede bulunan polisler tarafından göz altına alınan Murat'ın mahkemeye çıkarıldığı ve hapis cezasına çarptırıldığı görülmektedir (Bkz. Tablo 6.36).

Tablo 6.36. Şiddet Suç Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Eylem suç değildir	36	20,3	20,3	20,3
Eylem suç sayılır	141	79,7	79,7	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Şiddet olayının yaşandığı kişilerin birbirlerine yakınlık durumu incelendiğinde şiddete katılanlar genel olarak birbirlerini tanımayan insanlardır (%64) (Bkz. Tablo 6.37).

Tablo 6.37. Katılımcıların Yakınlık Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kodlanamaz	30	16,9	16,9	16,9
Tek kişilik şiddet	14	7,9	7,9	24,9
Şiddete katılanlar birbirlerini tanıyorlar	19	10,7	10,7	35,6
Şiddete katılanlar yabancılarıdır	114	64,4	64,4	100,0
Total	177	100,0	100,0	

Çözümlemeler sonucunda elde edilen 177 şiddet olayı içerisinde şiddet aleti olarak tabanca ya da silahın kullanıldığı şiddet sayısı 69'dur. Vücut, el ayak gibi fiziksel uzuvlar ile gerçekleştirilen şiddet olayı 60'tır.

Bulguların sunumundan sonra bazı değerlendirmeler yapılabilir. Çalışmanın mesaj sistem çözümlemesi kapsamında BluTv, Netflix ve PrimeVideo'da yayınlanan ve örnek olarak alınan haftanın en çok izleyiciye sahip 15 dizisi çözümlenmiştir. Bu diziler

konu, ana ve yardımcı karakter, cinsellik ve şiddet sunumu bakımından incelenmiştir. Bu incelemelerden elde edilen sonuçlar ışığında yetiştirme olup olmadığını anlamaya dönük saha araştırması yapılabilmesi için hazırlanan ankete kaynaklık edecek sorular oluşturulmuştur. Temelde olaylar ciddi tonda sunulurken genel olarak Türkiye ve ABD’de yaşanmaktadır. Buradan hareketle şiddetin sık sunulması dolayısıyla “*Genel olarak söylersek Amerika Birleşik Devletleri’nde günlük yaşamda tehlikeler yaşanmaktadır*” sorusu hazırlanmıştır.

Şiddet sahneleri ve şiddetin gösterim biçimi genel olarak yetiştirme çözümlemelerinin en temel araştırma konularından olmuştur. Platformlardaki tüm diziler göz önüne alındığında her 15 saatin en az 1 saatinin şiddet gösterimine ilişkin olduğu ortaya çıkarılmıştır. Dizilerde şiddetin daha çok erkekler arasında yaşandığı görülmektedir. Bu bakımdan “*Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır*” ifadesi yetiştirme sorusu olarak ankette yer almıştır. Şiddet sahnelerinin bu kadar yoğun olmasına paralel olarak “*Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir*” ve “*Genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilemez*” şeklindeki ifadeler yetiştirme sorusu olarak ankete eklenmiştir.

Dizilerde olaylar genel anlamıyla metropol ve büyük şehirlerde gerçekleşmektedir. Olayların habitatındaki bu yoğunlaşma dolayısıyla “*Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir*” ifadesi anket formunda yer almıştır. Benzer nedenler dolayısıyla oluşturulan “*Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir*” ifadesi de soru olarak ortaya çıkarılmıştır.

Dizilerde güvenlik güçleri ve yasa uygulayıcıları ön plana çıkarılmıştır. Bu anlamıyla güvenlik güçlerine olan gereksinimin yetiştirilip yetiştirilmediğini görmek açısından “*Genel olarak söylersek güvenlik güçleri toplumsal huzuru sağlamak için gereklidir*” ifadesi ankete dahil edilmiştir.

Dizilerin konusu olarak ilişkiler, dostluklar ve romantizm temaları cinsiyetler arasında odak noktayı oluşturmaktadır. Buradan hareketle “*Genel olarak söylersek günümüzde cinsiyetler arası iletişim (dostluk, arkadaşlık, romantizm) rahatça yaşanmaktadır*” sorusu katılımcılara yöneltilmiştir.

Konu olarak aile ve aile içi ilişkilerin önemiyle ilgili mesaj sistem çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Bunun sonucunda dizilerin yoğun olarak aile temalarına yer verdiği görülmektedir. Dizilerin söz konusu olan konuya yoğunlaşması ve olayların daha çok

Türkiye’de sunulmasına ilişkin yetiştirme sorusu “*Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hala önemini korumaktadır*” şeklinde oluşturulmuştur.

Karakterlerin gösterim sıklığına ilişkin yapılan mesaj sistem çözümlemesinde erkek karakterlerin kadın karakterlere oranla daha sık gösterildiği saptanmıştır. Buradan hareketle “*Genel olarak söylersek erkek egemen bir toplumda yaşamaktayız*” ifadesi kullanılmıştır.

Dizilerde ana karakterler genel olarak başarılı, ciddi ve mizahi olmayan bir biçimde gösterilmektedir. Karakterler çoğunlukla herhangi bir görüntü bozukluğu olmayan tiplerdir. Ana karakterler yoğun olarak orta sınıf ve üst sınıf noktasında betimlenmektedir. Bu bilgilerden hareketle “*Genel olarak söylersek kazanmanın yolu güç sahibi olmaktan geçmektedir*” ifadesi oluşturulmuştur.

Bazı konulara ilişkin yetiştirme delilleri anket formunda yer almasa da konu olarak öne çıkarılmıştır. Bunlar genel anlamıyla alkol kullanımı ve cinselliğin betimlemesi ile ilişkilidir. Cinsellik ele alınan 15 dizinin 14’ünde sunulmuştur. Homoseksüel ve heteroseksüel cinsellik betimlemesi 6 dizide yer almıştır. Dizilerde cinselliğin imalar yoluyla ya da açıkça sunulduğu görülmektedir. Cinsellik en kolay satılabilen temalardan birisidir. Bu anlamıyla dizilerde bu denli yoğun cinsellik sunulması genel yetiştirme kuramının önermelerine uygun bir biçimde sonuç elde edildiğinin göstergesidir.

Şiddet sunumunun çok fazla olmasına bağlı olarak ana ve yardımcı karakterler açısından suç, şiddetin uygulayanı ve uğrayanı olma durumları dizilerin hikâyesinin önemli bir parçası durumundadır. Buradan hareketle son olarak belirtilecek olursa, Gerbner’in şiddet sunumu dolayısıyla kullandığı sorular da anket formuna katılmıştır. Bunlar aşağıdaki gibidir:

- 1.Genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.
- 2.Genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır.
- 3.Genel olarak söylersek, insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler.
- 4.Genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır.
- 5.Genel olarak söylersek, şiddet birbirlerini tanımayan insanlar arasında yaşanmaktadır.
- 6.Genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur.
- 7.Genel olarak söylersek günümüzde suç işleme oranı artmıştır.

6.2 Yetiştirme Çözümlemesi Bulguları

Bu başlık altında 18 yetiştirme testinin bulguları sunulmuş ve değerlendirilmiştir.

Tablo 6.38. *Birinci Yetiştirme Çözümlemesi*

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	0	2	18	20
		Yüzde	0,0%	10,0%	90,0%	100%
	Orta	Adet	11	11	239	261
		Yüzde	4.2%	4,2%	91,6%	100%
	Çok	Adet	6	3	103	112
		Yüzde	5,4%	2,7%	92,0%	100%
Toplam		Adet	17	16	360	393
		Yüzde	4,3%	4,1%	91,6	100%

$$\chi^2 : 3.479 \text{ sd:} 4 \text{ p:} 0.5 \text{ r:} 0.03$$

“Genel olarak söylersek *Günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” sorusuyla tehlikeli dünya sendromu test edilmiştir (Tablo 6.38). İzleme yoğunluğu ile dünyayı tehlikeli görme arasında bir ilişki olmadığı bulunmuştur (p:0.5). Tabloya bakıldığında dijital yayın platformlarını az izleyenlerin katılmıyorum seçeneği belirtilmemiştir. Bunun yanında orta derecede izleyenlerin katılmıyorum ve kararsızım seçeneklerini eşit derecede tercih ettikleri görülmüştür. Öte yandan katılıyorum seçeneğini orta derecede izleyenlerin sayısı az ve çok izleyenlerin toplamının iki katına yakındır. Bu anlamda çok izleyenlerin katılıyorum seçeneği içerisindeki yüzdesi 29 olurken, orta izlemenin yüzdesi 66, az izlemenin yüzdesi ise 5’te kalmıştır. Bu oransal dağılım testin anlamsız çıkmasına neden olmuştur. Ankete katılan öğrencilerin çoğunluğu Türkiye’nin doğu ve Gaziantep ilinin de içinde olduğu Güneydoğusunda yaşamaktadır. Dolayısıyla bu bölgeler yıllarca şiddetin ve tehlikenin terör dolayısıyla yaşandığı şehirlerden oluşmaktadır. Bu da katılımcıların şiddeti kanıksadığını ve normalleştirdiğini gösterebilir (Bkz. Tablo 6.39).

Tablo 6.39. İkinci Yetiştirme Çözümlemesi

		Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
İzleme	Az	Adet	3	2	15	20
		Yüzde	15,0%	10,0%	75,0%	100,0%
	Orta	Adet	18	25	217	260
		Yüzde	6,9%	9,6%	83,5%	100,0%
	Çok	Adet	7	9	96	112
		Yüzde	6,3%	8,0%	85,7%	100,0%
Toplam	Adet	28	36	328	392	
	Yüzde	7,1%	9,2%	83,7%	100,0%	

$$\chi^2 :2.336 \text{ sd:4 } p:0.7 \text{ r:0.1}$$

“Genel olarak söylersek kazanmanın yolu güç sahibi olmaktan geçmektedir ifadesine katılım derecenizi belirtiniz” ifadesi test edilmiştir (Tablo 6.39). İzleme yoğunluğu ile kazanmanın yolunun güç sahibi olmaktan geçtiği düşüncesi arasında bir ilişki bulunamamıştır (p:0.7). Tabloya bakıldığında orta derecede izleyenlerin katılıyorum seçeneği az ve çok izleyenlerin katılıyorum seçeneğinin toplamının neredeyse iki katıdır. Bu noktada çok izleyenlerin katılıyorum seçeneği içerisindeki yüzdesi 29 iken, orta düzey izlemenin yüzdesi 66, az izlemenin yüzdesi 5 olarak çözümlenmiştir. (Bkz. Tablo 6.40).

Tablo 6.40. Üçüncü Yetiştirme Çözümlemesi

		Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam	
İzleme	Az	Adet	2	2	15	19
		Yüzde	10,5%	10,5%	78,9%	100,0%
	Orta	Adet	18	36	206	260
		Yüzde	6,9%	13,8%	79,2%	100,0%
	Çok	Adet	11	10	90	111
		Yüzde	9,9%	9,0%	81,1%	100,0%
Toplam	Adet	31	48	311	390	
	Yüzde	7,9%	12,3%	79,7%	100,0%	

$$\chi^2 :2.605 \text{ sd:4 } p:0,6 \text{ r:0,03}$$

“Genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır” ifadesi test edildiğinde izleme yoğunluğu ile arasında bir ilişki bulunmamıştır (p:0.6). Tablo 6.40 incelendiğinde ifadeye katılıyorum seçeneğini tercih edenlerin daha yoğun olduğu görülmektedir (%80). Katılıyorum seçeneğini tercih eden orta derece izleme (206 kişi) düzeyine sahip olan katılımcıların az ve çok izleme (105 kişi) düzeyine sahip olan katılımcıların neredeyse iki katı olduğu görülmektedir. Gerbner’ın bireyler arası

iletişimde kitle iletişim enformasyon kaynağı olarak temel belirleyici olabileceği konusundaki iddiasını desteklemektedir.

Tablo 6.41. Dördüncü Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	3	2	15	20
		Yüzde	15,0%	10,0%	75,0%	100,0%
	Orta	Adet	21	31	207	259
		Yüzde	8,1%	12,0%	79,9%	100,0%
	Çok	Adet	8	13	90	111
		Yüzde	7,2%	11,7%	81,1%	100,0%
Toplam		Adet	32	46	312	390
		Yüzde	8,2%	11,8%	80,0%	100,0%

$$\chi^2 :1.404 \text{ sd:4 } p:0.8 \text{ r:0.07}$$

“Genel olarak söylersek, insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler” ifadesine yapılan yetiştirme çözümlemesi anlamsız çıkmıştır (p:0.8). (Bkz. Tablo 6.41). İlk üç yetiştirme çözümlemesine benzer olarak burada da ifadeye katılım düzeyi izleme düzeyinden bağımsız olarak “katılıyorum” seçeneğinde yoğunlaşmıştır. Yine benzer bir biçimde katılıyorum diyen 312 katılımcının izleme düzeylerinde orta düzeyde izleyenler yoğunluktadır (%66). Katılıyorum seçeneğinde %80 oranında bir yoğunlaşma mevcuttur. Bu sonucu Gerbner’in bireysel iletişimin kaynağının kitle iletişim araçları olduğu düşüncesine bir delil olarak görebiliriz. Nitekim izleme yoğunluğu ile katılım dereceleri arasındaki benzerliğin sebebi çok izleyenlerin bireysel iletişimde diğer izleyen gruplarını etkilediği yönünde bir yorum getirilebilir (Bkz. Tablo 6.42).

Tablo 6.42. Beşinci Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	6	4	10	20
		Yüzde	30,0%	20,0%	50,0%	100,0%
	Orta	Adet	83	54	123	260
		Yüzde	31,9%	20,8%	47,3%	100,0%
	Çok	Adet	37	26	47	110
		Yüzde	33,6%	23,6%	42,7%	100,0%
Toplam		Adet	126	84	180	390
		Yüzde	32,3%	21,5%	46,2%	100,0%

$$\chi^2 :0.842 \text{ sd:4 } p:0.9 \text{ r:-0.06}$$

“Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır” ifadesine katılım düzeyinin ölçüldüğü beşinci yetiştirme çözümlemesi sonucunda anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (p: 0.9). Tablo 6.42’ye bakıldığında izleme düzeylerinin tamamı göz önünde bulundurulduğunda şiddetin daha çok erkekler arasında yaşandığı düşüncesi yaygın olarak kabul görmektedir (%46). Her grubun (az, orta, çok) katılıyorum seçeneği kararsızlardan ve katılmıyorum seçeneğinden daha fazla olmuştur. (Bkz. Tablo 6.43).

Tablo 6.43. Altıncı Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	0	2	16	18
		Yüzde	0,0%	11,1%	88,9%	100,0%
	Orta	Adet	27	44	190	261
		Yüzde	10,3%	16,9%	72,8%	100,0%
	Çok	Adet	6	24	82	112
		Yüzde	5,4%	21,4%	73,2%	100,0%
Toplam	Adet	33	70	288	391	
	Adet	8,4%	17,9%	73,7%	100,0%	

$$\chi^2 : 5.899 \text{ sd: } 4 \text{ p: } 0.2 \text{ r: } -0.04$$

“Genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır” ifadesini çözümleyen yetiştirme testi anlamsız çıkmıştır. Burada dağılımın önemli bir etkisi vardır. (Bkz. Tablo 6.43). Tüm gruplar içerisinde katılıyorum diyenler %74 olmuştur. Katılıyorum diyenler içerisinde az izleyenlerin oranı %6 olurken, orta düzey izleyenlerin oranı %66, çok izleyenlerin oranı %28 olmuştur. İfadeye katılıyorum diyenler arasında çok izleyenler az izleyenlerden neredeyse 5 kat daha fazladır. Katılmıyorum diyenlerin toplam içerisindeki oranı %8 olmuştur. Bu da bizi Gerbner’in belirttiği gibi az izleyenlerin tutum ve düşüncelerinin çok izleyenlerden etkilendiği düşüncesine yönlendirmektedir (Bkz. Tablo 6.44).

Tablo 6.44. Yedinci Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	12	1	7	20
		Yüzde	60,0%	5,0%	35,0%	100,0%
	Orta	Adet	104	81	75	260
		Yüzde	40,0%	31,2%	28,8%	100,0%
	Çok	Adet	55	18	37	110
		Yüzde	50,0%	16,4%	33,6%	100,0%
Toplam		Adet	171	100	119	390
		Yüzde	43,8%	25,6%	30,5%	100,0%

$$\chi^2 : 13.835 \text{ sd:4 } p:0.008^* \text{ r:}-0.02$$

“Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesinin test edildiği yetiştirme çözümlemesi anlamlı çıkmıştır (p:0.008). (Bkz. Tablo 6.44). Az izleyenlerin katılıyorum oranı (%35) ile çok izleyenlerin katılıyorum oranı (%33.6) arasında 1.4'lük bir yetiştirme farkı olmuştur. Katılıyorum seçeneği içerisindeki (119 katılımcı) izleme dağılımına bakıldığında az izleyenler %6, çok izleyenler %31 orta izleyenler ise %63 olmuştur. İlişkinin gücü her ne kadar ters yönlü ve zayıf çıksa da ki kare değeri oldukça yüksek çıkmıştır (Bkz. Tablo 6.44).

Tablo 6.45. Sekizinci Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	4	2	14	20
		Yüzde	20,0%	10,0%	70,0%	100,0%
	Orta	Adet	53	33	175	261
		Yüzde	20,3%	12,6%	67,0%	100,0%
	Çok	Adet	24	14	73	111
		Yüzde	21,6%	12,6%	65,8%	100,0%
Toplam		Adet	81	49	262	392
		Yüzde	20,7%	12,5%	66,8%	100,0%

$$\chi^2 : 0.226 \text{ sd:4 } p:0.9 \text{ r:}-0.035$$

Tablo 6.45'te belirtilen sonuçlara göre “Genel olarak söylersek erkek egemen bir toplumda yaşamaktayız” ifadesinin test edildiği sekizinci yetiştirme testi anlamlı çıkmamıştır (p:0.9). Testin anlamsız çıkmasında dağılımın rolü vardır. Burada yine Gerbner’in bireysel iletişimin kaynağının kile iletişim araçları olduğu genellemesine uygun bir sonuçtan söz etmek mümkündür. Az, orta ve çok izleyenler %66 oranında ifadeye katılım göstermiştir. Katılıyorum seçeneği içerisindeki az izleyenler %5, orta izleyenler %67 ve çok izleyenler %28 olmuştur (Bkz. Tablo 6.45).

Tablo 6.46. Dokuzuncu Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	12	5	3	20
		Yüzde	60,0%	25,0%	15,0%	100,0%
	Orta	Adet	139	72	50	261
		Yüzde	53,3%	27,6%	19,2%	100,0%
	Çok	Adet	57	33	22	112
		Yüzde	50,9%	29,5%	19,6%	100,0%
Toplam		Adet	208	110	75	393
		Yüzde	52,9%	28,0%	19,1%	100,0%

$$\chi^2 :0.642 \text{ sd:4 } p:0.9 \text{ r:0.06}$$

Tablo 6.46’da gösterilen sonuçlara göre “Genel olarak söylersek, şiddet birbirlerini tanımayan insanlar arasında yaşanmaktadır” ifadesine katılım düzeyinin ölçüldüğü dokuzuncu yetiştirme çözümlemesi anlamsız çıkmıştır (p:0,9). (Bkz. Tablo 6.46).

Tablo 6.47. Onuncu Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	1	6	13	20
		Yüzde	5,0%	30,0%	65,0%	100,0%
	Orta	Adet	21	35	203	259
		Yüzde	8,1%	13,5%	78,4%	100,0%
	Çok	Adet	4	15	93	112
		Yüzde	3,6%	13,4%	83,0%	100,0%
Toplam		Adet	26	56	309	391
		Yüzde	6,6%	14,3%	79,0%	100,0%

$$\chi^2 :6.864 \text{ sd:4 } p:0,1 \text{ r:0,2}$$

“Genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur” düşüncesine katılım düzeyinin ölçüldüğü onuncu yetiştirme testi anlamsız çıkmıştır (p:0,1). Tüm izleme düzeylerinde katılımcıların yoğun olarak katılıyorum seçeneğinde görülmesi daha önceki yorumlardaki Gerbner’in bireysel enformasyonun kaynağının kitle iletişim araçları olabileceği iddiasını desteklemektedir. (Bkz. Tablo 6.47). Nitekim televizyonu çok ya da az seyreden farkı gözetilmeden ifadeye katılım oranı çok yüksektir (%79). Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenler %4, orta izleyenler %66 çok izleyenler ise %30 oranında dağılmıştır. (Bkz. Tablo 6.47).

Tablo 6.48. On Birinci Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	3	2	15	20
		Yüzde	15,0%	10,0%	75,0%	100,0%
	Orta	Adet	18	62	181	261
		Yüzde	6,9%	23,8%	69,3%	100,0%
	Çok	Adet	11	30	71	112
		Yüzde	9,8%	26,8%	63,4%	100,0%
Toplam		Adet	32	94	267	393
		Yüzde	8,1%	23,9%	67,9%	100,0%

$$\chi^2 : 4.612 \text{ sd:4 p:0.3 r:-0.12}$$

“Genel olarak söylersek Amerika Birleşik Devletleri’nde günlük yaşamda tehlikeler yaşanmaktadır” ifadesine katılım düzeyinin ölçüldüğü on birinci yetiştirme testi anlamsız çıkmıştır (p:0.3). (Bkz. Tablo 6.48) Katılımcıların büyük çoğunluğunun ifadeye katılım gösterdiği söylenebilir. Testin anlamsız çıkmasında dağılımın etkisi vardır. Katılıyorum seçeneğinde yer alan 267 deneğin az izleyenleri %6, orta izleyenleri %68 ve çok izleyenleri %26 oranında dağılmıştır (Bkz. Tablo 6.48).

Tablo 6.49. On İkinci Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	1	2	17	20
		Yüzde	5,0%	10,0%	85,0%	100,0%
	Orta	Adet	9	23	230	262
		Yüzde	3,4%	8,8%	87,8%	100,0%
	Çok	Adet	4	13	93	110
		Yüzde	3,6%	11,8%	84,5%	100,0%
Toplam		Adet	14	38	340	392
		Yüzde	3,6%	9,7%	86,7%	100,0%

$$\chi^2 : 0.971 \text{ sd:4 p:0.9 r:-0.9}$$

Tablo 6.48’de sunulan sonuçlara göre “Genel olarak söylersek günümüzde suç işleme oranı artmıştır” ifadesine katılım düzeyinin ölçüldüğü on ikinci yetiştirme çözümlemesi anlamsız çıkmıştır (p:0.9). Ankete katılan ve soruyu yanıtlayan 392 kişiden 340 kişinin ifadeye katılıyorum seçeneğinde yoğunlaştığı görülmektedir (%87). Katılıyorum seçeneğinin az izleyenleri %5, orta izleyenleri %68 çok izleyenleri %27 oranında dağılmıştır. Çok izleyenlerin katılıyorum yanıtı verenlerinin az izleyenlerin katılıyorum yanıtını verenlerinden 5 katından daha fazla olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 6.49).

Tablo 6.50. On Üçüncü Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	8	8	4	20
		Yüzde	40,0%	40,0%	20,0%	100,0%
	Orta	Adet	54	70	137	261
		Yüzde	20,7%	26,8%	52,5%	100,0%
	Çok	Adet	31	31	49	111
		Yüzde	27,9%	27,9%	44,1%	100,0%
Toplam		Adet	93	109	190	392
		Yüzde	23,7%	27,8%	48,5%	100,0%

$$\chi^2 : 9.878 \text{ sd:4 } p: 0.04^* r: -0.02$$

“Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hâlâ önemini korumaktadır” düşüncesine yönelik yapılan yetiştirme testi anlamlı sonuç vermiştir (p: 0.04). Katılımcıların %50’ye yakını katılıyorum şeklinde görüş belirtmiştir. Bu test sonucuna göre kararsızlar (109) ve katılmıyorum (93) düşüncesinde olanların ikisinin toplamı (202) neredeyse katılıyorum (190) diyenlerle eşittir. (Bkz. Tablo 6.49). Bu testin sonucuna göre dijital yayın platformlarını çok izleyenler ve az izleyenler ile ailenin önemi konusu arasında anlamlı bir ilişki vardır. Çok grubunun katılıyorum seçeneği %26 az grubunun katılıyorum seçeneği %2’dir. Burada %24’lük bir fark vardır bu fark yetiştirme delili olarak kabul edilir. İlişkinin gücü bu testte de ters yönlü ve zayıf çıkmasına karşın ki kare değeri oldukça yüksek görülmektedir (Bkz. Tablo 6.50).

Tablo 6.51. On Dördüncü Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	7	5	8	20
		Yüzde	35,0%	25,0%	40,0%	100,0%
	Orta	Adet	78	95	88	261
		Yüzde	29,9%	36,4%	33,7%	100,0%
	Çok	Adet	35	37	40	112
		Yüzde	31,3%	33,0%	35,7%	100,0%
Toplam		Adet	120	137	136	393
		Yüzde	30,5%	34,9%	34,6%	100,0%

$$\chi^2 : 1.295 \text{ sd:4 } p: 0.9 r: 0.003$$

Tablo 6.51’de verilen dağılımlara göre “Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir” düşüncesinin test edildiği on dördüncü yetiştirme çözümlemesinde anlamlı bir ilişki saptanamamıştır (p:0.9). İfadeye katılım konusunda neredeyse eşit bir dağılım söz konusudur. Bu dağılım testin anlamlı

çıkmasında etkilidir. Katılıyorum seçeneği kendi içerisinde değerlendirildiğinde çok izleyenlerin az izleyenlerden 5 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Katılıyorum seçeneğinin az grubu %6, orta grubu %65 ve çok grubu %29 oranında dağılmıştır (Bkz. Tablo 6.51).

Tablo 6.52. On Beşinci Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	3	1	16	20
		Yüzde	15,0%	5,0%	80,0%	100,0%
	Orta	Adet	11	36	214	261
		Yüzde	4,2%	13,8%	82,0%	100,0%
	Çok	Adet	6	8	97	111
		Yüzde	5,4%	7,2%	87,4%	100,0%
Toplam		Adet	20	45	327	392
		Yüzde	5,1%	11,5%	83,4%	100,0%

$$\chi^2 : 8.278 \text{ sd: } 4 \text{ p: } 0.08 \text{ r: } 0.2$$

Tablo 6.52 verileri kapsamında “Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesine katılım düzeyinin test edildiği on beşinci yetiştirme testi anlamlı ilişki vermemiştir. Katılıyorum seçeneğinin azları yüzde 5 çokları ise yüzde 30 olarak ortaya çıkmıştır. Katılıyorum seçeneğinde çok izleyenler az izleyenlerden 6 kat daha fazladır. İfadeye katılım konusunda anlamlı ilişkinin ortaya çıkmamasının nedeninin orta izleyenlerin (214 kişi) az ve çok izleyenlerin (113 kişi) neredeyse iki katı olması düşünülebilir (Bkz. Tablo 6.52).

Tablo 6.53. On Altıncı Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	8	3	9	20
		Yüzde	40,0%	15,0%	45,0%	100,0%
	Orta	Adet	75	58	129	262
		Yüzde	28,6%	22,1%	49,2%	100,0%
	Çok	Adet	43	22	46	111
		Yüzde	38,7%	19,8%	41,4%	100,0%
Toplam		Adet	126	83	184	393
		Yüzde	32,1%	21,1%	46,8%	100,0%

$$\chi^2 : 4.500 \text{ sd: } 4 \text{ p: } 0.3 \text{ r: } -0.12$$

“Genel olarak söylersek günümüzde cinsiyetler arası iletişim (dostluk, arkadaşlık, romantizm) rahatça yaşanmaktadır” ifadesine yönelik düşüncelerin test edildiği on altıncı yetiştirme testi anlamsız çıkmıştır (p: 0.3). (Bkz. Tablo 6.53). Katılıyorum seçeneğindeki

çok grubunun az grubuna göre daha fazla olmasına karşın testin anlamsız çıkması p değerinin 0.05'ten büyük olması ile ilişkilidir (Bkz. Tablo 6.53).

Tablo 6.54. On Yedinci Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	1	3	15	19
		Yüzde	5,3%	15,8%	78,9%	100,0%
	Orta	Adet	31	34	196	261
		Yüzde	11,9%	13,0%	75,1%	100,0%
	Çok	Adet	7	12	93	112
		Yüzde	6,3%	10,7%	83,0%	100,0%
Toplam		Adet	39	49	304	392
		Yüzde	9,9%	12,5%	77,6%	100,0%

$$\chi^2 : 4.085 \text{ sd: } 4 \text{ p: } 0.4 \text{ r: } -0.18$$

Tablo 6.54'te gösterilen dağılım kapsamında “Genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilemez” ifadesine katılım derecesinin kontrol edildiği on yedinci yetiştirme testi anlamsız çıkmıştır (p: 0.39). Gerbner’in kitle iletişim bireysel iletişimi ve düşüncelerin yönünü belirlemektedir düşüncesini destekleyen bir sonuç çıkmıştır (Katılıyorum= %78). Katılıyorum seçeneği içerisinde en yüksek olan grup orta, en düşük grup ise az izleyenler olmuştur. Katılıyorum seçeneğinin oransal dağılımı ise az %5, orta %64, çok ise %31 olmuştur (Bkz. Tablo 6.54).

Tablo 6.55. On Sekizinci Yetiştirme Çözümlemesi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	3	4	13	20
		Yüzde	15,0%	20,0%	65,0%	100,0%
	Orta	Adet	19	20	223	262
		Yüzde	7,3%	7,6%	85,1%	100,0%
	Çok	Adet	10	15	87	112
		Yüzde	8,9%	13,4%	77,7%	100,0%
Toplam		Adet	32	39	323	394
		Yüzde	8,1%	9,9%	82,0%	100,0%

$$\chi^2 : 7.570 \text{ sd: } 4 \text{ p: } 0.1 \text{ r: } -0.06$$

“Genel olarak söylersek güvenlik güçleri toplumsal huzuru sağlamak için gereklidir” ifadesine katılım derecesinin test edildiği on sekizinci yetiştirme testi anlamsız çıkmıştır (p: 0.1). Bu çözümleme Gerbner’in iletişimin kaynağı konusundaki düşüncelerini desteklemektedir (Katılıyorum=%82). Katılıyorum seçeneğinin az izleyenleri %4, orta izleyenleri %69 ve çok izleyenleri %27 olmuştur. Az izleyenlerle çok

izleyenler arasında 23'lük bir fark olmasına karşın dağılım dolayısıyla yetiştirme deliline ulaşılamamıştır. (Bkz. Tablo 6.55).

6.2.1 Yetiştirme Çözümlemesinin Bulgularına Yönelik Değerlendirmeler

Mesaj sistem çözümlemesi sonucunda 11 yetiştirme sorusu oluşturulmuş ve bunlara ek olarak 7 yetiştirme sorusu da Gerbner ve arkadaşlarının çalışmalarından hareketle hazırlanmıştır. Toplamda 18 maddelik yetiştirme soruları bu araştırmanın hipotezlerini de oluşturmuştur. Bu kapsamda 2 test anlamlı sonuç vermiştir. 16 testte ise anlamlı sonuç bulunamamıştır. Araştırma kapsamında uygulanan yetiştirme çözümlemelerinde dijital yayın platformlarını izleme süreleriyle anlamlı ilişki veren testler “*Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir*” ve “*Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hâlâ önemini korumaktadır*” şeklinde ortaya çıkmıştır.

İzleme düzeyine göre anlamlı ilişki vermeyen testlerde genel anlamıyla katılımcıların katılıyorum seçeneğinde yoğunlaştığı görülmektedir. Katılıyorum seçeneğinde az ve çok izleyenlerin birlikte yer alması Gerbner’in enformasyonun kaynağının kitle iletişim araçları olduğu savını desteklemektedir. Bu araştırma kapsamında incelenen kitle iletişim aracı dijital yayın platformları olmuştur. Bu açıdan bakıldığında dijital yayın platformlarını az izleyenlerin düşünceleri ve tutumları çok izleyenlerin düşünce ve tutumları yönünde yoğunlaşmıştır. Araştırmada yapılan yetiştirme çözümlemelerinin bu yönü düşünüldüğünde Gerbner’in doğrulandığı söylenebilir.

Araştırmada dijital yayın platformlarının yetiştirme rolü ortaya konmaya çalışılmıştır. Dijital yayın platformları günümüzde dizi film vb. içeriklerin yaygın bir şekilde izlendiği alanlardır. Bu nedenle bu platformlarda yayınlanan içeriklerin yetiştirme rolünün ortaya konması ihtiyacı iletişim bilimleri açısından önem arz etmektedir. Özellikle dünya çapında yaşanan Covid19 salgınıyla birlikte dijital yayın platformlarına olan ilgi üst seviyelere çıkmıştır. Bu nedenle insanların bu platformları izleme sürelerinin artmasına paralel olarak platformların mesajlarına maruz kalması seviyesinde de artış olduğu düşünülmektedir.

Geleneksel televizyondan hareketle elde edilen mesaj sistemleriyle dijital yayın platformlarının mesaj sistemleri arasında büyük benzerliklerin olduğu görülmektedir. Bu

yüzden insanların sosyal gerçeklik algılamaları ile dijital yayın platformlarını izlemeleri arasında bir ilişki olup olmadığının araştırılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu platformları kullanan kitlelerin genellikle genç kuşak olduğu düşüncesinden hareketle araştırma üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Her ne kadar yetiştirme delili diğer bazı araştırmalara göre daha az çıksa da burada yetiştirmenin olmadığı düşüncesine varmak mümkün değildir. Çünkü Gerbner ve diğer yetiştirme araştırmacılarına göre sınanan hipotezlerin etkileyici coğrafya, kültür, yaş, cinsiyet, bireysel ilişkiler vb. birçok değişken olabilir. Burada önemli olan konu platformlardan elde edilen mesaj sistemlerinin en az bir tanesinde anlamlı bir ilişkinin olmasıdır. Nitekim bu araştırmada 18 testin 2'sinde anlamlı ilişki bulunmuştur ve bu da yetiştirmenin olduğunun kanıtıdır. Yetiştirme çözümlemesinin geçerliliği mesaj sistemlerinden elde edilen ortak kültürün anaakımını temsil eden tek tek ifade bazında değerlendirilmelidir. Yani n sayıda yetiştirme testi içerisinde en az bir tane testin anlamlı çıkması o test açısından ele alınan aracın yetiştirme rolü olduğunu söyleyebilmek adına yeterlidir. Burada önemli olan yetiştirme sorularının kaynağının incelenen aracın mesaj sistemlerinden elde edilmiş olmasıdır.

Araştırma kapsamında incelenen konulardan birisi olan şiddet konusu daha önce Türkiye'de ve dünyada yapılmış olan birçok çalışma ile paralellik göstermiştir. Şiddet dizilerin sembolik dünyasında abartılı olarak sunulmuştur. Şiddet her sınıf insan arasında yaşanırken, genel anlamıyla tehlikeli bir dünya algısına yönelik mesaj sistemlerinin olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu araştırma kapsamında anlamlı çıkan 3 testin ikisi şiddet ve tehlikeye ilişkin ifadelerden oluşmaktadır.

Yetiştirme kapsamında anlamlı sonuç veren bir diğer konu ise Türk toplumunda aile kurumunun ilişkilerin merkezinde ve önemli bir rolde olduğu gerçeğidir. Nitekim mesaj sistemlerinde aile yaşamı, ailenin önemi ve aile ilişkilerine yönelik birçok stereotip ve sembol sunulduğu görülmektedir. Bu açıdan aileye ilişkin yöneltilen yetiştirme testinin anlamlı çıkması doğaldır. Burada toplumun kültürel yapısı ve normları açısından ailenin çok önemli olduğu konusu gündeme gelmektedir ve katılımcıların katılıyorum seçeneğinde yoğunlaşmasına bir neden olarak bu düzen gösterilebilir. Buna ek olarak dijital yayın platformlarının toplumsal olarak kabul görmüş aile normlarını sürekli ve yeniden işleyerek pekiştirdiği ve çok izleyenlerin bu doğrultuda tutum ve sosyal gerçeklik algısı yaşadığı sonucuna ulaşmak mümkündür.

Anlamli iliŖki bulunamayan yetiŖtirme testlerinin birçoğunun nedeni ülkenin içinde bulunduğu ekopolitik durum ve öğrencilerin yaŖadığı bölgenin sosyal ve kültürel yapısı ile iliŖkili olabilir. Birebir Ŗiddet deneyimlemeyen insanlar televizyonda ya da sosyal medyalarda maruz kaldıkları Ŗiddet görselleri ve Ŗiddet haberlerinden etkilenebilir. Ancak doğrudan bir deneyimin yaŖanmamasına karŖın izlemeye bağlı anlamli sonuçların olmaması bu durumu ülkedeki Ŗiddet eylemlerinin sık bir biçimde çevrelerinde gerçekteŖiyor olmasına bağlıyor olabilir. Ŗiddetin ve tehlikeli dünyanın algılanma biçiminde medyanın rolü olmadığını düşünmek eksik bir bakıŖ olacaktır. Bu anlamda günümüze kadar yapılmıŖ birçok yetiŖtirme çözümlemesinin kanıtları göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca öğrencilerin hem ülke içerisinde hem de ülke dışında yaŖanan olayları ya kitle iletiŖim araçlarından ya da kitle iletiŖim araçlarından öğrendiklerini aktaran ikincil enformasyon taşıyıcılarından aldıkları düşünölebilir. Birebir deneyimlenen pandemi sürecinde kendilerini tehlike altında hisseden katılımcıların, bölge coğrafyasına yakın yerlerde yaŖanan organik olarak deneyimlemedikleri ancak medya aracılığıyla öğrendikleri savaŖ, çatıŖma, patlama vb. durumları içselleŖtirmiŖ olmaları mümkündür. Nitekim son birkaç yılda Gaziantep bölgesi çevresinde yaŖanan olaylar göz önüne alındığında coğrafi konum itibarıyla fazlaca tehlikeli ve ciddi olayların olduğu görölecektir. Öyle ki enformasyonu aldıkları temel araç televizyon veya sosyal medyalar olduğu düşünöldüğünde az ve çok izleme eylemlerine bağlı algılama biçimlerinin kökeninde medya araçlarının da olduğu göz ardı edilmemelidir. Özellikle öğrencilerin üniversiteye geldikleri bölge ağırlıklı biçimde Güneydoğu Anadolu Bölgesi olarak saptanmıŖtır. Bu bölge son dönemlerde ülke tarihinin en yıkıcı depremlerini yaŖamıŖ, ölüm ve tehlike gündelik yaŖamın normali haline gelmiŖtir. Bu duruma benzer bir biçimde asayiş haberlerine göz atıldığında aslında bölgenin Ŗiddetle iç içe yaŖadığına iliŖkin onlarca haber olduğu ve Ŗiddet algısının yetiŖtirildiėi görölecektir. Birçok katılımcı test edilen hipotezlere yüksek oranda katılıyorum Ŗeklinde görüş bildirmiŖtir. Bunun nedeni bölgenin siyasi ve sosyal yapısından kaynaklanıyor olabilir. Katılıyorum seçeneğindeki yoğunlaŖma, az izleme ile çok izleme arasındaki farkları ortaya koyabilecek dağılımı vermemiŖtir. Sosyal yapıdaki genel kabuller aslında yetiŖtirmenin temelindeki hikâyeler aracılığıyla gerçekteŖmektedir. Nitekim bu hikâyelerin kurgusu eğitim, kültür, medya, haber, din vb. araçlar tarafından oluŖturulmaktadır. Medya hikâyeleri kitlesel olarak farklılıkları gözetmeden aktarabilmesi nedeniyle güç odakları tarafından asla göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir. Medyalar aracılığıyla

yaygınlaştırılan mesaj sistemleri gücün dağılımını, kimin ne kadar pay alacağını ve statüyü belirlemektedir. Bu bakımdan ele alındığında yeni iletişim teknolojilerinin temel amacının da bir anlamıyla hegemonyayı meşrulaştırıp, otoritenin gücünü sağlamlaştırmak olduğunu söylemek mümkündür.

6.3 Anaakımlaştırma Çözümlemesi Bulguları

Yetiştirme çözümlemelerine getirilen eleştiriler kapsamında ortaya çıkan anaakımlaştırma kavramına yönelik testlerde yalnızca anlamlı olanlara yer verilmiştir. Anaakımlaştırma çözümlemeleri kapsamında cinsiyet, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, öğrencilerin okuduğu fakülteler ve yaş değişkenleri dikkate alınmıştır. Yapılan çözümlemeler sonucunda elde edilen testlerden anlamlı sonuç verenler bulgular kısmında değerlendirilmiştir.

6.3.1 Cinsiyet Bakımından Anaakımlaştırma Bulguları

Cinsiyet bakımından yapılan anaakımlaştırma testlerinden 3 tanesi anlamlı sonuç vermiştir. Anlamlı ilişki veren testler tablolarda belirtilmiştir.

Tablo 6.56. Birinci Anaakımlaştırma Testleri

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Erkek	İzleme	Az	Adet	1	6	6	13
			Yüzde	7,7%	46,2%	46,2%	100,0%
		Orta	Adet	14	18	91	123
			Yüzde	11,4%	14,6%	74,0%	100,0%
		Çok	Adet	2	9	34	45
			Yüzde	4,4%	20,0%	75,6%	100,0%
Kadın	İzleme	Az	Adet	0	0	6	6
			Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Orta	Adet	7	14	111	132
			Yüzde	5,3%	10,6%	84,1%	100,0%
		Çok	Adet	2	6	58	66
			Yüzde	3,0%	9,1%	87,9%	100,0%
Diğer	İzleme	Az	Adet	0	0	1	1
			Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Orta	Adet	3	1	1	4
			Yüzde	75,0%	25,0%	100,0%	100,0%
		Çok	Adet	0	0	1	1
			Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	1	6	13	20
			Yüzde	5,0%	30,0%	65,0%	100,0%
		Orta	Adet	21	35	203	259
			Yüzde	8,1%	13,5%	78,4%	100,0%
		Çok	Adet	4	15	93	112
			Yüzde	3,6%	13,4%	83,0%	100,0%
	Toplam		Adet	26	56	309	391
			Yüzde	6,6%	14,3%	79,0%	100,0%

χ^2 :9.583 sd:4 p:0.05 r:0.2 Erkekler açısından

“Genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur” ifadesine bağlı test erkekler açısından anlamlı sonuç vermiştir (p:0.05). Katılıyorum seçeneğindeki çok izleyen erkekler %25.95, kadınlar ise %33.14 olmuştur. Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı erkekler için %46, kadınlar için %100 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise erkekler için 75.6 ve kadınlar için de 87.9. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından cinsiyete dayalı fark, 17.3 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (BKZ: Tablo 6.56).

Tablo 6.57. İkinci Anaakımlaştırma Testleri

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Erkek	İzleme	Az	Adet	2	1	10	13
			Yüzde	15,4%	7,7%	76,9%	100,0%
		Orta	Adet	13	32	79	124
			Yüzde	10,5%	25,8%	63,7%	100,0%
		Çok	Adet	3	6	36	45
			Yüzde	6,7%	13,3%	80,0%	100,0%
	Toplam	Adet	18	39	125	182	
	Yüzde	9,9%	21,4%	68,7%	100,0%		
Kadın	İzleme	Az	Adet	1	1	4	6
			Yüzde	16,7%	16,7%	66,7%	100,0%
		Orta	Adet	5	29	99	133
			Yüzde	3,8%	21,8%	74,4%	100,0%
		Çok	Adet	8	24	34	66
			Yüzde	12,1%	36,4%	51,5%	100,0%
	Toplam	Adet	14	54	137	205	
	Yüzde	6,8%	26,3%	66,8%	100,0%		
Diğer	İzleme	Az	Adet		0	1	1
			Yüzde		0,0%	100,0%	100,0%
		Orta	Adet		1	3	4
			Yüzde		25,0%	75,0%	100,0%
		Çok	Adet		0	1	1
			Yüzde		0,0%	100,0%	100,0%
	Toplam	Adet		1	5	6	
	Yüzde		16,7%	83,3%	100,0%		
Toplam	İzleme	Az	Adet	3	2	15	20
			Yüzde	15,0%	10,0%	75,0%	100,0%
		Orta	Adet	18	62	181	261
			Yüzde	6,9%	23,8%	69,3%	100,0%
		Çok	Adet	11	30	71	112
			Yüzde	9,8%	26,8%	63,4%	100,0%
	Toplam	Adet	32	94	267	393	
	Yüzde	8,1%	23,9%	67,9%	100,0%		

χ^2 :12.629 sd:4 p:0.01 r:-0.4 Kadınlar Açısından

“Genel olarak söylersek Amerika Birleşik Devletleri’nde günlük yaşamda tehlikeler yaşanmaktadır” ifadesine bağlı anaakımlaştırma testi kadınlar açısından anlamlı çıkmıştır (p:0.01).

Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı erkekler için %76.9, kadınlar için %66.7 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise erkekler için 80 ve kadınlar için de 51.5. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından cinsiyete dayalı fark, 12.1 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz. Tablo 6.57).

Tablo 6.58. Üçüncü Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Erkek	İzleme	Az	Adet	6	5	2	13
			Yüzde	46,2%	38,5%	15,4%	100,0%
		Orta	Adet	31	30	64	125
			Yüzde	24,8%	24,0%	51,2%	100,0%
		Çok	Adet	10	11	24	45
			Yüzde	22,2%	24,4%	53,3%	100,0%
Kadın	İzleme	Az	Adet	2	2	2	6
			Yüzde	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
		Orta	Adet	22	39	71	132
			Yüzde	16,7%	29,5%	53,8%	100,0%
		Çok	Adet	21	20	24	65
			Yüzde	32,3%	30,8%	36,9%	100,0%
Diğer	İzleme	Az	Adet	0	1	0	1
			Yüzde	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		Orta	Adet	1	1	2	4
			Yüzde	25,0%	25,0%	50,0%	100,0%
		Çok	Adet	0	0	1	1
			Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	8	8	4	20
			Yüzde	40,0%	40,0%	20,0%	100,0%
		Orta	Adet	54	70	137	261
			Yüzde	20,7%	26,8%	52,5%	100,0%
		Çok	Adet	31	31	49	111
			Yüzde	27,9%	27,9%	44,1%	100,0%
	Toplam		Adet	93	109	190	392
			Yüzde	23,7%	27,8%	48,5%	100,0%

$$\chi^2 : 9.878 \text{ sd:4 p:0.04 r:-0.02}$$

“Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hâlâ önemini korumaktadır” ifadesine bağlı anaakımlaştırma testi cinsiyet değişkenine göre toplam açısından anlamlı sonuç vermiştir (p:0.04). Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı erkekler için %15.4, kadınlar için %33.3 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise erkekler için 53.3 ve kadınlar için de 36.9. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından cinsiyete dayalı fark, 41.5 olarak belirlemiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz.Tablo 6.58).

6.3.2 Anne Eğitim Durumu Bakımından Anaakımlaştırma Bulguları

Eğitim değişkeninin katıldığı anlamlı test sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 6.59. Dördüncü Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Liseye kadar	İzleme	Az	Adet	12	0	7	19
			Yüzde	63,2%	0,0%	36,8%	100,0%
	Orta		Adet	85	70	68	223
			Yüzde	38,1%	31,4%	30,5%	100,0%
	Çok		Adet	48	18	27	93
			Yüzde	51,6%	19,4%	29,0%	100,0%
	Toplam		Adet	145	88	102	335
			Yüzde	43,3%	26,3%	30,4%	100,0%
Üniversite ve sonrası	İzleme	Orta	Adet	18	11	7	36
			Yüzde	50,0%	30,6%	19,4%	100,0%
	Çok		Adet	7	0	8	15
			Yüzde	46,7%	0,0%	53,3%	100,0%
	Toplam		Adet	25	11	15	51
			Yüzde	49,0%	21,6%	29,4%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	12	0	7	19
			Yüzde	63,2%	0,0%	36,8%	100,0%
	Orta		Adet	103	81	75	259
			Yüzde	39,8%	31,3%	29,0%	100,0%
	Çok		Adet	55	18	35	108
			Yüzde	50,9%	16,7%	32,4%	100,0%
	Toplam		Adet	170	99	117	386
			Yüzde	44,0%	25,6%	30,3%	100,0%

$$\chi^2 : 8.742 \text{ sd:4 p:0.008 r:-0.9}$$

$$\chi^2 : 8.742 \text{ sd:2 p:0.01 r:0.3}$$

$$\chi^2 : 15.859 \text{ sd: p:0.03 r:-0.04}$$

“Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesi bağlamında anne eğitim durumu değişkenine göre yapılan test liseye kadar (p:0.008), üniversite ve sonrası (p:0.01) ve toplam (p:0.03) açısından anlamlı çıkmıştır. Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı liseye kadar olanlar için %36.8, üniversite ve sonrası için sıfır olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise liseye kadar için 29 ve üniversite ve sonrası için de 53.3. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından cinsiyete dayalı fark, 45.5 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz. Tablo 6.59).

Tablo 6.60. Beşinci Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Liseye kadar	İzleme	Az	Adet	8	8	3	19
			Yüzde	42,1%	42,1%	15,8%	100,0%
		Orta	Adet	45	63	115	223
			Yüzde	20,2%	28,3%	51,6%	100,0%
		Çok	Adet	28	24	42	94
			Yüzde	29,8%	25,5%	44,7%	100,0%
	Toplam	Adet	81	95	160	336	
		Yüzde	24,1%	28,3%	47,6%	100,0%	
Üniversite ve sonrası	İzleme	Orta	Adet	9	7	21	37
			Yüzde	24,3%	18,9%	56,8%	100,0%
		Çok	Adet	3	6	6	15
			Yüzde	20,0%	40,0%	40,0%	100,0%
	Toplam	Adet	12	13	27	52	
		Yüzde	23,1%	25,0%	51,9%	100,0%	
Toplam	İzleme	Az	Adet	8	8	3	19
			Yüzde	42,1%	42,1%	15,8%	100,0%
		Orta	Adet	54	70	136	260
			Yüzde	20,8%	26,9%	52,3%	100,0%
		Çok	Adet	31	30	48	109
			Yüzde	28,4%	27,5%	44,0%	100,0%
	Toplam	Adet	93	108	187	388	
		Yüzde	24,0%	27,8%	48,2%	100,0%	

$$\chi^2 : 11.717 \text{ r:} 0.02 \text{ r:} 0.001$$

$$\chi^2 11.542 \text{ r:} 0.02 \text{ r:} -0.02$$

“Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hala önemini korumaktadır” ifadesi kapsamında anne eğitim durumu değişkenine göre yapılan anaakımlaştırma testi liseye kadar olanlar (p:0.02) ve toplam (p:0.02) açısından anlamlı çıkmıştır. Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı liseye kadar olanlar için %15.8, üniversite ve sonrası için sıfır olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise liseye kadar olanlar için 44.7 ve üniversite ve sonrası için de 40. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından anne eğitim durumuna dayalı fark, 68,9 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz. Tablo 6.60).

Tablo 6.61. Altıncı Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Liseye kadar	İzleme	Az	Adet	3	1	15	19
			Yüzde	15,8%	5,3%	78,9%	100,0%
		Orta	Adet	9	30	185	224
			Yüzde	4,0%	13,4%	82,6%	100,0%
		Çok	Adet	3	5	87	95
			Yüzde	3,2%	5,3%	91,6%	100,0%
		Toplam	Adet	15	36	287	338
			Yüzde	4,4%	10,7%	84,9%	100,0%
		İzleme	Adet	2	6	28	36
			Yüzde	5,6%	16,7%	77,8%	100,0%
Üniversite ve sonrası	İzleme	Orta	Adet	2	6	28	36
			Yüzde	5,6%	16,7%	77,8%	100,0%
		Çok	Adet	2	3	9	14
			Yüzde	14,3%	21,4%	64,3%	100,0%
		Toplam	Adet	4	9	37	50
			Yüzde	8,0%	18,0%	74,0%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	3	1	15	19
			Yüzde	15,8%	5,3%	78,9%	100,0%
		Orta	Adet	11	36	213	260
			Yüzde	4,2%	13,8%	81,9%	100,0%
		Çok	Adet	5	8	96	109
			Yüzde	4,6%	7,3%	88,1%	100,0%
		Toplam	Adet	19	45	324	388
			Yüzde	4,9%	11,6%	83,5%	100,0%

$$\chi^2 : 11.364 \text{ sd:}4 \text{ p:}0.02 \text{ r:}0.34$$

“Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesi noktasında anne eğitim durumu değişkenine göre yapılan anaakımlaştırma testi anlamlı çıkmıştır (p:0.02). Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı liseye kadar olanlar için %78,9, üniversite ve sonrası için sıfır olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise liseye kadar olanlar için 91.6, üniversite ve sonrası için de 64.3. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından anne eğitim durumuna dayalı fark, 77 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz. Tablo 6.61).

6.3.3 Baba Eğitim Durumu Bakımından Anaakımlaştırma Bulguları

Araştırma hipotezlerinin baba eğitim durumuna göre anaakımlaştırma testleri yapılmıştır. Anlamlı ilişki verilen testler tablolarda yer almaktadır.

Tablo 6.62. Yedinci Anaakımlaştırma Testleri

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Liseye kadar	İzleme	Az	Adet	9	0	5	14
			Yüzde	64,3%	0,0%	35,7%	100,0%
	Orta		Adet	65	56	59	180
			Yüzde	36,1%	31,1%	32,8%	100,0%
	Çok		Adet	42	16	27	85
			Yüzde	49,4%	18,8%	31,8%	100,0%
	Toplam		Adet	116	72	91	279
			Yüzde	41,6%	25,8%	32,6%	100,0%
Üniversite ve sonrası	İzleme	Az	Adet	3	0	2	5
			Yüzde	60,0%	0,0%	40,0%	100,0%
	Orta		Adet	38	25	16	79
			Yüzde	48,1%	31,6%	20,3%	100,0%
	Çok		Adet	13	2	8	23
			Yüzde	56,5%	8,7%	34,8%	100,0%
	Toplam		Adet	54	27	26	107
			Yüzde	50,5%	25,2%	24,3%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	12	0	7	19
			Yüzde	63,2%	0,0%	36,8%	100,0%
	Orta		Adet	103	81	75	259
			Yüzde	39,8%	31,3%	29,0%	100,0%
	Çok		Adet	55	18	35	108
			Yüzde	50,9%	16,7%	32,4%	100,0%
	Toplam		Adet	170	99	117	386
			Yüzde	44,0%	25,6%	30,3%	100,0%

$$\chi^2 : 11.528 \text{ sd:4 } p:0.02 \text{ r:}-0.08$$

$$\chi^2 : 15.859 \text{ sd:4 } p:0.003 \text{ r:}-0.04$$

“Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesi kapsamında baba eğitim durumuna göre yapılan test baba eğitim durumu liseye kadar olanlar ($p:0.02$) ile toplam açısından ($p:0.003$) anlamlı çıkmıştır. Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı liseye kadar olanlar için %35.7 üniversite ve sonrası için %40 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise liseye kadar olanlar için 31.8, üniversite ve sonrası için de 34.8’dir. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından baba eğitim durumuna dayalı fark, 9.1 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz. Tablo 6.62).

Tablo 6.63. Sekizinci Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Liseye kadar	İzleme	Az	Adet	6	5	3	14
			Yüzde	42,9%	35,7%	21,4%	100,0%
	Orta	Adet	40	48	92	180	
		Yüzde	22,2%	26,7%	51,1%	100,0%	
	Çok	Adet	23	25	38	86	
		Yüzde	26,7%	29,1%	44,2%	100,0%	
	Toplam	Adet	69	78	133	280	
		Yüzde	24,6%	27,9%	47,5%	100,0%	
Üniversite ve sonrası	İzleme	Az	Adet	2	3	0	5
			Yüzde	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
	Orta	Adet	14	22	44	80	
		Yüzde	17,5%	27,5%	55,0%	100,0%	
	Çok	Adet	8	5	10	23	
		Yüzde	34,8%	21,7%	43,5%	100,0%	
	Toplam	Adet	24	30	54	108	
		Yüzde	22,2%	27,8%	50,0%	100,0%	
Toplam	İzleme	Az	Adet	8	8	3	19
			Yüzde	42,1%	42,1%	15,8%	100,0%
	Orta	Adet	54	70	136	260	
		Yüzde	20,8%	26,9%	52,3%	100,0%	
	Çok	Adet	31	30	48	109	
		Yüzde	28,4%	27,5%	44,0%	100,0%	
	Toplam	Adet	93	108	187	388	
		Yüzde	24,0%	27,8%	48,2%	100,0%	

$$\chi^2 : 11.542 \text{ sd:} 4 \text{ p:} 0.02 \text{ r: } 0.02$$

“Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hala önemini korumaktadır” ifadesine verilen yanıtlara baba eğitim durumu bağlamında yapılan test toplam açısından anlamlı çıkmıştır (p: 0.02). Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı liseye kadar olanlar için %21.4, üniversite ve sonrası için sıfır olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise liseye kadar olanlar için 44.2, üniversite ve sonrası için de 43.5’tir. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından baba eğitim durumuna dayalı fark, 66.3 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz. Tablo 63).

6.3.4 Fakülte Bakımından Anaakımlaştırma Bulguları

Araştırma hipotezlerinin fakültelere göre anaakımlaştırma testleri yapılmıştır. Bu test açısından öğrenciler bağlı bulundukları enstitüler kapsamında fakültelere göre sınıflandırılmıştır. Daha sonra fakülteler sözel bölümler ve sayısal bölümler olarak yeni iki kategoride toplanmıştır. Sözel bölüm kategorisinde Sosyal Bilimler Enstitüsüne ve Eğitim Bilimleri Enstitüsüne Bağlı fakülteler yer alırken, Sayısal bölüm kategorisi içerisinde Sağlık Bilimleri Enstitüsüne ve Fen Bilimleri Enstitüsüne bağlı fakülteler yer

almıştır. Sözel bölümlerde okuyan öğrencilerin duygusal zekâları sayısal bölümlerdeki öğrencilere göre anlamlı düzeyde farklı olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bu bölümlerde verilen eğitimlerin yapısının da birbirinden farklı olduğu düşünülebilir. Nitekim sözel bölüm öğrencilerinin sosyal yaşama yönelik dersler aldığı, sayısal bölüm öğrencilerinin daha teknik konulara ilişkin eğitim gördüğü söylenebilir. (Örneğin: Sayısal Grup içerisinde yer alan Elektrik-Elektronik Mühendisliği bölümünün öğrencileri “Modern Fiziğin Prensipleri ve Elektriksel Materyaller, Mikroelektronik Araçlar, Düşük Voltaj Güç Sistemleri” gibi teknik bilgi ve beceri kazandıran dersler ile eğitilmektedir. Buna karşın sözel grup içerisinde yer alan Sosyoloji bölümü öğrencileri “Toplumsal Tabakalaşma, Gelişim Psikolojisi, Aile Sosyolojisi” gibi soyut düşünme yeteneği geliştiren, toplumsal davranışları, algıları ve tutumları anlaşılır kılan dersler ile eğitim görmektedir). Bu bakımdan öğrencilerin duygusal zekâları ve düşünce biçimleri arasında farklılıklar olduğu düşünülebilir. Öğrencilerin üniversiteye kabul sınavlarında da sözel ve sayısal bölün olarak ayrılması da bu kategorinin oluşmasında etkili olmuştur.

Tablo 6.64. Dokuzuncu Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Sözel	İzleme	Az	Adet	0	2	9	11
			Yüzde	0,0%	18,2%	81,8%	100,0%
		Orta	Adet	15	24	88	127
			Yüzde	11,8%	18,9%	69,3%	100,0%
		Çok	Adet	3	6	43	52
			Yüzde	5,8%	11,5%	82,7%	100,0%
		Toplam	Adet	18	32	140	190
			Yüzde	9,5%	16,8%	73,7%	100,0%
Sayısal	İzleme	Az	Adet	0	0	7	7
			Yüzde	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		Orta	Adet	12	20	102	134
			Yüzde	9,0%	14,9%	76,1%	100,0%
		Çok	Adet	3	18	39	60
			Yüzde	5,0%	30,0%	65,0%	100,0%
		Toplam	Adet	15	38	148	201
			Yüzde	7,5%	18,9%	73,6%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	0	2	16	18
			Yüzde	0,0%	11,1%	88,9%	100,0%
		Orta	Adet	27	44	190	261
			Yüzde	10,3%	16,9%	72,8%	100,0%
		Çok	Adet	6	24	82	112
			Yüzde	5,4%	21,4%	73,2%	100,0%
		Toplam	Adet	33	70	288	391
			Yüzde	8,4%	17,9%	73,7%	100,0%

$$\chi^2 : 9.143 \text{ sd:4 } p:0.05 \text{ r:}-0.28$$

“Genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır” ifadesi bakımından fakülteler açısından yapılan anaakımlaştırma testi sayısal bölümler açısından anlamlı çıkmıştır (p:0.05). Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı sözel için %81.8, sayısal için %100 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise sözel olanlar için 82.7 ve sayısal için de 65 olarak bulgulanmıştır. (Bkz. Tablo 6.64).

Tablo 6.65. Onuncu Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Sözel	İzleme	Az	Adet	10	0	3	13
			Yüzde	76,9%	0,0%	23,1%	100,0%
		Orta	Adet	53	42	32	127
			Yüzde	41,7%	33,1%	25,2%	100,0%
		Çok	Adet	27	10	13	50
			Yüzde	54,0%	20,0%	26,0%	100,0%
		Toplam	Adet	90	52	48	190
			Yüzde	47,4%	27,4%	25,3%	100,0%
Sayısal	İzleme	Az	Adet	2	1	4	7
			Yüzde	28,6%	14,3%	57,1%	100,0%
		Orta	Adet	51	39	43	133
			Yüzde	38,3%	29,3%	32,3%	100,0%
		Çok	Adet	28	8	24	60
			Yüzde	46,7%	13,3%	40,0%	100,0%
		Toplam	Adet	81	48	71	200
			Yüzde	40,5%	24,0%	35,5%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	12	1	7	20
			Yüzde	60,0%	5,0%	35,0%	100,0%
		Orta	Adet	104	81	75	260
			Yüzde	40,0%	31,2%	28,8%	100,0%
		Çok	Adet	55	18	37	110
			Yüzde	50,0%	16,4%	33,6%	100,0%
		Toplam	Adet	171	100	119	390
			Yüzde	43,8%	25,6%	30,5%	100,0%

$$\chi^2 : 9.807 \text{ sd: } 4 \text{ p: } 0.04 \text{ r: } 0.004$$

$$\chi^2 : 13.835 \text{ sd: } 4 \text{ p: } 0.008 \text{ r: } -0.02$$

“Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesi kapsamında fakülteler bağlamında yapılan anaakımlaştırma testi sözel (p: 0.04) ve toplam (p: 0.008) açısından anlamlı çıkmıştır. Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı sözel için %23.1, sayısal için %57.1 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise sözel olanlar için 26 ve sayısal için de 40 olarak bulgulanmıştır (Bkz. Tablo 6.65).

Tablo 6.66. On Birinci Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Sözel	İzleme	Az	Adet	3	0	10	13
			Yüzde	23,1%	0,0%	76,9%	100,0%
		Orta	Adet	10	33	84	127
			Yüzde	7,9%	26,0%	66,1%	100,0%
		Çok	Adet	2	18	32	52
			Yüzde	3,8%	34,6%	61,5%	100,0%
		Toplam	Adet	15	51	126	192
			Yüzde	7,8%	26,6%	65,6%	100,0%
Sayısal	İzleme	Az	Adet	0	2	5	7
			Yüzde	0,0%	28,6%	71,4%	100,0%
		Orta	Adet	8	29	97	134
			Yüzde	6,0%	21,6%	72,4%	100,0%
		Çok	Adet	9	12	39	60
			Yüzde	15,0%	20,0%	65,0%	100,0%
		Toplam	Adet	17	43	141	201
			Yüzde	8,5%	21,4%	70,1%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	3	2	15	20
			Yüzde	15,0%	10,0%	75,0%	100,0%
		Orta	Adet	18	62	181	261
			Yüzde	6,9%	23,8%	69,3%	100,0%
		Çok	Adet	11	30	71	112
			Yüzde	9,8%	26,8%	63,4%	100,0%
		Toplam	Adet	32	94	267	393
			Yüzde	8,1%	23,9%	67,9%	100,0%

$$\chi^2 : 10.054 \text{ sd:} 4 \text{ p:} 0.04 \text{ r:} -0.07$$

“Genel olarak söylersek Amerika Birleşik Devletleri’nde günlük yaşamda tehlikeler yaşanmaktadır” ifadesi noktasında fakülte farkına göre yapılan anaakımlaştırma testi sözel grubu açısından anlamlı çıkmıştır (p: 0.04). Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı sözel için %76.9, sayısal için %71.4 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise sözel olanlar için 61.5 ve sayısal için de 65 olarak bulgulanmıştır (Bkz. Tablo 6.66).

Tablo 6.67. On İkinci Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Sözel	İzleme	Az	Adet	1	1	11	13
			Yüzde	7,7%	7,7%	84,6%	100,0%
		Orta	Adet	7	12	109	128
			Yüzde	5,5%	9,4%	85,2%	100,0%
		Çok	Adet	3	2	47	52
			Yüzde	5,8%	3,8%	90,4%	100,0%
		Toplam	Adet	11	15	167	193
			Yüzde	5,7%	7,8%	86,5%	100,0%
Sayısal	İzleme	Az	Adet	2	0	5	7
			Yüzde	28,6%	0,0%	71,4%	100,0%
		Orta	Adet	4	24	105	133
			Yüzde	3,0%	18,0%	78,9%	100,0%
		Çok	Adet	3	6	50	59
			Yüzde	5,1%	10,2%	84,7%	100,0%
		Toplam	Adet	9	30	160	199
			Yüzde	4,5%	15,1%	80,4%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	3	1	16	20
			Yüzde	15,0%	5,0%	80,0%	100,0%
		Orta	Adet	11	36	214	261
			Yüzde	4,2%	13,8%	82,0%	100,0%
		Çok	Adet	6	8	97	111
			Yüzde	5,4%	7,2%	87,4%	100,0%
		Toplam	Adet	20	45	327	392
			Yüzde	5,1%	11,5%	83,4%	100,0%

$$\chi^2 : 12.687 \text{ sd:4 p:0.01 r:0.2}$$

“Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesine fakülteye ilişkin yapılan anaakımlaştırma testi sayısal grubu açısından sözel grup kontrol edildiğinde anlamlı çıkmıştır (p: 0.01). Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı sözel için %84.6, sayısal için %71.4 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise sözel olanlar için 90.4 ve sayısal için de 84.7 olarak bulgulanmıştır. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından fakülte durumuna dayalı fark, 19.1 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz. Tablo 6.67).

6.3.5 Yaş Bakımından Yapılan Anaakımlaştırma Testleri

Bu testler kapsamında yaşları 22 ve altında olan öğrenciler birinci grup, 23 yaş üzeri olanlar ikinci grup olarak değerlendirilmiş ve bu değişken bakımından hipotezler sınanmıştır. Anlamlı ilişki veren anaakımlaştırma testleri tablolar halinde aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 6.68. On Üçüncü Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Birinci Grup	İzleme	Az	Adet	6	1	4	11
			Yüzde	54,5%	9,1%	36,4%	100,0%
	Orta	Adet	82	66	48	196	
		Yüzde	41,8%	33,7%	24,5%	100,0%	
	Çok	Adet	40	14	25	79	
		Yüzde	50,6%	17,7%	31,6%	100,0%	
	Toplam	Adet	128	81	77	286	
Yüzde		44,8%	28,3%	26,9%	100,0%		
İkinci Grup	İzleme	Az	Adet	6	0	3	9
			Yüzde	66,7%	0,0%	33,3%	100,0%
	Orta	Adet	22	15	26	63	
		Yüzde	34,9%	23,8%	41,3%	100,0%	
	Çok	Adet	14	4	11	29	
		Yüzde	48,3%	13,8%	37,9%	100,0%	
	Toplam	Adet	42	19	40	101	
Yüzde		41,6%	18,8%	39,6%	100,0%		
Toplam	İzleme	Az	Adet	12	1	7	20
			Yüzde	60,0%	5,0%	35,0%	100,0%
	Orta	Adet	104	81	74	259	
		Yüzde	40,2%	31,3%	28,6%	100,0%	
	Çok	Adet	54	18	36	108	
		Yüzde	50,0%	16,7%	33,3%	100,0%	
	Toplam	Adet	170	100	117	387	
Yüzde		43,9%	25,8%	30,2%	100,0%		

χ^2 :9.221 sd:4 p:0.06 r:-0.03

χ^2 :13.491 sd:4 p:0.009 r:-0.02

“Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesine yaş bakımından uygulanan anaakımlaştırma testi birinci grup (p:0.06) ve toplam (p: 0.009) açısından anlamlı çıkmıştır. Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı birinci grup için %36.4, ikinci grup için %33.3 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise birinci grup için 31.6 ve ikinci grup için de 37.9 olarak bulgulanmıştır. (Bkz. Tablo 6.68).

Tablo 6.69. On Dördüncü Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Birinci Grup	İzleme	Az	Adet	5	3	3	11
			Yüzde	45,5%	27,3%	27,3%	100,0%
		Orta	Adet	41	51	104	196
			Yüzde	20,9%	26,0%	53,1%	100,0%
		Çok	Adet	23	26	32	81
			Yüzde	28,4%	32,1%	39,5%	100,0%
Toplam			Adet	69	80	139	288
			Yüzde	24,0%	27,8%	48,3%	100,0%
İkinci Grup	İzleme	Az	Adet	3	5	1	9
			Yüzde	33,3%	55,6%	11,1%	100,0%
		Orta	Adet	12	19	33	64
			Yüzde	18,8%	29,7%	51,6%	100,0%
		Çok	Adet	7	5	16	28
			Yüzde	25,0%	17,9%	57,1%	100,0%
Toplam			Adet	22	29	50	101
			Yüzde	21,8%	28,7%	49,5%	100,0%
Toplam	İzleme	Az	Adet	8	8	4	20
			Yüzde	40,0%	40,0%	20,0%	100,0%
		Orta	Adet	53	70	137	260
			Yüzde	20,4%	26,9%	52,7%	100,0%
		Çok	Adet	30	31	48	109
			Yüzde	27,5%	28,4%	44,0%	100,0%
Toplam			Adet	91	109	189	389
			Yüzde	23,4%	28,0%	48,6%	100,0%

$$\chi^2 : 10.032 \text{ sd } p: 0.04 \text{ r: } -0.02$$

“Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hala önemini korumaktadır” ifadesine yaş bakımından uygulanan anaakımlaştırma testi toplam açısından anlamlı çıkmıştır (p: 0.04). Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı birinci grup için %27.3, ikinci grup için %11.1 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise birinci grup için 39.5 ve ikinci grup için de 57.1 olarak bulgulanmıştır. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından fakülte durumuna dayalı fark, 58.2 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz. Tablo 6.69).

Tablo 6.70. On Beşinci Anaakımlaştırma Testi

				Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
Birinci Grup	İzleme	Az	Adet	3	3	5	11
			Yüzde	27,3%	27,3%	45,5%	100,0%
	Orta		Adet	13	15	169	197
			Yüzde	6,6%	7,6%	85,8%	100,0%
	Çok		Adet	4	11	66	81
			Yüzde	4,9%	13,6%	81,5%	100,0%
İkinci Grup	Toplam		Adet	20	29	240	289
			Yüzde	6,9%	10,0%	83,0%	100,0%
	İzleme	Az	Adet	0	1	8	9
			Yüzde	0,0%	11,1%	88,9%	100,0%
	Orta		Adet	5	5	54	64
			Yüzde	7,8%	7,8%	84,4%	100,0%
Toplam	Çok		Adet	5	4	20	29
			Yüzde	17,2%	13,8%	69,0%	100,0%
	Toplam		Adet	10	10	82	102
			Yüzde	9,8%	9,8%	80,4%	100,0%
	İzleme	Az	Adet	3	4	13	20
			Yüzde	15,0%	20,0%	65,0%	100,0%
Toplam	Orta		Adet	18	20	223	261
			Yüzde	6,9%	7,7%	85,4%	100,0%
	Çok		Adet	9	15	86	110
			Yüzde	8,2%	13,6%	78,2%	100,0%
	Toplam		Adet	30	39	322	391
			Yüzde	7,7%	10,0%	82,4%	100,0%

$$\chi^2 : 14.569 \text{ sd:} 4 \text{ p:} 0.006 \text{ r:} 0.1$$

“Genel olarak söylersek güvenlik güçleri toplumsal huzuru sağlamak için gereklidir” ifadesine yaş bakımından yapılan anaakımlaştırma testi birinci grup açısından ikinci gruba göre anlamlı çıkmıştır (p: 0.006). Katılıyorum seçeneğindeki az izleyenlerin oranı birinci grup için %45.5, ikinci grup için %88.9 olarak saptanmıştır. Çok izleyenler bakımından ise birinci grup için 81.5 ve ikinci grup için de 69 olarak bulgulanmıştır. Dolayısıyla az ve çok izleyenler bakımından fakülte durumuna dayalı fark, 16.1 olarak belirmiştir. Bu, anaakımlaşmayı gösteren unsurlardan biridir (Bkz. Tablo 6.70).

Anakımlaştırma testlerinin anlamlı çıkanları bakımından şu değerlendirme yapılabilir: Cinsiyet bakımından yapılan anaakımlaştırma testlerinden 3 tanesinde dijital yayın platformlarını izleme düzeyleriyle, erkek ve kadın grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu bakımdan anlamlı çıkan testlere ilişkin ifadeler “Genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur”, “Genel olarak söylersek Amerika Birleşik Devletleri’nde günlük yaşamda tehlikeler yaşanmaktadır” ve “Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hâlâ önemini korumaktadır” şeklinde ortaya çıkmıştır.

Aile konusu hem yetiştirme testinde hem de cinsiyet değişkeni bakımından yapılan anaakımlaştırma testinde anlamlı çıkmıştır.

Anne eğitim durumu kapsamında yapılan anaakımlaştırma testlerinden 3 tanesi anlamlı sonuç vermiştir. Anlamlı çıkan testlerdeki ifadeler “*Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir*”, “*Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hâlâ önemini korumaktadır*” ve “*Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir*” şeklinde sıralanmıştır.

Baba eğitim durumu kontrolüne göre yapılan anaakımlaştırma testlerinden 2 tanesi anlamlı çıkmıştır. “*Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir*” ve “*Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hâlâ önemini korumaktadır*” ifadelerinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Öğrencilerin okudukları bölümler sözel ve sayısal olarak iki grup haline getirilerek anaakımlaştırma testleri uygulanmıştır. Bu anlamda 4 adet test anlamlı ilişki vermiştir. “*Genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır*”, “*Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir*”, “*Genel olarak söylersek Amerika Birleşik Devletleri’nde günlük yaşamda tehlikeler yaşanmaktadır*” ve “*Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir*” ifadeleri anlamlı ilişki veren testler olmuştur.

Ankete katılan öğrenciler yaşları bakımından iki grup halinde ele alınmıştır. Birinci grup 22 yaş ve altı ikinci grup 23 yaş ve üzeri olarak sınıflandırılmıştır. Yaş demografisi kapsamında yapılan anaakımlaştırma testlerinden 3 tanesi anlamlı çıkmıştır. Bu testler “*Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir*”, “*Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hâlâ önemini korumaktadır*” ve “*Genel olarak söylersek güvenlik güçleri toplumsal huzuru sağlamak için gereklidir*” ifadelerinden oluşmuştur.

Gerbner’in tehlikeli dünya sendromunu çözümleyen testi (Günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız) her ne kadar izleme yoğunluğu bakımından anlamlı bir ilişki vermese de soruya yanıt veren 393 katılımcının 360’ı (%91.6) tehlikeli dünya algısına sahip olduğunu belirtmiştir. Bu test kapsamında tehlikeli dünya algısının doğal olarak yaşandığı söylenebilir. Bu noktada Paul M. Hirsch’ün eleştirilerini anımsamakta yarar vardır. Hirsch “Kontrol değişkenleri çözümlemeye dahil edildiğinde yetiştirme rolü çıkmayacaktır” eleştirisinde bulunmuştur (Hirsch, 1980). Ayrıca anaakımlaştırma çözümlemelerine göre yetiştirme etkilerinin azaldığı yönünde iddialar birçok araştırmacı

tarafından belirtilmiştir (Carveth ve Alexander, 1985; Hawkins ve Pingree, 1982; Hirsch, 1980; Hughes, 1980; Perse, 1986; Potter, 1986). Bu eleştiriler doğrultusunda hazırlanan anaakımlaştırma testleri kapsamında cinsiyet, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, fakülte ve yaş değişkenleri çözümlemelere dahil edilmiştir. Genel sonuçları anlamıyla bakıldığında 15 test anlamlı sonuç vermiştir. Nitekim değişkenler eklendiğinde bir yetiştirme rolünden söz etmenin mümkün olmadığı iddiası bu sonuçlar göz önüne alındığında karşılık bulmamıştır. Yetiştirme ifadelerine bağlı gerçekleştirilen anaakımlaştırma testlerinde anlamlı ilişkilerin olması bu durumun kanıtıdır. Dolayısıyla bu yazılanların kanıtı olarak da yapılan testlerin bulgularını aktarmak doğru olacaktır.

6.4 Hirsch'ün Eleştirileri Kapsamında Yapılan Yetiştirme Çözümlemeleri

Önceki satırlarda belirtildiği gibi Hirsch ile Gerbner arasında eleştiri-yanıt-eleştiri ekseninde tartışmalar yaşanmıştır (Hirsch, 1980; Hirsch 1981; Gerbner, 1981, 1981b) Onların hangisinin görüşlerinin doğru olduğuna ilişkin de çözümleme yapılmıştır. Bunu anlamamanın yolu, eleştirilerin içeriğini anlamadan geçmektedir. Hirsch, hiç izlemeyenlerle aşırı izleyenlerin çözümlemeye katıldığında, ki Gerbner hiç izlemeyenleri katmamakta aşırı izleyenleri de çok izleyenler içerisinde eritmektedir, testlerin anlamsız çıkacağını ima ve ifade etmektedir. Bu nedenle Hirsch çerçevesinde yapılacak çözümlemeler sonucunda anlamlı çıkan testlerin sayısının Gerbner çerçevesinde yapılanlardan hiç olmaması ya da daha az olması gerekmektedir. Bu bulgular kapsamında hiç izlemeyenlerin dahil edildiği anlamlı ilişki veren yetiştirme testleri aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 6.71. İkinci Yetiştirme Testi

İzleme	Az	Adet	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
		Yüzde	23	21	111	155
			14,8%	13,5%	71,6%	100,0%
	Orta	Adet	18	25	217	260
		Yüzde	6,9%	9,6%	83,5%	100,0%
	Çok	Adet	7	9	96	112
		Yüzde	6,3%	8,0%	85,7%	100,0%
Toplam		Adet	48	55	424	527
		Yüzde	9,1%	10,4%	80,5%	100,0%

$$\chi^2 : 12.364 \text{ sd:4 p:0.015 r: 0.28}$$

Hiç izlemeyenlerin dahil edildiği Yetiştirme Çözümlemesi kapsamında ikinci yetiştirme testi olan “Genel olarak söylersek kazanmanın yolu güç sahibi olmaktan

geçmektedir” ifadesi (p:0.02) anlamlı çıkmıştır. Buna göre test, yüzde 15’lik bir yetiştirme delili sunmuştur (85.7-71.6= 15.1 (Bkz. Tablo 6.71).

Tablo 6.72. Yedinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	64	27	64	155
		Yüzde	41,3%	17,4%	41,3%	100,0%
	Orta	Adet	104	81	75	260
		Yüzde	40,0%	31,2%	28,8%	100,0%
	Çok	Adet	55	18	37	110
		Yüzde	50,0%	16,4%	33,6%	100,0%
Toplam		Adet	223	126	176	525
		Yüzde	42,5%	24,0%	33,5%	100,0%

$$\chi^2 : 17.393 \text{ sd:4 p:0.002 r: -0.1}$$

Hiç izlemeyenlerin dahil edildiği yetiştirme çözümlemesi kapsamında yedinci yetiştirme testi “Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesi anlamlı çıkmıştır (p:0.002) (Bkz. Tablo 6.72).

Tablo 6.73. Sekizinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	52	21	83	156
		Yüzde	33,3%	13,5%	53,2%	100,0%
	Orta	Adet	53	33	175	261
		Yüzde	20,3%	12,6%	67,0%	100,0%
	Çok	Adet	24	14	73	111
		Yüzde	21,6%	12,6%	65,8%	100,0%
Toplam		Adet	129	68	331	528
		Yüzde	24,4%	12,9%	62,7%	100,0%

$$\chi^2 : 10.492 \text{ sd:4 p:0.03 r: 0.18}$$

Hiç izlemeyenlerin dahil edildiği yetiştirme çözümlemesi kapsamında sekizinci yetiştirme testi “Genel olarak söylersek erkek egemen bir toplumda yaşamaktayız” ifadesi anlamlı ilişki vermiştir (p:0.03) (Bkz. Tablo 6.73).

Tablo 6.74. On Dördüncü Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	42	37	77	156
		Yüzde	26,9%	23,7%	49,4%	100,0%
	Orta	Adet	78	95	88	261
		Yüzde	29,9%	36,4%	33,7%	100,0%
	Çok	Adet	35	37	40	112
		Yüzde	31,3%	33,0%	35,7%	100,0%
Toplam		Adet	155	169	205	529
		Yüzde	29,3%	31,9%	38,8%	100,0%

$$\chi^2 : 11.947 \text{ sd: } 4 \text{ p:}0.02 \text{ r: } -0.13$$

Hiç izlemeyenlerin dahil edildiği yetiştirme çözümlemesi kapsamında on dördüncü yetiştirme testi “Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir” ifadesi izleme farkına göre anlamlı çıkmıştır (p:0.02) (Bkz. Tablo 6.74).

Tablo 6.75. On Beşinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Az	Adet	15	13	127	155
		Yüzde	9,7%	8,4%	81,9%	100,0%
	Orta	Adet	11	36	214	261
		Yüzde	4,2%	13,8%	82,0%	100,0%
	Çok	Adet	6	8	97	111
		Yüzde	5,4%	7,2%	87,4%	100,0%
Toplam		Adet	32	57	438	527
		Yüzde	6,1%	10,8%	83,1%	100,0%

$$\chi^2 : 9.512 \text{ sd: } 4 \text{ p: } 0.05 \text{ r: } 0.113$$

“Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir” ifadesini içeren on beşinci yetiştirme testi anlamlı çıkmıştır (p:0.05) (Bkz. Tablo 6.75).

Aşağıda elde edilen bulgular kapsamında izleyenler ile hiç izlemeyenler arasındaki test sonuçları sunulmuştur.

Tablo 6.76. İkinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Hiç İzlemeyenler	Adet	20	19	96	135
		Yüzde	45,5%	36,5%	25,7%	28,7%
	İzleyenler	Adet	24	33	278	335
		Yüzde	54,5%	63,5%	74,3%	71,3%
Toplam	Adet		44	52	374	470
	Yüzde		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 : 9,272 \text{ sd: } 2 \text{ p: } 0.010 \text{ r: } 0.032$$

“Genel olarak söylersek kazanmanın yolu güç sahibi olmaktan geçmektedir” ifadesine yapılan yetiştirme testi izleme durumuna göre yapılan çözümlemede anlamlı ilişki vermiştir (p:0.01). Buna göre test (74.3-25.7) yüzde 48.6’lık yetiştirme delili vermiştir (Bkz. Tablo 6.76).

Tablo 6.77. Beşinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Hiç İzlemeyenler	Adet	49	43	44	136
		Yüzde	31,4%	38,7%	21,7%	100,0%
	İzleyenler	Adet	107	68	159	334
		Yüzde	68,6%	61,3%	78,3%	100,0%
Toplam	Adet		156	111	203	470
	Yüzde		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 : 10.856 \text{ sd:}2 \text{ p:}0.004 \text{ r: } 0.2$$

Eleştiriler doğrultusunda yapılan ayrıma göre hiç izlemeyenler ve izleyenlere yönelik yetiştirme çözümlemesinde beşinci yetiştirme testi “Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır” ifadesi anlamlı ilişki vermiştir (p: 0.004). Test sonucunda izleyenler lehine yüzde 56.6’lık yetiştirme farkı saptanmıştır (Bkz. Tablo 6.77).

Tablo 6.78. Yedinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Hiç İzlemeyenler	Adet	52	26	57	135
		Yüzde	27,5%	22,0%	35,4%	28,8 %
	İzleyenler	Adet	137	92	104	333
		Yüzde	72,5%	78,0%	64,6%	71,2%
Toplam	Adet		189	118	161	468
	Yüzde		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 :6.205 \text{ sd:}2 \text{ p:}0.05 \text{ r:}-0.1$$

“Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesine Hirsch eleştirisi bağlamında yapılan yetiştirme testi anlamlı sonuç vermiştir (p:0.05). Elde edilen sonuçlar kapsamında izleyenler lehine (64.6-35.4) yüzde 29.2’lik yetiştirme kanıtı saptanmıştır (Bkz. Tablo 6.78).

Tablo 6.79. Sekizinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Hiç İzlemeyenler	Adet	48	19	57	136
		Yüzde	40,3 %	31,7%	23,6%	28,9%
	İzleyenler	Adet	71	41	104	335
		Yüzde	59,7%	68,3%	76,4%	71,1%
Toplam	Adet		119	60	161	471
	Yüzde		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 : 11.750 \text{ sd:} 2 \text{ p:} 0.003 \text{ r:} 0.3$$

Hiç izlemeyenlerin dahil edildiği yetiştirme çözümlemesi kapsamında sekizinci yetiştirme testi “*Genel olarak söylersek erkek egemen bir toplumda yaşamaktayız*” ifadesi anlamlı sonuç vermiştir” (p:0.003). Test sonucunda yüzde 52.8’lik yetiştirme farkı bulunmuştur (Bkz. Tablo 6.79).

Tablo 6.80. On Dördüncü Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Hiç İzlemeyenler	Adet	35	32	69	136
		Yüzde	25,9 %	20,8%	37,7%	28,8%
	İzleyenler	Adet	100	122	114	336
		Yüzde	74,1%	79,2%	62,3%	71,2%
Toplam	Adet		119	60	161	472
	Yüzde		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 : 12.449 \text{ sd:} 2 \text{ p:} 0.002 \text{ r:} -0.22$$

Hiç izlemeyenlerin dahil edildiği yetiştirme çözümlemesi kapsamında on dördüncü yetiştirme testi “*Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir*” ifadesi izleme farkına göre anlamlı çıkmıştır (p: 0.002) (Bkz. Tablo 6.80).

Dijital yayın platformlarını hiç izlemeyenler ve aşırı izleyenlerin (181dk ve üzeri) bir grup, 10 dk ile 180 dk arasında izleyenlerin bir grup olarak ele alındığı çözümlemelerde de benzer sonuçlar elde edilmiştir. Böylece hiç izlemeyenler ve aşırı izleyenler grubu ile diğer izleyici grupları arasında dünya algılama biçimleri arasında yetiştirme farkının olup olmadığı test edilmiştir. Testler sonucunda ortaya çıkan bulgulara göre 4 ifade yetiştirme delili sunmuştur.

Tablo 6.81. Beşinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Hiç İzlemeyenler ve Aşırı İzleyenler	Adet	68	59	65	192
		Yüzde	38,9 %	46,5%	29,0%	36,5%
	10-180 dk arası izleyenler	Adet	107	68	159	334
		Yüzde	61,1%	53,5%	71,0%	63,5%
Toplam		Adet	175	60	224	526
		Yüzde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 : 11.262 \text{ sd:2 } p:0.004 \text{ r: } 0.17$$

“Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır” ifadesi eleştiriler kapsamında yapılan test bakımından anlamlı ilişki vermiştir (p:0.004). 10-180’dk arası izleyenler lehine (71-29=42) yüzde 42’lik bir yetiştirme farkı olduğu görülmüştür (Bkz. Tablo 6.81).

Tablo 6.82. Yedinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Hiç İzlemeyenler ve Aşırı İzleyenler	Adet	86	34	72	192
		Yüzde	38,6 %	27,0%	40,9%	36,6%
	10-180 dk arası izleyenler	Adet	137	92	104	333
		Yüzde	61,4%	73,0%	59,1%	63,4%
Toplam		Adet	223	126	176	525
		Yüzde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 : 6.802 \text{ sd:2 } p:0.03 \text{ r: } -0.02$$

“Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir” ifadesi 10-180 dk arası izleyenler lehine (59-41) yüzde 18’lik yetiştirme delili sunmuştur (p: 0.03). Yetiştirme farkı 10-180 dk arası lehine yüzde 18.2 olarak saptanmıştır (Bkz. Tablo 6.82).

Tablo 6.83. Sekizinci Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Hiç İzlemeyenler ve Aşırı İzleyenler	Adet	58	27	108	193
		Yüzde	45,0 %	39,7%	32,6%	36,6%
	10-180 dk arası izleyenler	Adet	71	41	223	335
		Yüzde	55,0%	60,3%	67,4%	63,4%
Toplam		Adet	129	68	331	528
		Yüzde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 : 6.422 \text{ sd:2 } p:0.04 \text{ r: } 0.2ri$$

“Genel olarak söylersek erkek egemen bir toplumda yaşamaktayız” ifadesi bakımından izleme farkına göre test anlamlı çıkmıştır (p:0.04). Yüzde 34.8’lik yetiştirme farkı olduğu bulunmuştur (Bkz. Tablo 6.83).

Tablo 6.84. On Dördüncü Yetiştirme Testi

			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Toplam
İzleme	Hiç İzlemeyenler ve Aşırı İzleyenler	Adet	55	47	91	193
		Yüzde	35,5 %	27,8%	44,4%	36,5%
	10-180 dk arası izleyenler	Adet	100	122	114	336
		Yüzde	64,5%	72,2%	55,6%	63,5%
Toplam		Adet	155	169	205	529
		Yüzde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 : 11.083 \text{ sd:2 } p: 0.004 \text{ r: -0.2}$$

“Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir” (p: 0.004) ifadesine yönelik Hirsch eleştirisi bakımından yapılan yetiştirme testi anlamlı çıkmıştır. Yetiştirme kanıtı 10-180 dk arası izleyenler (55.6-44.4=11.2) lehine yüzde 11.2 olarak bulunmuştur (Bkz. Tablo 6.83).

Gerbner ve arkadaşlarının önermeleri kapsamında yapılan kesme işlemleri bakımından gerçekleştirilen 18 yetiştirme testinden 2’si anlamlı sonuç vermiştir. Hirsch’ün eleştirileri kapsamında hazırlanan hiç izlemeyenlerin dahil edildiği yetiştirme testlerinden ise 5’i anlamlı çıkmıştır. Yine bu eleştiriler kapsamında oluşturulan hiç izlemeyenler ve izleyenlere yönelik testlerde de 5 anlamlı sonuç belirlemiştir. Hiç izlemeyenlerin ve aşırı izleyenlerin bir grup olarak ele alındığı ve geriye kalanların da bir grup olarak düşünülerek yapılan karşılaştırmalı yetiştirme testlerinden de 4’ü anlamlı olarak bulunmuştur. Bu kapsamda hiç izlemeyenler ve aşırı izleyenler katıldığında testlerin anlamsız çıkacağını ima ve ifade eden Hirsch’ün önermelerinin bu araştırma çerçevesinde geçerli olmadığı ortaya çıkmıştır.

7. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Yetiştirme Kuramı iletişim alanında geliştirilmiştir. Kuram hikâye anlatma üzerine temellenmektedir. Bu anlamda hikâye anlatıcı olarak da televizyonu hedefe koymuştur. İnsanların televizyon izleme süresi artıkça televizyonda betimlenen değerler, inançlar ve kuralları daha çok benimsediği düşüncesi kuramın en temel savlarından birisidir.

Kitle iletişim araçları sosyalleşme açısından güçlü bir araç olarak kabul edilmektedir. Gerbner'a göre televizyon kitle iletişim araçları arasında en geniş kitlelere hitap eden konumundadır. Bu nedenle televizyonda yayınlanan mesajların dünyaya yönelik algılar ve sosyal gerçeklikler üzerine derin bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Televizyon yayıncılığının yeni teknolojilerle bütünleşmesi ve gelişmesiyle birlikte ceplerimizde dahi taşıyabildiğimiz çok fonksiyonlu bu teknolojiler yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Yayıncılık teknolojisi ile internet teknolojilerinin birleşmesiyle birlikte yayın içeriklerinin yapısı ve geleneksel yayıncılığın ilkeleri de dönüşüme uğramıştır.

Geleneksel televizyon yayıncılığında analog sinyaller kullanılmış olup görüntü kalitesi düşüktür. Analog sinyaller ile kısıtlı içerik taşınmaktadır. Dijital yayıncılıkla birlikte görüntü kalitesi ve iletilebilen veri miktarı artmış daha fazla içerik aynı anda yayınlanabilir hale gelmiştir. Özellikle Over the top (OTT) medya servislerinin ortaya çıkmasıyla içerikler ve programlar internet aracılığıyla kişilerin akıllı televizyonlarına, cep telefonlarına ya da bilgisayarlarına ulaşmaktadır. Böylece yeni nesil bir yayın anlayışı ve yayın akış düzeni ortaya çıkmıştır. Global yayıncılar ve ulusal yayıncılar, büyük bir ekonomik pazarda sermayesini ve kullanıcı kitlesini artırma yarışına girmiştir.

OTT platformlar ilk başlarda yalnızca kullanıcıların yüklediği video içeriklerini yayınlarken amatör bir yapıyla karşımıza çıkmaktadır. Daha sonradan özellikle internetin dünya çapında yaygınlaşmasıyla birlikte kurumsal iş yapısı ve örgütlü bir işleyişe sahip platformlar kurulmuştur. Netflix, HuluTV, Amazon Prime, Disney+ vb. platformlar global ölçekte pazarda yer almaya başlarken PuhuTv, BluTv, Exxen, Gain vb. platformlar da Türkiye ölçeğinde yayınlar yapmaya başlamıştır. Bu platformlar şahıs ya da medya ilişkisi olmayan kişiler tarafından kurulabileceği gibi mevcut işi geleneksel medya ya da televizyon yayıncılığı olan kişi ya da kurumların sermayesi ile kurulabilmektedir (Acun Ilıcalı, Tv 8, Exxen örneği gibi).

Özellikle 2019 yılında dünya çapında yaşanan Covid19 salgınıyla birlikte sosyalleşme alanı bulamayan bir kitleden söz etmek mümkündür. Öyle ki dışarı çıkma yasaklarına ilişkin kararların alınmasıyla bu platformların kullanıcı sayıları büyük artış yaşamıştır. Televizyon yayıncılığının ve televizyon izlemenin hali hazırda en fazla talep edilen iletişimsel tüketim biçimi olduğunu belirtmekle birlikte önümüzdeki yıllarda OTT platformlarının televizyon içeriklerini ve televizyon yayıncılığını dönüştürme ihtimali göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu çalışmada George Gerbner ve arkadaşları tarafından başlatılan Kültürel Göstergeler Projesi kapsamında geliştirilmiş olan yetiştirme kuramının üç bileşeninden mesaj sistem çözümlemesi ve yetiştirme çözümlemesi gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında dijital yayın platformlarında yayınlanan dizilerin insanların sosyal gerçeklik algılamaları üzerindeki rolü araştırılmıştır.

Dijital yayın platformlarının içeriklerinin tüketim şekli ve izlenme alışkanlıkları bakımından bazı farkları bulunmakla birlikte insanların boş zaman aktivite tercihlerinde izlemek, eğlenmek ve sosyalleşmek motivasyonları vardır. OTT platformlarını izlemenin de televizyon izlemeyle benzer bir işlevi olduğu söylenebilir. Dijital yayın platformlarının izleyicilerinin sabit bir izleme ritüeli olduğunu söylemek televizyon izleyicilerine göre daha zordur. Televizyonun prime time denilen en yoğun izleyici kitlesinin ekran başında olduğu bir zaman diliminden söz etmek mümkündür. Ancak dijital platformlar açısından bu durum değişkenlik gösterebilir. Dijital platform kullanıcılarının izleme ritüeli gün aşırı ya da haftada bir iki kez olacak şeklinde olabilir. Dijital içeriklerin izlenmesi boş zamanları kapsayan bir şekilde olabileceği gibi “binge watching” ya da “maraton izleme” (dizinin tüm bölümlerinin günlerce art arda izlenmesi) şeklinde de olabilir. Yayıncılık ve izleme ediminde temel bazı farklar olsa da her iki aracın da içeriklerinin belirli kurumsal süreçlerden geçtiğini düşünmek mümkündür. Gücün ve iktidarın nasıl dağıldığını gösteren sistemlerin genel geçer mesajlarını her iki yayın içeriğinde de görmek mümkündür.

Endüstri, insanların medyayı özgür biçimde kullandığını düşünmesini sağlamaya çalışmaktadır. Bunu farklı tür ve içerik seçebilmeleri, kumanda ile değişiklik yapabilmeleri ya da içerikleri istedikleri yer ve zamanda izleyebilmeleri gibi işlevler ile gerçekleştirir. Ancak içeriklerin sembolik anlatısına bakıldığında işlerin öyle olmadığı söylenebilir. Nitekim belli ahenk içerisinde sunulan temaların genel mesajları müthiş bir seçicilikle kurgulanmaktadır. Belirli konular, belirli yönleriyle profesyonellerce seçilip

aktarılmaktadır. Bu noktada işin gerçek boyutunun bile ötesinde bir medya dünyası gerçekliği sunulabilmektedir. Kitle iletişim araçları olayların gerçekleştiği sembolik çevredir. Platformlarda kurgulanan bu sembolik çevre içerisinde kurumsal işleyişi sürdürebilmek amacı gizlidir. Kurumsal işleyiş ise gücün doğasını yapı bozumuna uğratmadan sürekliliğini sağlamakla mümkündür. İşte bu sembolik dünyada güç dağıtımı söz konusudur. Gerbner'ın da belirttiği gibi sembolik dünyada bazı değerler anlatılmaktadır (cinsiyet durumları, gençlik, yaşlılık, ölüm, suç ve şiddet vb.). Bu değerler toplumsal sembollerini üreten egemenlerin varlıkları ve zenginlikleri iktidar ve statüye göre dağıttıkları gibi dağıtılmaktadır. Bu dağıtım o kadar gerçekçi ve ortak mesajlar içermektedir ki birbirinden çok uzakta bağımsız karakter ve sosyal yapıda olan kişilerin farklılıklarını ortadan kaldırarak göz ardı ederek her kesimden insana ortak bir dünya görüşü kazandırmaktadır. Medya içeriklerine maruz kalmayla birlikte farklılıklar zamanla buharlaşmaktadır. Televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte farklılıkların buharlaşması çok daha küçük elitler grubunun kontrolünde çok daha hızlı yaşanır hale gelmiştir. Kitle iletişim araçları tarihselliğiyle var olan sosyal yapıya uygun düşünceler ve nedensel ilişkileri doğrultusunda belirli üretim ve yönetim mantığında mesajlar üretmektedir. Tıpkı fabrikadan çıkan tek tip ürünler gibi medya mesajları da tek tip bir dünyanın sembollerini içermektedir. Bu mesajlar, kullanıcıların ne yapması gerektiğini söyleme ve toplumun tamamının nasıl ve ne şartlar altında üretim ve tüketim yapması gerektiğini öğretme işlevindedir. Zaten konuların temeline bakıldığında kitle iletişim araçları sanayi devriminin bir çıktısıdır. Sanayi devrimi sonrasındaki endüstriyel yapılar kendilerini üretim biçimlerini ve tüketim pratiklerini kontrol ederek var etmektedirler.

Geldiğimiz noktada dijital yayınların mesaj sistemleri içeriklerin yayınlandığı platformların güç ilişkileri ve toplum içindeki konumlarıyla ilişkilidir. Bu kültürün mesaj sistemleri ve kurumsal ilişkileri tercihlerin ve yorumların sınırlarını kontrol etmek, aynı zamanda geleceğe ilişkin düşüncelerin ne yönde olması gerektiğini belirlemek amacı taşımaktadır.

Mesaj sistem çözümlemesinde ortaya konulmak istenen temel amaç medya dünyasıyla gerçek dünya arasındaki önemli farklılıkları göstermektir. Bu mesajlar kültürün anaakımıdır. Bu anaakımın belirleyeni ise ticari ve sosyo-politik hedeflerin gerçekleştirilmesi ve güç dağılımındaki konumlanma gayretinin kendisidir.

Yapılan bu araştırma yetiştirmenin yeni medya içerikleri açısından çalışıp çalışmadığını anlayabilmek açısından önemlidir. Nitekim mesaj sistemleri araç değişse

de birbirine benzer örüntüler taşıyan içerikler ile donatılmıştır düşüncesini doğrulayan yetiştirme ve anaakımlaştırma delilleri araştırmanın sonuçlarından birisi olmuştur. Özellikle mesaj sistemleri açısından benzerliklerin yoğunluğu aslında alternatif olarak kendisini gösteren dijital yayın platformlarının aslında öyle olmadığını düşündürebilir. Platformların mevcudiyetlerini hali hazırda var olan güç-iktidar ilişkilerinden aldığını söylemek mümkündür.

Çalışmanın temel amacı “web tabanlı dijital platformlardan BluTv, Netflix ve PrimeVideo örneğinde belirlenen mesaj sistemlerinin insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamalarına olan katkısını ortaya koymaktır” şeklinde belirlenmiştir. Çalışma George Gerbner’in geliştirdiği Yetiştirme Kuramının orijinal önerme ve kurallarına bire bir uyularak gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda izleme sürelerinin kesme işlemi, az, orta, çok izleme ayrımı, mesaj sistem çözümlemesi yapılması gibi özellikler ilk elde söylenebilir. Bu çerçevede mesaj sistemlerine dönük çözümlemeyle yetiştirme ve anaakımlaştırma çözümlemeleri yapılmıştır. Ayrıca bağlama uygun olduğundan Paul M. Hirsch’ün eleştirileri çerçevesinde testler ortaya konmuştur.

Mesaj sistem çözümlemesi bakımından değerlendirildiğinde BluTv, Netflix ve PrimeVideo’nun yetiştirme kuramının doğasına uygun bir şekilde belli egemen değerleri ektiği söylenebilir. Buna göre platformlarda ele alınan diziler (15 adet) genel olarak ciddi tonda (12 adet) gösterilmiştir. Dizilerdeki olaylar genel olarak Türkiye ve ABD’de (8 adet) şimdiki zamanda (8 Adet) yaşanmaktadır. Olaylar şehir-metropol (12 Adet) ağırlıklı gerçekleşmektedir. Dizilerde işlenen konular yasa ve adalet uygulayıcıları (10 adet), cinsiyetler arası yakın ilişkiler: dostluk, düşmanlık, aşk, sex vb. (15 Adet), aile ve aile ilişkileri (11 Adet), silahlı kuvvetler (8 Adet), ailenin önemi (8 Adet), ölüm ya da ölmek (9 Adet), fiziki hastalıklar: yaralanma, silahla vurulma gibi tedavi gerektiren durumlar (10 Adet) ekseninde hikâyeleştirilmiştir.

Dizilerde yer alan 73 ana karakterin 48’i erkek, 25’i kadın olarak gösterilmiştir. İncelenen platformların hepsinde erkek ana karakterlerin kadın ana karakterlerden daha fazla olduğu saptanmıştır. Tüm platformlar baz alındığında erkek ana karakterlerin dizilerin incelenen bölümlerinde 19633, kadın ana karakterlerin ise 11063 kez gösterildiği sonucu elde edilmiştir. Bu bakımdan dijital yayın platformlarının dünyasının çarpıtılmış ve abartılmış bir gerçeklik sunduğu anlaşılmıştır. Benzer çarpıklığın yardımcı karakterler açısından da yansıtıldığı görülmektedir. 99 yardımcı karakterin 59’unun erkek, 40’inin

kadın olduğu bulgulanmıştır. Ele alınan platformların hepsinde erkek yardımcı karakterler yüzde 20 daha fazla gösterilmiştir.

Diziler özelinde mesaj sistemleri çözümlenen dizilerde şiddet yoğun bir içerik sunulduğu saptanmıştır. Nitekim incelenen 15 dizinin 13'ünde şiddet sahnelerine yer verilmiştir. Bu kapsamda toplam 177 şiddet sahnesi gösterilmiştir. Şiddet unsurları ve olayları ise tüm platformlarda toplam 2800 adet gösterilmiştir. Ele alınan platformlarda her 15 saatin en az 1 saati şiddet sahnesi gösterimiyle doldurulmuştur. Güç dağılımını ve gücün kimde olduğunu belirten sembolik mesajlar şiddet açısından çözümlenmiştir. Şiddet uygulayanların cinsiyetine bakıldığında 177 sahnenin 97'sinde erkekler şiddetin uygulayıcısı olarak gösterilmiştir. Benzer bir şekilde şiddete uğrayanların büyük çoğunluğunun da erkek karakterler olduğu saptanmıştır (112 sahne). Tüm bu bulgular kapsamında dizilerde şiddet yoğunluklu bir sembolik dünyanın mesaj sistemlerinin yer aldığı anlaşılmıştır.

Yapılan mesaj sistem çözümlmeleri sonucunda elde edilen veriler ışığında ortaya konan 18 yetiştirme hipotezinin 2 tanesinde yetiştirme rolünün olduğu saptanmıştır. Bu bakımdan BluTv, Netflix ve PrimeVideo örneğinde dijital yayın platformlarının gençler üzerinde yetiştirme rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Nitekim yetiştirme kuramı bir bütün olarak değil soru bazında değerlendirmeye açık bir kuramdır. Bu kuram televizyonun (dijital yayın platformları açısından) insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamalarına katkısı olduğunu ortaya koymaktadır. Yani tümünden bir belirlemenin olduğunu ima etmemektedir. Bu anlamda yetiştirme testlerinin 2 tanesinin anlamlı çıkması belirtilen katkıya denk düşmektedir. Dijital yayın platformlarının insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamalarına katkı veren iki yetiştirme testi: “*Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir*” ve “*Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hâlâ önemini korumaktadır*” şeklinde saptanmıştır.

Mesaj sistem çözümlmelerinden elde edilen yetiştirme çözümlmesi sorularına anaakımlaştırma testleri uygulanmıştır. Buna göre cinsiyet, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, fakülte ve yaş kategorilerinde testler yapılmıştır. Bunun sonucunda 15 test anlamlı çıkmıştır. İlginç olan ortalaması alındığında her bir kategoriye 3 anlamlı test düşebileceğinden anlamlı sonuç veren anaakımlaştırma testlerinin yine anlamlı sonuç veren yetiştirme testlerinden (2) çok çıktığı görülmektedir.

Bu sonuçlardan hareketle bir noktaya dikkat çekilebilir. Yetiştirme Kuramının dijital yayın platformları üzerinde çok yoğun bir biçimde ele alınmadığı göz ardı edilmemelidir. Yeni yapılacak yetiştirme araştırmalarının televizyon ile etkileşimli bir şekilde hazırlanacak mesaj sistem çözümlemesinden hareketle yapılması uygun olacaktır.

Ele alınan grubun demografik özellikleri ortaya çıkarılırken bazı önemli ayrımlara ulaşılamamıştır. Bu noktada katılımcıların siyasi tutumların, protest bir tutumunun olup olmadığı, cinsel yönelimleri, ailesinin dünya görüşleri vb. gibi bazı kritik farklılıklar daha net bir şekilde ortaya çıkarılırsa kuram açısından daha detaylı yetiştirme rollerini saptamak muhtemeldir.

Yetiştirme çözümlemelerinin küresel ortak imajlar üzerinde yapılması gerekliliği vardır. Bunula birlikte yerel anlamda ülkelerin içsel dinamikleri göz önünde bulundurularak da yetiştirme araştırmaları gerçekleştirmelidir. Nitekim bazı yetiştirme testlerinin Gaziantep Üniversitesi öğrencileri özelinde anlamlı ilişki vermemesinin sebebinin bölgenin kendi dinamiği ve yaşam pratikleri ile ilişkili olduğu düşünülebilir. Gaziantep Üniversitesi öğrencileri genel olarak Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinden gelmektedir. Bu bölgeler Türkiye'nin şiddet yoğun bölgeleri olarak görülmektedir. Katılımcıların dünyayı tehlikeli bir yer olarak görmemelerinin nedeni şiddetin onlar açısından kanıksanmış olması olabilir. Bu durum şiddete ilişkin yapılan testlerin anlamsız çıkmasının nedenlerinden olabilir.

Bu araştırma özelinde bazı eksiklikler olabilir. Ancak çalışma dijital yayın platformlarını incelemesi açısından özgün bir çalışmadır. Yetiştirme kuramı açısından en önemli çözümlemelerden olan mesaj sistem çözümlemelerinin kuramın geleneksel önerileri doğrultusunda yapılmış olması kuramın temelini sarsmadan dijital yayın içeriklerini anlayabilmek açısından önemlidir.

Genel anlamıyla bakıldığında dijital yayın platformları artık, yetiştirme işini yapmaktadır. Çocuklar bu platformların dünyasında doğmaktadır denilebilir. Ayrıca çalışmanın genel varsayımının doğrulandığı görülmektedir. Günlük yaşamın önemli bir bölümünde yaşam, insan ilişkileri ve değer yargıları hakkında belirgin mesajlar sunan web tabanlı dijital yayın platformlarının, belirli kesimlerin çıkarları doğrultusunda işleyen kurumsal süreçlerden geçerek belirlenen mesaj sistemlerinin izlenme süresi arttıkça izleyenlerin değer yargılarının dijital yayın platformlarının bütünsel, ideolojik, kültürel içeriği yönünde olduğu saptanmıştır.

7.1 Gerbner-Hirsch Karşıtlığı Çerçevesinde Kurama Bir Katkı

Kuramın en yoğun eleştirilerinden birini yapan Hirsch'ün önerileri ve eleştirileri bakımından gerçekleştirilen çözümlemeler kurama katkı vermiştir. Hirsch, temelde yetiştirmenin önermelerinin sorgusuzca kabul edilmesinin yanlışlığından söz etmektedir. Hirsch, Gerbner ve arkadaşları tarafından ortaya konan kodlamaların keyfi olduğunu söylemektedir. Gerbner ve arkadaşları araştırmalarına 6 kodlayıcı ile başlamış daha sonra bu sayı 12'ye en sonunda da 18'e çıkarılmıştır. Dolayısıyla burada ortalama alındığından kodlayıcı değerinin içeriğe yansması büyük ölçüde engellenmektedir. Tez çalışmasında da gerçekleştirilen mesaj sistem çözümlemesinde kodlayıcı bazı görüntüleri on farklı kişiye göstererek aynı kodlamanın yapıldığını fark etmiştir. Ayrıca konuyla ilgili daha önce araştırmalar yapması itibarıyla deneyimi bulunan tez danışmanının görüşlerine başvurarak çözümlemeyi gerçekleştirmiştir. Sonuçta çok fazla olmasa da araştırmada yetiştirme deliline ulaşılmıştır. Bu da mesaj sistem çözümlemesinin doğru ve nesnel olduğuna ilişkin bir kabulü gerektirebilir.

Öte yandan Hirsch, hiç izlemeyenler ile aşırı izleyenlerin analize katıldığında sonuçların değişeceğini ima etmiş ve yetiştirme testlerinin anlamlı çıkma oranından daha fazla olacağını sezdirmiştir. Dolayısıyla Gerbner ve arkadaşlarının yaptığına sahte bir yetiştirme rolünü ortaya koymanın ötesinde bir amaç taşımadığını ileri sürmüştür. Hatta ona göre izlemeye ilişkin kesmeler doğru bir biçimde gerçekleştirilirse yetiştirme rolü ya hiç ortaya çıkmayacaktır ya da rastlantısal olarak ortaya çıkmış bir yetiştirmeden daha fazlası olmayacaktır. Bu eleştiriler doğrultusunda az, orta ve çok izleyicilere ilişkin yeni tanımlamalar ve yeni kategoriler geliştirilerek yetiştirme çözümlemeleri yapılmıştır.

Çalışmada Gerbner'ın mı yoksa Hirsch'ün mü düşüncelerinin doğru olduğunu ortaya koyma amacıyla yeni testler gerçekleştirilmiştir. Buna göre çözümlemelerde hiç izlemeyenlerle aşırı izleyenler bir grup geriye kalanlar da bir diğer grup yapılarak karşılaştırması gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu çözümlemelere bakıldığında Gerbner ve arkadaşlarının önermesi üzerine yapılan yetiştirme testlerinde 2 *anlamlı* sonuç çıkarken, Hirsch'ün eleştirileri kapsamında yapılan kesme işlemi ve izleme kategorisine göre yapılan yetiştirme testlerinden 5'i *anlamlı* çıkmıştır.

Hirsch'ün eleştirileri içerisinde hiç televizyon izlemeyenlerin tehlikeli dünya algılamalarının, dışlanma vb. korkular dolayısıyla diğer izleyici gruplarına göre daha yüksek olduğuna ilişkin görüş de bulunmaktadır. Bu noktada dünya algılamaları üzerinde

izlemeye bağılı yetiştirme düzeyinin hiç izlemeyenler dahil edildiğinde düşük olması ya da hiç yetiştirme rolü vermemesi beklenebilir. Söz konusu eleştiriye dayanarak yapılan yeni bir gruplaştırmaya göre hiç izlemeyenler birinci, izleyenler ise ikinci kategoriyi oluşturmuştur. Buna göre Hirsch'ün görüşlerine uyan grubu temel alan testlerin anlamlılık sayısı geleneksel yetiştirme çözümlemesine göre daha fazla çıkmıştır. Gerbner ve arkadaşlarının önerileri kapsamında hazırlanan az, orta ve çok izleyici grubuna yönelik yapılan yetiştirme testlerinde 2 test anlamlı çıkarken. Hirsch eleştirileri doğrultusunda hazırlanan hiç izlemeyen ve izleyen gruba yönelik yapılan yetiştirme testlerinden 5'inde anlamlı sonuca ulaşılmıştır. Bu testler de Gerbner ve arkadaşlarının haklı ve doğru olduğunu ortaya koymuştur.

Üç farklı kesme işlemine göre elde edilen sonuçları şu şekilde maddeleştirmek mümkündür:

1. Hiç izlemeyenlerin dahil edildiği kategori (Hiç izlemeyenler az grubunda yer almıştır) (5 ifadede yetiştirme delili bulunmuştur).
2. Hiç izlemeyenler (0 dk) ile izleyenler (10-180 dk arası) kategorisi (5 ifadede yetiştirme delili bulunmuştur).
3. Hiç izlemeyenler (0 dk) ile aşırı izleyenler grubunun (181 dk ve üzeri) tek bir grup olduğu ve geri kalanların izleyenler (10 dk 180 dk) grubu olduğu kategori (4 ifadede yetiştirme delili bulunmuştur).

Kuşkusuz bu sonuçlar 3 açıdan da Gerbner ve arkadaşlarının düşüncelerini doğrulamaktadır. Bu bakımdan yetiştirme delillerinin sahte olduğu, abartıldığı yönünde yapılan eleştirilere bir destek bulunamamıştır. Aşırı izleyenler ve hiç izlemeyenlerin dahil edildiğinde yetiştirme etkisinin yok olacağı iddiasının yerine aşırı izleyenlerin ve hiç izlemeyenlerin dahil edildiği yetiştirme çözümlemelerinde yetiştirme rolünün daha fazla çıktığı bu araştırma noktasında ortaya konmuştur.

Son dönemde yapılan çalışmalara bakıldığında yetiştirme çözümlemelerinin sosyal medya uygulamaları ve dijital yayın platformlarında yapılma ihtiyacı iletişim kuramları açısından artmaktadır. Nitekim Yetiştirme Kuramı daha önce de belirtildiği üzere en çok başvuru alan iletişim kuramlarından bir tanesidir. Yeni medya dünyasının ve sosyal medya dünyasının oluşturduğu bir kültürden yetiştirme rolü bakımından söz etmek ilerleyen yıllarda daha çok gerekli olacaktır. Bunun başlıca sebebi sosyal medya ve dijital yayın platformlarının geleneksel televizyondan daha çok tercih edildiği ve güç ilişkilerini (gücün dağıtım biçimlerini) değiştirmese de kullanım pratikleri anlamında televizyondan

daha çok tercih edilme ihtimali bulunmasıdır. Özellikle yeni kuşaklar adına böyle bir iddia da bulunmak gerçeklikten uzak değildir. Ancak bu durum televizyonun kültürel işlevlerini kaybettiği gibi bir anlam taşımamalıdır. Çünkü televizyon hâlâ enformasyonun en iyi dağıtıcı konumundadır. Televizyon haberleri ya da program içerikleri ister sanal ortamlarda isterse bireysel iletişimde olsun ana gündem konularını belirlemektedir. Ayrıca televizyon kendini çağın ilerisine taşıyabilecek bir tarihselliği barındırmaktadır. Dijital olanı ya da sanal olanı dışlamak yerine tüm yeni teknolojilere ayak uydurabilme kabiliyetine sahip olması da başka bir ayrıcalıklı özelliğidir. İnternetin televizyonlara entegrasyonu, akıllı televizyonlar aracılığıyla kişisel deneyimlerin sunulabilmesi, oyun oynatabilme özelliği vb. onlarca teknik ve işlevsel özellik geleneksel televizyonu değiştirmektedir.

Sonuçta bu çalışma yetiştirme kuramını temel alarak mesaj sistem çözümlemesi web tabanlı dijital yayın platformları çerçevesinde gerçekleştirilmiş ve buradan hareketle yapılan çözümlemelerde iki yetiştirme ile on beş anaakımlaştırma testi yetiştirme delili sunmuştur. Bir başka deyişle günümüzde yetiştirme kuramının önermelerinin dijital platformlar bakımından gerçekleştirilen bu araştırma kapsamında kanıtlandığı söylenebilir. Böylece dijital yayın platformları bir hikâye anlatıcı olarak bükme, harmanlama ve bulanıklaştırma işlevi ve görevini yerine getirmiştir. Türkiye’de dijital yayın platformlarının dünyası şiddet yoğun, erkek egemen bir toplum yapısı, ailenin önemli olduğuna ilişkin bir içeriğe sahip olmuş¹³, az ve çok izleyiciler arasında farklılıklar olduğu ortaya çıkmış, yetiştirme farkıyla rastlantısal olarak izlenen platformlardaki içeriğin insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırması ve dünya algılamasına etki ve katkısı olduğu ortaya çıkmıştır.

7.2 Öneriler

Bu araştırma sonucunda OTT platformlarının izlenme biçimleri ve az, çok izleyici gruplarının doğru tanımlanma ihtiyacı görülmüştür. Yapılacak yeni araştırmalarda az, orta ve çok izleyici kategorilerinin belirlenmesi hususunda yeni tanımlamalar yapılması gerekebilir. Yetiştirme rollerinin ve dünyayı algılayış biçimlerinin daha iyi anlaşılabilmesi

¹³ Televizyon dünyasına ilişkin yetiştirme kuramı çerçevesinde yapılan mesaj sistem çözümlemeleri bulguları (Batmaz ve Aksoy, 1995; Çelik,2019; Özer,2003 ve 2005; Özer ve Gerasimova, 2010) ile bu çalışmada dijital yayın platformlarının dünyasına dönük yapılan çözümleme bulguları arasında büyük benzerlikler görülmüştür.

adına yeni uygulamalar ve araçlar üzerinde benzer araştırmalar tekrar edilmelidir. Araştırmacılar izleme düzeylerini kategorileştirmek amacıyla izleme sürelerini elde ederken daha hassas yanıtlar almalıdır. Süreleri belirleme ve kesme işlemi yetiştirme kuramı açısından büyük önem taşımaktadır, bu nedenle gerek resmi gerek özel kuruluşlar belirli dönemlerde ortalama izleme sürelerini saptamalıdır. Böylece araştırmacılar elde ettikleri veriler ile genel geçer izleme rutinlerini karşılaştırma şansı bulacaktır. Dijital yayın platformları özelinde konu ele alınacaksa toplu izleme ve izleme rutinlerine ilişkin özellikler hassasiyetle ele alınmalıdır.

Araştırma kapsamında mesaj sistemlerinden elde edilen bazı yetiştirme soruları bazı kaygılar nedeniyle kullanıcılara yöneltilmemiştir. Yeni yapılacak çalışmalarda tüm mesaj sistem çıktılarına ilişkin soruların yönlendirilebileceği farklı bölge ve özelliklere sahip çalışma grupları tercih edilmelidir. Özer'in doktora tez çalışmasında ifade ettiği gibi yetiştirme çalışmaları başlangıcından beri tümüyle reddedilememiştir. Ancak tümüyle kabul de görmemiştir. Bu nedenle kitlelerin tutum ve görüşlerinin oluşmasında medyanın az ya da çok yetiştirme rolü olduğu gerçeği kabul edilmelidir. Bu açıdan yetiştirme kuramı çalışmalarının yapılmasına devam edilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Dijital yayın platformlarını izlemeyle birlikte yetişen bazı algılama biçimleri kişilerin sosyal yaşamındaki tutum ve tavırlarını etkileyebilir. Bu araştırmada elde edilen bulgular kapsamında anlaşılmaktadır ki öğrencilerin dünya algılamaları birbirine bağlı faktörlerden (psikolojik, sosyolojik, siyasal vb. ve medya izleme biçimleri) etkilenmektedir. Bu nedenle şiddet, cinsiyetlerin temsili ve konumlanış biçimleri, acımasız dünya algıları, büyük şehirlere yönelik korku, tehdit algılamaları ve toplumsal huzur noktasındaki düşünceleri gibi konulara ilişkin yapılan çözümlemelerde çok yüksek oranda olumsuz ve umutsuz bir portre görünmektedir. Her ne kadar ifadeler doğrudan dijital yayın platformlarını izlemeyle ilgili anlamlı ilişki vermese de medya mesajlarının toplumun tüm kesimleri tarafından tüketildiği gerçeğine dayanarak bu düşüncelerin oluşmasında bir noktada medyalar aracılığıyla anlatılan hikâyelerin rolünün olduğu düşünülebilir. Ayrıca enformasyonun dağıtım kaynağı çok yüksek oranda kitle iletişim araçları olarak görünmektedir. Bu problemi çözebilmek adına medya okuryazarlığı konusunda toplumun tüm kesimlerine doğru bir eğitim verilmesi ihtiyacı vardır. Dijital yayın platformlarının içerikleri kişisel bazı süzgeçlerden geçirilerek tüketilmelidir. Ayrıca izleme için ayrılan süreler kontrol altında tutulmalıdır. Bu kontrolün sağlıklı yürütülebilmesi açısından resmî kurumların bazı denetim mekanizmaları kişisel

özgürlüklere müdahale etmeden aktifleştirilmelidir. İzleyiciler kendi öz deneyimlerinin gerçekliği ile kurgusal hikâyelerin gerçekliğinin ve dünyasının farkında olmalıdır. İletişim alanında eleştirel bir bakış açısını kazandıracak eğitimler yoluyla kamu refahını, toplum yararını ön planda tutan uzmanlar yetiştirilmelidir.

Tüm bu çözüm önerileri ilk bakışta anlamlı olsa da uygulanabilirliği açısından çok büyük zorlukların varlığı unutulmamalıdır. Nitekim piyasanın ve endüstrinin içerisinde var olmaya ve güçlü kalmaya çalışan kurumlar bu hassasiyetleri göz ardı etmekten çekinmemektedir. Ayrıca ulusal düzeyde toplu bir hareketin başlaması bile tek başına anlam ifade etmeyebilir. Çünkü onlarca yıldır oluşturulmuş bu yapının, sermaye sahipleri ve güç odaklarının yararına işlevselliğini kaybetmemesi adına düzenlemelere ve önerilere kökleşmiş olan sistem dolaylı ya da doğrudan bir biçimde karşı çıkacaktır. Bu yüzden temelde toplumun güçlü olabileceği bir ortam yaratılmalıdır. Nitekim ekonomik, sosyolojik ve psikolojik sıkıntılar yaşayan bireyler güçlü değildirler ve kendilerini savunmaktan acizdirler. Türkiye ve benzeri ülkelerde yaşanan sosyoekonomik zorluklar ya da jeopolitiğinden kaynaklı istikrarsızlıklar toplumun güçlenmesinin önünde engel olarak durmaktadır. Siyasal çekişmeler ve kişisel hırsların kamu yararının çok daha ötesinde bir ülkü olduğu toplumların sağlam bir zihinle eğitilmesi ve sorunlara bireysel çözümler getirebilmesi pek mümkün görünmemektedir. Bir diğer yandan basın özgürlüğü, ifade özgürlüğü ve demokrasinin getirdiği adalet ve eşitlik olguları bir siyasal söylemden öte ülke politikası haline getirilmelidir. Adaletin ve eşitliğin gerçek anlamlarıyla yaşanabilmesi tüm kurum ve kuruluşları daha üretken hale getirecektir. Böylece onlarca içerik üreten kitle iletişim araçlarının programları ve mesajları daha akılcı ve toplumun beklentileri doğrultusunda daha yararlı hale gelecektir. Böylece endüstrinin çıkarları doğrultusunda sunulan mesaj sistemlerinin içerisindeki çarpıtılmış gerçeklikler ve medya dünyasının yetiştirdiği dersler karşısında bireyler daha akılcı hareket imkânı bulabilecektir.

Gelecek çalışmalarda geleneksel yetiştirme kuramı yöntemlerinin yeni araştırma denemelerinin yapılabileceği bu tez kapsamında gösterilmiştir. Nitekim birçok sosyal medya uygulaması, yüzlerce mesaj sistemini insanların ceplerinde taşıyabilecek formlarda kitlelere ulaştırmaktadır. Yeni teknolojiler ve bu teknolojilere bağlı uygulama ve yazılımlar toplumun gerçeklikleri, gücün ve otoritenin dağıtılması hususunda temel düzenleyici unsurlardan olmak yolunda ilerlemektedir. Bu nedenle geleneksel iletişim kuramlarının bu gelişmeleri takip edebilmesi ve temellerini, varsayımlarını bu yeni

iletişim düzenine uyarlayabilmesi önem taşımaktadır. Böylece geleneksel kuramların yapıları da yeni medya gelişmelerine göre kendisini güncelleme imkânı bulacaktır.



KAYNAKÇA

- Abbas, O. L., ve Karadavut, U. (2017). Analysis of the factors affecting men's attitudes toward cosmetic surgery: Body image, media exposure, social network use, masculine gender role stress and religious attitudes. *Aesthetic plastic surgery*, 41(6), 1454-1462.
- Akyol, O. (2006). İnternet Üzerinden Televizyon Yayıncılığı ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Anyiwo, N., Ward, L. M., Day Fletcher, K., & Rowley, S. (2018). Black Adolescents' Television Usage and Endorsement of Mainstream Gender Roles and the Strong Black Woman Schema. *Journal of Black Psychology*, 44(4), 371-397. <https://doi.org/10.1177/0095798418771818>
- Atabek, Ü. (2001). İletişim ve Teknoloji. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Aziz, A. (1981). Radyo ve Televizyona Giriş. Baskı, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Bagdikian H. B. (2000). The Media Monopoly, Beacon Press.
- Barış, A.M. (2018). Çocuk Televizyon Kanallarında Tüketimci Kimliğin İnşası (Gaziantep Örneğinde Bir Yetiştirme Çözümlemesi), Yayınlanmamış Doktora Tezi, T.C Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Tv Sinema Anabilim Dalı, İletişim Bilimleri bilim dalı, İstanbul.
- Batmaz V. (2014). Medyaya Karşı (Der. Michael Morgan), George Gerbner'in İletişim Teorisine, Araştırmaya ve Toplumsal Eyleme Katkıları Üzerine (çev.: Güneş Ayas), 9-40, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayraktar, R. (2020). İyileştirme Kuramı Bağlamında Geleneksel Tv'den Iptv'ye Dönüşen İzleyici Tercihleri: Literatür Üzerine Teorik Bir İnceleme. *Atatürk İletişim Dergisi*, (19), 79-93.
- Binark M. ve Löker K. (2011). Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi, Ankara: Uzerler Matbaası.
- Binark, M. (2014). Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem Teknikleri, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Blank, D. M. (1977). The Gerbner violence profile. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 21(3), 273-279.

- Bryant, J., ve Cummins, R. G. (2007). Traditions of Mass Media Theory and Research. In R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen, & J. Bryant (Eds.), Mass media effects research: Advances through meta-analysis (pp. 1–13). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Bryant, J. & Miron, D. (2004). Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*, 54, 662--704. doi: 10.1111/j.1460-2466.2004.tb02650.x
- Carveth, R., ve Alexander, A. (1985). Soap opera viewing motivations and the cultivation process. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29, 259–273. doi:10.1080/08838158509386584
- Castellano, M., & Meimaridis, M. (2021). A “televisão do futuro”? Netflix, qualidade e neofilia no debate sobre TV. *Matrizes*, 15(1), 195-222. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i1p195-222>
- Castells, M., (2005). Enformasyon Çağı I: Ekonomi, Kültür ve Ağ Toplumunun Yükselişi, Çev.: Ebru Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Corcoran F. (1984), Television as ideological apparatus: The power and the pleasure, critical studies in mass communication, 1: 131-145.
- Çelik, H.C. (2019). “Şiddet, Genel Yaşam, Kişilik Özellikleri ve Yaş Bakımından Televizyonun Yetiştirme Rolü”, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çınar, I., Çınar, M. S., ve Bilge, H. Ş., (2014). Etkileşimli Televizyon: IPTV. . Akademik Bilişim Konferansı (pp.331-340). Mersin, Turkey
- De Silva, K.B.N., (2023). The Relationship between Media Consumption and Fear of Crime: A Comprehensive Review (April 23). *JIB Journal.*, 11(1), 56–62, 2023. Doi: 10.34050/jib.v11i1.26280, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4430574>
- Doob, A. N., ve Macdonald, G. E. (1979). Television viewing and fear of victimization: Is the relationship causal? *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 170–179. doi:10.1037/0022-3514.37.2.170
- Doruk, Ö., ve Ünalın, D., (2014). Cultivation Theory: A New Research in the Case of Eskişehir, Turkey. The George Gerbner Conference on Communication, Conflict and Aggression (pp.43-62). Budapest, Hungary

- Enli, G. ve Syvertsen, T. (2016). The End of Television—Again! How TV Is Still Influenced by Cultural Factors in the Age of Digital Intermediaries. *Media and Communication*, 4 (3), 142-153.
- Ercan, E., ve Demir, F. (2015). Yetiştirme Kuramı: Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesinde Yapılan Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(1), 127-144. <https://doi.org/10.19145/guifd.10613>
- Eyrek, A. (2022). Ekran Karşısında Geçen Zaman: Televizyon İzlemenin McDonalddlaşması- Aşırı İzleme. *Fenerbahçe Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi* 2022;2(1), 83-96.
- Garratt, G. R. M., ve Mumford, A. H. (1952). The history of television. *Proceedings of the IEE-Part IIIA: Television*, 99(17), 25-40.
- Geray, H. K., (2006). Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş İletişim Alanından Örneklerle. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gerbner, G. (1956). Toward a General Model of Communication. *Audio Visual Communication Review*, 4(3), 171-199.
- Gerbner, G. (1961). Psychology, psychiatry and mental illness in the mass media: A study of trends 1900–1959. *Mental Hygiene*, 45, 89–93.
- Gerbner, G. (1966). Education about education by mass media. *The Educational Forum*, 31, 7–15.
- Gerbner, G. (1967). *Mass Media and Human Communication Theory*. (Editor), Frank E. X. Dance. *Human Communication Theory: Original Essays*, New York: Hot, Rinehart & Winston, s. 40-60.
- Gerbner, G. (1969). Institutional Pressures upon Mass Communicators. *The Sociological Review*, 13, 205–248.
- Gerbner, G. (1969a). Toward 'Cultural Indicators': The analysis of mass mediated message systems. *AV Communication Review*, 17(2), 137-148. Also in G. Gerbner, O.R. Holsti, K. Krippendorff, W.J. Paisley, & P.J. Stone (Eds.), (1969). *The analysis of communication content: Developments in scientific theories and computer techniques* (pp. 123-132). New York: John Wiley.
- Gerbner, G. (1970). Cultural indicators: The case of violence in television drama. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 388, 69-81.
- Gerbner, G. (1972). Teacher Image and the Hidden Curriculum. *THA American Scholar*, 42(1), 66-92.

- Gerbner, G. (1972a). The Structure and Process of Television Program Content Regulation in the United States içinde Television and Social Behavior: Reports and Papers, Volume I: Media Content and Control Ed. George A. Comstock and Eli A. Rubinstein, U.S. Department of Health, Education, and Welfare, 386-414
- Gerbner, G. (1977). Comparative cultural indicators. In G. Gerbner (Ed.), Mass media policies in changing cultures (pp. 199-205). New York: John Wiley.
- Gerbner, G., (1977a). Television: The new state religion? et cetera, 34(2), 145-150.
- Gerbner, G. (1980). Death in Prime Time: Notes on the Symbolic Functions of Dying in the Mass Media. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 447(1), 64–70.
- Gerbner, G., (1981). Television: The Mainstreaming of America. Business & the Media: 12-15.
- Gerbner, G., (1984). Political functions of television viewing: A cultivation analysis. In G. Melischek, K.E. Rosengren, & J. Stappers (Eds.), Cultural indicators: An international symposium (pp. 329-343). Vienna, Austria: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Gerbner, G., (1986). The symbolic context of action and communication içinde R. L. Rosnow ve M. Georgoudi (Eds.), “Contextualism and understanding in behavioral science”, New York: Praeger, 251-268.
- Gerbner, G., (1987). Television's populist brew: Thethree Bs. et cetera, 44(1), 3-7.
- Gerbner, G., (1988). Telling stories in the informationage. İçinde B.D. Rubin (Ed.) Information and behavior”, New Brunswick, NJ: Transaction Books, 3-12.
- Gerbner, G. (1990). Epilogue: Advancing on the path of righteousness (maybe). İçinde N. Signorelli & M. Morgan (Eds.), Cultivation analysis: New directions in media effects research, Newbury Park, CA: Sage, 249-262.
- Gerbner, G., (1992). Violence and terror in and by the media. In M. Raboy ve B. Dagenais (Eds.), Media, crisis and democracy, London: Sage, 94-107.
- Gerbner, G. (1994). Reclaiming Our Cultural Mythology Television's global marketing strategy creates a damaging and alienated window on the world.
<https://www.context.org/iclib/ic38/gerbner/>
- Gerbner, G. (1995). Casting And Fate: Women and Minorities on Television Drama, Game Shows, and News. In Ed Hollander, Coenvan der Linden, and Paul Rutten

- (Eds.), *Communication, Culture and Community*. The Netherlands: Bohn Staf leuvan Loghum, 125-135.
- Gerbner, G. (1996). "The Hidden Side of Television Violence", içinde *Invisible Crisis*, Ed. Herbert Schiller vd., Colorado Westview Press: 27-34.
- Gerbner, G. (1996a). Foreword: Invasion of the Story Sellers, in R.F. Fox *Harvesting Minds: How TV Commercials Control Kids*. Westport, CT: Praeger, ix-xiii.
- Gerbner, G. (1998). The stories we tell, *Kültür ve İletişim*, 1(1), 17-30.
- Gerbner, G. (1998a). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication & Society*, 1(3/4), 175-194.
- Gerbner, G., (2001). Who is telling all the stories? *Papazisiz SA Publications Vol. 1 (1)*: 5- 8
- Gerbner, G. (2002). Stories of Violence and the Public Interest. This is an article from a collection of writings that were presented at a colloquium on the consequences of marketing televisual product sentitled, April 19, 125-134
- Gerbner, G. (2002a). Advancing on the Path of Righteousness. Against the Mainstream. Ed. Michael Morgan. Peter Lang Publishing, Inc., New York. PP 214-224
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., ve Signorielli, N. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 17-41). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Gerbner, G. ve Morgan M. (2002). *Against the mainstream: The Selected Works of George Gerbner*. NewYork, Lang.
- Gerbner G., Gross, L., Morgan, M., Signorelli, N. ve Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes, Bryant J, Zillmann D, editors. *Media effects: Advances in theory and research*. New York: Routledge Press, 43-68
- Gerbner, G., Gross L. G. ve Melody W.H., (1973). *Cultural Indicators: The Third Voice*, Bölüm 36, (555 -573), New York: John Wiley & Sons Press.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1981). A Curious Journey into the Scary World of Paul Hirsch. *Communication Research*, 8(1), 39-72. <https://doi.org/10.1177/009365028100800102>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1981b). Final reply to Hirsch. *Communication Research*, 8, 259–280. doi:10.1177/009365028100800301

- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., ve Signorelli, N. (1982). Charting the mainstream: Television's contribution stopolitical orientations. *Journal of Communication*, 32(2), 100-127.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., ve Signorielli, N. (1980). The “mainstreaming” of America: Violence Profile Number 11. *Journal of communication*, 30(3), 10-29.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., & Morgan, M. (1986). Television's mean world: Violence profile, No. 14-15. University of Pennsylvania, Annenberg School of Communications. RM Liebert and J. Sprafkin, *The Early Window* 3rd ed. Pergamon.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., Morgan, M., & Jackson-Beeck, M. (1979). The demonstration of power: Violence profile no. 10. *Journal of communication*, 29(3), 177-196.
- Gerbner, G., Gross, L., (1976). “Living With Television: The Violence Profile”, *Journal of Communication*, 26, 172–194B
- Gerbner G., Gross, L., Morgan M. ve Signorelli N. (1986). Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process, (1-46), In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on Media Effects*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Press.
- Gerbner, G., Morgan M. and Signorielli N. (1999). Profiling Television Violence. In Kaarle Nordenstreng and Michael Griffin (eds.), *International Media Monitoring*. Cresskill, NJ: Hampton Press, 335-365.
- Gerbner, G., Morgan, M., & Signorielli, N. (1993). Television violence profile: The turning point. Manuscript, University of Pennsylvania, Annenberg School of Communications.
- Gerbner, G., ve Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173-199
- Gerbner, G., ve Morgan, M. (2010). The Mean World Syndrome: Media Violence & the Cultivation of Fear. Media Education Foundation documentary transcript [<http://www.mediaed.org/transcripts/Mean-World-Syndrome-Transcript.Pdf>, 19, 2020.
- Gerbner, G.ve Gross L. (1980). “The Violent Face of Television and Its Lessons” içinde *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, Selling*, Ed. Edward L. Palmer and Aimee Dorr, Academic Press, A Subsidiary of Harcourt Brace Jovanovich, Publishers: 149-162.

- Gross, L. (2012). M. Morgan, J. Shanahan, & N. Signorelli (Eds.), *Living with television now: Advances in cultivation theory and research*, New York: Peter Lang, xi–xix.
- Gunter, B., ve Wober, M. (1983). Television viewing and public trust. *British Journal of Social Psychology*, 22(2), 174-176.
- Gürsaka1, N. (2009). *Sosyal Ağ Analizi*. Bursa: Dora Yayınları.
- Hawkins, R. P., ve Pingree, S. (1982). Television’s influence on social reality. *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties*. 2, 224-247.
- Hayes, D. C. (2023). *The Cultivation Effects of Serial and Mass Murder on Homicide Investigators* (Doctoral dissertation, Walden University).
- Hetsroni, A. and Tukachinsky, R. (2006). Television-world estimates, real-world estimates, and television viewing: a new scheme for cultivation. *Journal of Communication*, 56(1), 133-156. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00007.x>
- Hirsch, P. (1980). The “scary world” of the nonviewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al.’s finding of cultivation analysis. *Communication Research*, 7, 403–456. doi:10.1177/009365028000700401.
- Hirsch, P. (1981). On not learning from one's own mistakes: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis. *Communication Research*, 8, 3-37. <https://doi.org/10.4324/9780203426647>
- Hughes, M. (1980). The fruits of cultivation analysis: A reexamination of some effects of television watching. *Public Opinion Quarterly*, 44, 287–302
- Jafarli, K. (2023). *Türk Televizyonlarının Azerbaycan’daki Üniversite Öğrencileri Üzerine Yetiştirme Rolüne İlişkin Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kamhawi, R., ve Weaver, D. (2003). Mass Communication Research Trends from 1980 to 1999. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(1), 7–27. <https://doi.org/10.1177/107769900308000102>
- Karaduman, S. & Acıyan, E. P. (2019). Netflix’in İlk Türk Dizisi “Hakan Muhafız” Üzerine Bir Alımlama Analizi . *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , (32) , 669-687 . DOI: 10.31123/akil.620457

- Katz, E., Blumler, J. G., ve Gurevitch, M. (1973-1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Koçak, A., ve Arun, Ö. (2013). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28. <https://doi.org/10.18094/si.51496>
- Krongard, S., ve Tsay-Vogel, M. (2020). Online original TV series: Examining portrayals of violence in popular binge-watched programs and social reality perceptions. *Psychology of Popular Media*, 9(2), 155–164. <https://doi.org/10.1037/ppm0000224>
- Kuyucu, M. (2021). Geleneksel Televizyon Mecrasının Yaşadığı Dijital Dönüşüm ve Bunun Mecraya Olan Etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 272-291.
- Ladeira, J. D. M. (2019). O Algoritmo E O Fluxo: Netflix, Aprendizado De máquina E Algoritmos De recomendações. *Intexto*, n° 47, agosto de 2019, p. 166-84, doi:10.19132/1807-8583201947.166-184.
- Levy, R. (2021). Social Media, News Consumption, and Polarization: Evidence from a Field Experiment. *American Economic Review*, 111 (3): 831-70. DOI:10.1257/aer.20191777
- Lotz A. D. (2007). *The Television Will Be Revolutionized*. (New York University Press, New York).
- Lotz A. D. (2018). Television in the contemporary media environment. In: *Television: Visual Storytelling and Screen Culture*. Jeremy GB, ed. (Routledge, New York) pp. 34–44.
- Lull, J. (1980). The social uses of television. *Human communication research*, 6(3), 197-209.
- Lull, J. (2021). Living with television and the Internet. *New Media & Society*, 23(7), 1850-1862.
- Manovich L. (2011), *The Language of New Media*, London:The MIT Press.
- Marcuse, H. (1964). *One dimensional man; studies in the ideology of advanced industrial society*. Boston :Beacon Press,
- McCombs, M., ve Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. Retrieved December 29, 2020, from <http://www.jstor.org/stable/2747787>

- Morgan M, Shanahan J. (1997). Two decades of cultivation research: An appraisal and meta-analysis. *Ann Int Commun Assoc J.* 20, 1–45.
- Morgan M., Shanahan J. ve Signorelli N. (2015). Yesterday's New Cultivation, Tomorrow, *Mass Communication and Society*, 18:5, 674-699, doi: 10.1080/15205436.2015.1072725
- Morgan, M. (1995). The critical contribution of George Gerbner. In J. Lent (Ed.), *A different road taken: Profiles in critical communication*, Boulder: Westview, 99-117
- Morgan, M., Shanahan, J., ve Signorelli, N. (2009). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed). New York: Routledge, 34–49.
- Morgan, M., ve Gerbner, G. (2002). *Against the mainstream: The selected works of George Gerbner*. P. Lang.
- Morgan, M., ve Shanahan, J. (1996). Two decades of cultivation research: An appraisal and a meta analysis. In B. Burleson (Ed.), *Communication Year book 20* Thousand Oaks: Sage, 1-45.
- Morgan, M., ve Shanahan, J. (2010), The State of Cultivation, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 337–355.
- Morgül, A. (2011). *Sayısal televizyon tekniği*. Papatya Yayıncılık.
- Murray, J. P., Rubinstein, E. A., ve Comstock, G. A., (1972). *Television and Social Behavior: Reports and Papers* (Vol. 1). National Institute of Mental Health.
- Newcomb, T. M. (1978). Individual and group. *American Behavioral Scientist*, 21(5), 631-650. <https://doi.org/10.1177/000276427802100502> Morgan ve Shanahan (1997)
- Nielsen Company. (2016, January). *The Nielsen total audience report: Q4 2015*. New York: Author.
- Nielsen Company. (2016, September). *The Nielsen total audience report: Q2 2016*. New York: Author.
- Okumuş, M. S. (2022). The effects of Covid-19 pandemic on audience practices in cinema, television, and OTT platforms. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 133-147. doi: 10.46928/iticusbe.1047533

- Oliver, M. B., Bae, K., Ash, E., ve Chung, M. Y. (2012). New developments in analyses of crime and fear. In M. Morgan, J. Shanahan, & N. Signorielli (Eds.), *Living with TV now* (pp. 17–37). New York, NY: Peter Lang Publishing, Inc.
- Onursoy, S., (2019). *Görsel İletişim ve İmge*. Ankara: PEGEM AKADEMİ.
- Özdemir, İ.B (2019). *Kadın Sunumu Örneğinde Televizyonun Yetiştirme Rolü: Üniversite Öğrencileri Bakımından Bir Araştırma*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana bilim Dalı, Konya
- Özer, Ö. (2003). *Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi*, Doktora Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özer, Ö. (2005). *Yetiştirme Kuramı: Televizyonla Yaşamın İdeolojik Kültürel Sonuçlarına Yönelik Yapılan Araştırma*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
- Özer, Ö. (2007). *Medya, Şiddet, Toplum*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özer, Ö., Gerasimova, S. (2010). *Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Türkiye ve Rusya’da Yapılan Araştırma*, Ö. Özer (Ed.), *Medyada Şiddet Kültürü içinde Konya Literatürk Yayınevi*, 323-346.
- Özer, Ö. (2017). *Medyada Şiddet Kullanımı: Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti ve Yetiştirme Kuramı Açısından Bir Değerlendirme*, Marmara İletişim Dergisi, 27, 1-19.
- Özer, Ö. (2020). *Kamular Türkü Söyleyin George Gerbner’in Yetiştirme Kuramı Bakımından Özgün Araştırmalar*, Literatürk Academia: Konya.
- Özer, Ö. (2021) "Yetiştirme Kuramı: Televizyon ve Twitter’ın Yetiştirme Rolüne Yönelik Türkiye’de Yapılan Bir Araştırma" *Global Media Journal TR Edition*, 11(22) Bahar Sayısı
- Özer, Ö. (2021a). *Türkiye’de Yapılan Yetiştirme Kuramı Tezlerinin Bir Değerlendirmesi*. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 19(38), 591-608.
- Özkan, S. (2017). *Gerbner’in kültürel göstergeler kuramı bağlamında televizyon haber içeriklerine ilişkin bir araştırma*. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 129-141.
- Pauley, A. (2021). *The Netflix Effect: Examining the Influence of Contemporary Entertainment Media Consumption Patterns on Political Attitudes and Social Perceptions*. Dissertation, Georgia State University, 2021.

- Perse E.M. (1986). Soap opera viewing patterns of college students and cultivation, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30:2, 175-193, DOI: 10.1080/08838158609386618
- Pervaiz, S. B. (2023). Effects of TV Dramas on Pakistani Culture: A Case Study of Bahria University Islamabad. *Journalism, Politics and Society*, 01(03), 151-169.
- Peters, J.J. (2000). A History of Television by Jean-Jacques Peters (EBU) Contents Preface Highlights Colour television transmission.
- Potter, W. J., ve Riddle, K. (2007). A Content Analysis of the Media Effects Literature. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(1), 90–104. <https://doi.org/10.1177/107769900708400107>
- Potter, W. J. (1986). Perceived reality and the cultivation hypothesis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30, 159–174.
- Potter, W. J. (1991). The relationships between first-and second-order measures of cultivation. *Human Communication Research*, 18(1), 92-113.
- Potter, W. J. (2005). Media Gravitation Theory. International communication Association. Annual Meeting, New York, NY. PP 5-7
- Potter, W. J. (2012). Media Effects. SAGE Publications Inc. <https://www.doi.org/10.4135/9781544308500>
- Potter, W. J., (2022) What Does the Idea of Media Cultivation Mean? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 66:4, 540-564, DOI: 10.1080/08838151.2022.2131788
- Potter, W. J., Chang, I. C. (1990). Television Exposure Measures and the Cultivation Hypothesis. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, V 34. N 3. P317
- Rigel, N. (1991). *Elektronik Rönesans*. İstanbul: Der Yayınları.
- Romer, D., Jamieson, P., Bleakley, A., ve Jamieson, K. H. (2014). Cultivation theory: Its history, current status, and future directions. In R. S. Fortner & P. M. Fackler (Eds.), *The handbook of media and mass communication theory* (pp. 115–136). Malden, MA: John Wiley & Sons.
- Rubin, A. M., Perse, E. M., ve Taylor, D. S. (1988). A methodological examination of cultivation. *Communication Research*, 15(2), 107-134.
- Sargın, B. (2019). “Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Yetiştirme Rolüne İlişkin Bingöl Devlet Hastanesi Personeline Yönelik Yapılan Araştırma”, Yayımlanmamış

- Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Sayımer İ. (2008), Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, İstanbul: Beta Yayınları.
- Shanahan, J., Morgan, M. (1999). Television and its Viewers: Cultivation Theory and Research. Cambridge: Cambridge University Press. Sayfa 25.
- Shrum, L. J., ve Bischak, V. D. (2001). Mainstreaming, resonance and impersonal impact: Testing moderators of the cultivation effect for estimates of crime risk. Human Communication Research, 27(2), 187–215. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2001.tb00780.x>
- Signorielli N., Morgan M. (1990). Cultivation analysis : New directions in media effects research. Sage Publications.
- Signorielli, N. (2003). Prime-time violence 1993-2001: Has the picture really changed? Journal of Broadcasting & Electronic Media, 47(1), 36-57.
- Söğüt, F. (2019). Türkiye’de Analog Yayıncılıktan Sayısal Yayıncılığa Geçiş ve İzleyiciye Olan Etkileri. Dördüncü Kuvvet. 2 (1), 1-14
- Srivastava, H. O. (2002). Interactive TV technology and markets. Artech House.
- Sümer, B. (2002). Dünyada ve Türkiye’de dijital yayıncılık: Türkiye’de dijital televizyon üzerine bir çerçeve arayışı.
- Tamborini, R., Zillmann, D., ve Bryant, J. (1984). Fear and victimization: Exposure to television and perceptions of crime and fear. In R. N. Bostrom & B. H. Westley (Eds.), Communication Yearbook no. 8 (pp. 492–513). Beverly Hills, CA: Sage. Doi:10.1080/23808985.1984.11678587
- Tekinalp, Ş. (2011). Karşılaştırmalı Radyo ve Televizyon. İstanbul: Beta.
- Toffler A. (1992). Yeni Güçler Yeni Şoklar, Çev. Belkıs Çorakçı, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul
- Toğuşlu, C. (2021). Dijital platformlar sonrası izleyici alışkanlıklarının kuşaklara göre değerlendirilmesi (Master's thesis, Işık Üniversitesi).
- Tsay-Vogel, M., Shanahan, J. ve Signorielli, N. (2018). Social media cultivating perceptions of privacy: A 5-year analysis of privacy attitudes and self-disclosure behaviors among Facebook users. New Media & Society. 20. 10.1177/1461444816660731.
- Uricchio, W. (2004). Television’s next generation. Television After TV, 163-182. <https://doi.org/10.1215/9780822386278-009>

- Weaver, J., & Wakshlag, J. (1986). Perceived vulnerability to crime, criminal victimization experience, and television viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 30(2), 141–158. <https://doi.org/10.1080/08838158609386616>
- Williams, D. (2006). Virtual cultivation: online worlds, offline perceptions. *Journal of Communication*, 56(1), 69-87. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00004.x>
- Williams, R. (2004). *Television: Technology and Cultural Form*. Routledge.
- Wober, J. M., ve Bryant, J. (1986). The lens of television and the prism of personality. *Perspectives on media effects*, 205-231.
- Wober, M., ve Gunter, B. (1982). Television and personal threat: Fact or artifact? A British survey. *British Journal of Social Psychology*, 21(3), 239-247.
- Yujie W., Faye S. McIntyre ve Detmar S., (2020). Does Micro-Blogging Lead to a More Positive Attitude Toward a Brand? —A Perspective of Cultivation Theory, *Journal of Promotion Management*, 26:4, 504-523, DOI: 10.1080/10496491.2020.1719957

İnternet Kaynakları ve Raporlar

- Http 1, Erişim 10.04.2022 (<https://www.dogrulus.com/yazdir.php?142=yazi&id=3073>)
- Http 2 Erişim 19.05.2022 (<https://medium.com/@AvAsliAkdag/televi%CC%87zyon-mecrasinin-yeni%CC%87-nesi%CC%87lg%C3%B6r%C3%BCn%C3%BCmleri%CC%87-ac4c66768f62>)
- Http 3, Erişim 20.05.2022 (<https://www.itu.int/en/ITU-T/jca/iptv/Pages/tor.aspx>)
- Http 4, Erişim 22.05.2022 (<https://www.adjust.com/glossary/ott-over-the-top/>)
- Http 5, Erişim: 22.05.2022 (<https://medium.com/@AvAsliAkdag/televi%CC%87zyon-mecrasinin-yeni%CC%87-nesi%CC%87lg%C3%B6r%C3%BCn%C3%BCmleri%CC%87-ac4c66768f62>)
- Http 6, Erişim: 10.10.2023 (<https://leichtmanresearch.com/83-of-u-s-households-have-an-svod-service/>).
- Http 7, Erişim:13.09.2023 <https://documentarytelevision.com/ratings/binge-viewing-is-the-new-normal-and-it-hurts-reality-tv-tivo-research-group-u-s/>
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey>
<https://tiak.com.tr/duyurular/tiak-televizyon-izleyici-olcumu-2022-izleme-davranislari&no=1>

https://www.rtuk.gov.tr/Media/FM/Kamuoyu/genclerin_medya_kullanimi_ve_dijital_okuryazarlik_arastirmasi_.pdf

Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu, (2014). Ankara, Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı.



EKLER

Ek 1. Anket Soruları

Sayın Katılımcı,

Bu saha araştırması, yapmakta olduğum doktora tez çalışmasının önemli bir aşamasını oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, öğrencilerin düşüncelerini tanımlamaktır.

Sizden “ricam”, sorulara vereceğiniz yanıtlarda, “yalnızca” kendi düşüncelerinizi yansıtmazdır. Vereceğiniz yanıtlar, kesinlikle bireysel olarak çözümlenmeyecektir.

Toplanan veriler, bir bütün halinde, yalnızca genellemelere ulaşmak amacıyla, belirli istatistiki testlerde kullanılacaktır. Bir iletişim bilgisi belirtmeniz halinde, çalışmada elde edilen sonuçları sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyacağımı belirterek, katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

*Her soruya doğru ve tek bir cevap vermeniz gerekmektedir.

Sevgi ve Saygılarımla,

Arş. Gör. Rıdvan Cevher

Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi

1. Genel olarak söylersek, günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.

Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
------------------------	-------------	------------	--------------	-------------------------

2. Genel olarak söylersek kazanmanın yolu güç sahibi olmaktan geçmektedir.

Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
------------------------	-------------	------------	--------------	-------------------------

3. Genel olarak söylersek, şiddet her sınıftan insanlar arasında yaşanmaktadır.

Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
------------------------	-------------	------------	--------------	-------------------------

4. Genel olarak söylersek, insanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine, kendilerini düşünürler.

Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
------------------------	-------------	------------	--------------	-------------------------

5. Genel olarak söylersek, günümüzde şiddet daha çok erkekler arasında yaşanmaktadır.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
---------------------------	----------------	---------------	-----------------	----------------------------	--

6. Genel olarak söylersek, birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
---------------------------	----------------	---------------	-----------------	----------------------------	--

7. Genel olarak söylersek şiddet şehir merkezinde daha çok görülmektedir.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
---------------------------	----------------	---------------	-----------------	----------------------------	--

8. Genel olarak söylersek erkek egemen bir toplumda yaşamaktayız.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
---------------------------	----------------	---------------	-----------------	----------------------------	--

9. Genel olarak söylersek, şiddet birbirlerini tanımayan insanlar arasında yaşanmaktadır.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
---------------------------	----------------	---------------	-----------------	----------------------------	--

10. Genel olarak söylersek, çoğu insan kendini güvende hissetmiyordur.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
---------------------------	----------------	---------------	-----------------	----------------------------	--

11. Genel olarak söylersek Amerika Birleşik Devletleri'nde günlük yaşamda tehlikeler yaşanmaktadır.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
---------------------------	----------------	---------------	-----------------	----------------------------	--

12. Genel olarak söylersek günümüzde suç işleme oranı artmıştır.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
------------------------------	----------------	---------------	-----------------	-------------------------------	--

13. Genel olarak söylersek aile Türk toplumunda hala önemini korumaktadır.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
------------------------------	----------------	---------------	-----------------	-------------------------------	--

14. Genel olarak söylersek günümüzde şehir merkezleri tehlikenin yaşandığı asıl yerlerdir.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
------------------------------	----------------	---------------	-----------------	-------------------------------	--

15. Genel olarak söylersek, insanlar her an bir saldırıya uğrayabilir.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
------------------------------	----------------	---------------	-----------------	-------------------------------	--

16. Genel olarak söylersek günümüzde cinsiyetler arası iletişim (dostluk, arkadaşlık, romantizm) rahatça yaşanmaktadır.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
------------------------------	----------------	---------------	-----------------	-------------------------------	--

17. Genel olarak söylersek, günümüzde insanlara güvenilemez.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
------------------------------	----------------	---------------	-----------------	-------------------------------	--

18. Genel olarak söylersek güvenlik güçleri toplumsal huzuru sağlamak için gereklidir.

Kesinlikle Katılıyor m	Katılıyor m	Kararsız m	Katılmıyor m	Kesinlikle Katılmıyor m	
------------------------------	----------------	---------------	-----------------	-------------------------------	--

19. Cinsiyetiniz nedir? Lütfen belirtiniz.

1. Erkek		2. Kadın		3. Diğer	
----------	--	----------	--	----------	--

20. Yaşınız kaçtır

? Lütfen belirtiniz. (.....)

21. Aslen hangi bölgede yaşamaktasınız.

Marmara Bölgesi	Ege Bölgesi	Akdeniz Bölgesi	İç Anadolu Bölgesi	Karadeniz Bölgesi	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Doğu Anadolu Bölgesi
-----------------	-------------	-----------------	--------------------	-------------------	---------------------------	----------------------

22. Hangi Fakültede öğrenim görmektesiniz? (Fakültenizin bulunduğu seçeneği işaretleyiniz.)

Fen Edebiyat Fakültesi- Eğitim Fakültesi	
Tıp Fakültesi- Sağlık Bilimleri Fakültesi- Diş Hekimliği Fakültesi- Spor Bilimleri Fakültesi	
Mühendislik Fakültesi- Mimarlık Fakültesi- Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi	
Hukuk- İktisadi ve İdari Bilimler- Turizm -İlahiyat -Güzel Sanatlar - İletişim Fakültesi	

23. Annenizin eğitim düzeyi nedir?

Hiç Okula Gitmemiş	
İlkokul Mezunu	
Ortaokul Mezunu	
Lise ve Dengi Okul Mezunu	
Fakülte veya Yüksekokul Mezunu	
Lisansüstü	

24. Babanızın eğitim düzeyi nedir?

Hiç Okula Gitmemiş	
İlkokul Mezunu	
Ortaokul Mezunu	
Lise ve Dengi Okul Mezunu	
Fakülte veya Yüksekokul Mezunu	
Lisansüstü	

25. Aylık ortalama harcama tutarınız ne kadardır?

0-1000 TL	1001 TL- 2000 TL	2001 TL - 3000 TL	3001TL-4000 TL	4001 TL ve üzeri

26. Dijital yayın platformlarını (Netflix, BluTv, PrimeVideo) günde ortalama ne kadar süre izlemektesiniz? Lütfen yazınız. (..... Saat)

27. Günde ortalama ne kadar süre televizyon izliyorsunuz? Lütfen belirtiniz. (..... saat)



Ek 2. Kodlama Çizelgeleri

Mesaj Sistem Analizi Kodlama Çizelgesi

Bölüm 1

Bölüm A 1. Genel

N: Netflix B: BluTv P: PrimeVideo

Tarih:				
Platform	Dizi Türü	Dizi Adı	Bölüm Sayısı	Konu

Bölüm A 2. Dizi-Genel-

Dizinin Tonu	0 Kodlanamaz	1 Çoğunlukla mizahi, komik	2 Ne mizahi Ne Ciddi (karışık)	3 Ciddi			
Olayın Geçtiği Yer	0 Kodlanamaz	1 Türkiye	2 Türkiye ve Diğer Ülkeler	3 Diğer (Açıkla)			
Olayın Tarihi	0 Kodlanamaz	1 1900 Öncesi	2 1900-1949	3 1950-2000	4 2000-2022	5 Şimdi	6 Gelecek
Habitat	0 Belirsiz Yerler						
	1 Şehir-Metropol						
	2 Kasaba-İlçe						
	3 Köy, Çiftlik vb.						
	4 Yerleşime Uygun Olmayan						
	5 Hareketli (uçak, gemi vb.)						
	6 Karışık (hepsinin birleşimi)						

Bölüm A 3. Konular

Konu	0 Konuya hiçbir önem verilmemiş	1 Konu tesadüfi olarak çok az yer almış	2 Konu gayet belirgin	3 Konu programın odak noktası
Doğa, Hayvan, Element vb.				
Doğa Üstü, Mistik, Mucizevi vb.				
Bilim (teknoloji,İcat,bilimse l süreçler, araçlar, mühendislik)				
Politikalar: Hükümetler, Siyasi Partiler vb.				
Yasa Uygulayıcı ve Adalet Uygulayıcı: Polis, yargılama, mahkeme				
Suç: Yolsuzluk, yasadışılık, adaletsizlik				
Kitle İletişimi ve Eğlence: Basın, radyo-tv, gösteri, popüler sporlar				
İş Dünyası (Ekonomi): Sanayi, iş gücü, üretim				
Okul, Eğitim, öğrenci, öğretmen				

Din, İbadethane, Din Adamları, Dinsel ritüeller				
Finansal Başarı, Ödül, Fakirlik, Miras, Finansal Zorluk				
Cinsiyetler Arası Yakın İlişkiler ve Dostluklar: İşbirlikçi veya düşmanca olup olmadığı, aşk, seks, fuhuş, sadizm				
Ev: Aile, evlilik, aile içi sorunlar, çocuklar, gençlik yaşlanma, hamilelik				
Azınlık Gruplar: Yabancı ülkeler ve insanlar, beyaz olmayanlar, dini ve etnik azınlıklar				
Silahlı Kuvvetler: Düzenli ya da düzensiz, savaşta ve barışta askeri örgütler				
Ailenin Önemi: Aileye sahip olmanın ya da ait olmanın olumlu yönleri				

Yaşlanma Korkusu: Yaşlandığını inkâr ve yaşlanmaktan korku				
Eksantrik Davranış: Tuhaf davranışlar				
Anne ve Babaya Karşı Suçlar (programda suç olarak kabul edilenler)				
Ölüm ya da Ölmek				
Fiziki Engel (kör olmak, sakat olmak vb. ifadeler alınmaz)				
Fiziki Hastalıklar: Yaralanma, silahla vurulma, kırık bacak gibi. Tedavi, terapi tıbbi müdahale gerektirenler.	0 Konuya hiçbir önem verilmemiş	1 Konu tesadüfi olarak çok az yer almış	2 Konu gayet belirgin	3 Konu programın odak noktası
Zihinsel Hastalıklar (tıbbi tedavi gerektiren durumlar)				
İlaç Uyuşturucu ya da Narkotik	0 konuya değinilmemiş	1 tema var ancak etkilerine değinilmemi ş	3 tema var zararlı etkileri var ve uygun olarak gösterilmi ş	4 zararlı etkileri önemle belirtilmiş ana konu bu alanda yoğunlaşmı ş

Alkol kullanımı				
Silahlı Kuvvetlerin Yapısı	0 Gösterilmemiş	1 Resmi kuvvetler (düzenli) gösterilmiş	3 düzensiz birlikler gösterilmiş	4 düzenli ve düzensiz kuvvetler gösterilmiş
Silahlı Kuvvetlerin Rolü	0 gösterilmemiş	1 silahlı kuvvetler çatışma olmayan durumda gösterilmiş	2 savaş döneminde ancak çatışma olmayan durumda gösterilmiş	3 silahlı kuvvetler çatışma (savaş) durumunda gösterilmiş

Bölüm B: Şiddet Genel

Şiddetin Ciddiyeti	0 Şiddet yok	1 Kesin bir biçimde ciddi	2 Kesin bir biçimde mizahi	2 Kısmen mizahi	3 Komedi olsa bile çoğunlukla gerçek şiddet
Şiddetin Anlamlılığı	0 Şiddet yok	1 Kısmen şiddet (tesadüfi şiddet)	2 Şiddet Anlamlı (KARAKTERLER AÇISINDAN)	3 Şiddet İçeriğin Ana konusu	

Bölüm C. Ana Karakter – Genel-

İnsanlık	0 Kodlanamaz	1 İnsan			2 İnsanlaştırılmış konuşan hayvan, makine, şey veya yaratık			3 İnsanlaştırılmamış hayvan, makine, şey veya yaratık		
Cinsiyeti	0 Kodlanamaz, Açıklama:	1 Kadın			2 Erkek			3 Diğer, Cinsiyet yok		
Kronolojik Yaş										
Sosyal Yaş	0 Kodlanamaz	1 Delikanlılık öncesi ve delikanlılık dönemi		2 Genç Yetişkin, (20'lerin ortası 30'ların başı)		3 Yetişkin (aile ve kariyeri oturmuş)		4 Yaşlı		
İrki	0 Türk	1 Kürt	2 Arap	3 Karadenizli	4 Ege li	5 Doğulu	6 Batılı	7 İç Anadolu'lu	8 Yabancı	
Sosyo Ekonomik Statü	0 Kodlanamaz, Diğer:		2 Orta Sınıf			1 Açıkça üst sınıf		3 Açıkça alt sınıf		
Meslek	0 Kodlanamaz, karışık, diğer	1 Eğlence, sanat, spor, kitle	2 Tarım, çiftçilik, doğa,	3 İşletme, sanayi, finans,	4 Devlet, mahkemeler,	5 Sağlık, tıbbi, sosyal refah ve	6 Eğitim (öğrenci, öğretmen)	7 Bilim	8 Diğer	9 Yasadışı işler 10 Hizmet

	(açık la)	iletişim	hayvanlar	taşıma, özel acent e	hukuk, resmi görevli	hizmetler	men vb.)		li, Bakıcı, Temizlik Görevlisi, Şoför vb.
Fiziksel Handikap	0 Var					1 Yok			
Fiziki Hastalık	0 Var					1 Yok			
Zihinsel Hastalık	0 Var					1 Yok			
Uyuşturucu	0 Kodlanamaz, Açıklama:	1 belirsiz		2 Kullanıyor		3 Çok Kullanıyor		4 Kullanmıyor	
Sigara	0 Kodlanamaz		1 Kullanıyor		2 Kullanmıyor		3 Tiryaki		
Alkol	0 Kodlanamaz	1 Kullanıyor		2 Kullanmıyor		3 Alkolik		4 Kullanmıyor	
Görüntü Bozukluğu	0 Kodlanamaz	1 Karakterin herhangi bir görüntü bozukluğu yok	2 Karakterde az miktarda görüntü bozukluğu var		3 Karakterde orta miktarda görüntü bozukluğu var		4 Karakterde ciddi miktarda görüntü bozukluğu var		

Kiminle Birlikte Yaşıyor	0 Kodlanamaz ya da zorla bir yerde yaşamaya tabi tutulmuş
	1 belirsiz
	2 Yalnız yaşıyor
	3 Yalnız çocukları ile yaşıyor
	4 ailesiyle (Eş/çocuk)
	5 anne babasıyla yaşıyor
	6 aileden olmayanlarla yaşar
	7 karışık
Eğer Ailesi Var İse	0 Kodlanamaz
	1 Karakterin aileye sahip olduğuna ilişkin hiçbir referans yok
	2 Karakterin ailesi olmadığına ilişkin spesifik bilgi var
	3 Karakterin ailesi var ama onlar ile görüşmüyor
	4 Karakterin ailesi var, onlarla ilişkisine değiniliyor ancak görünen bir şey yok
	5 Karakterin ailesi var onlarla ilişkisi görünüyor
Medeni Hali	0 Kodlanamaz
	1 Evli değil

	2 Yakın zamanda evlenecek
	3 Evli
	4 Ayrı yaşıyorlar
	5 Dul veya boşanmış
	6 Yeniden evlenmiş
	7 birisiyle ilişki yaşıyor (heteroseksüel)
	8 birisiyle ilişki yaşıyor (homoseksüel)
	9 Biten ilişkisinin hala etkisinde ve onu seviyor
	10 karışık
Bakıcı	0 kodlanamaz, Karakter ev bakıcısı olarak gösterilmemektedir
	1 Karakter ev bakıcısı olarak gösterilmektedir
Anne ve Babalar	0 Kodlanamaz
	1 Karakterin anne ve babası görülmektedir
	2 Yalnızca anne görülmekte
	3 Yalnızca baba görünmekte
	4 Anne ve babaya değinilmekte ancak gösterilmemektedir
	5 Anne ve babaya ilişkin hiçbir referans yok
Öz Çocuklar	0 Kodlanamaz, öz çocuğu yok
	1 Karakterin öz çocuğu var
Üvey Çocuklar	0 Kodlanamaz karaktere bağımlı çocuk yok
	1 Karakterin yasal sorumluluğunda çocuğu var

	2 Karakterin sınırlı sorumlulukta olan çocuğu var				
Karakter için Aile Yaşamı Önemli mi?	0 Kodlanamaz	1 Evet			2 Hayır
Seksüel Oryantasyon	0 Kodlanamaz, Açıklama:	1 belli değil	2 heteroseksüel	3 biseksüel	4 LGBTİ birey
Romantik Katılım	0 Kodlanamaz, Açıklama				
	1 Karakterin hiçbir romantik ilişkisi yok				
	2 Karakterin romantik ilişkisi var				
	3 karşılıklı bir romantik ilişki yok (tek taraflı romantizm)				
	4 Karakterin karşılıksız bir romantik ilişkisi var (her iki taraf)				
	5 Karışık				
Karakterin Rolü	0 Kodlanamaz				
	1 Çoğunlukla az komik, Komik				
	2 Ne ciddi ne ciddi değil, karışık, çok açık değil				

	3 Genellikle ciddi
Karakterin Tipi	0 Kodlanamaz, Açıklama: 0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 İyi, kahraman, pozitif 2 Karışık, çok net değil hem iyi hem kötü 3 Kötü, hain, negatif
Başarı	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Karakter açıkça başarılı 2 Karışık hem başarılı hem başarısız 3 Karakter açıkça başarısız
Mutluluk	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Karakter açıkça mutlu 2 Karışık, çok net değil 3 Karakter açıkça mutsuz
Karakter Tarafından	0 Karakter suç işlememiştir 1 Karakter suç işlemiştir

İşlenen Suç	
Karakter	0 Şiddet uygulamamış
Tarafından	1 Ölümcül olmayan şiddet uygulamış
Yapılan Şiddet Hareketleri	2 Öldürücü şiddet uygulamış ancak sonucunda ölüm olmamış
	3 Öldürücü şiddet uygulamış
Karakterin Maruz Kaldığı Şiddet Hareketleri	0 Karakter şiddete maruz kalmamış
	1 Ölümcül olmayan yâda tedavi edilebilir şiddete maruz kalmış
	2 Öldürücü bir şiddete maruz kalmış ancak ölmemiş
	3 Öldürülmüş

Bölüm D. Yardımcı Karakter – Genel-

İnsanlık	0 Kodlanamaz	1 İnsan	2 İnsanlaştırılmış konuşan hayvan, makine, şey veya yaratık	3 İnsanlaştırılmamış hayvan, makine, şey veya yaratık
Cinsiyeti	0 Kodlanamaz, Açıklama:	1 Kadın	2 Erkek	3 Diğer, Cinsiyet yok
Kronolojik Yaş				

Sosyal Yaş	0 Kodlanamaz		1 Delikanlılık öncesi ve delikanlılık dönemi		2 Genç Yetişkin, (20'lerin ortası 30'ların başı)		3 Yetişkin (aile ve kariyeri oturmuş)		4 Yaşlı	
İrki	0 Türk	1 Kürt	2 Arap	3 Karadenizli	4 Ege li	5 Doğulu	6 Batılı	7 İç Anadolu'lu	8 Yabancı	
Sosyo Ekonomik Statü	0 Kodlanamaz, Diğer:			2 Orta Sınıf		1 Açıkça üst sınıf		3 Açıkça alt sınıf		
Meslek	0 Kodlanamaz, karışık, diğer (açıklarla)	1 Eğlence, sanat, spor, kitle iletişimi	2 Tarım, çiftçilik, doğa, hayvanlar	3 İşletim, satış, finans, taşıma, özel ulaşım	4 Devlet, mahkemeler, hukuk, resmi görevli	5 Sağlık, tıbbi, sosyal refah ve hizmetler	6 Eğitim (öğrenci, öğretmen vb.)	7 Bilim	8 Diğer	9 Yasadışı işler

				ente						
Fiziksel Handikap	0 Var					1 Yok				
Fiziki Hastalık	0 Var					1 Yok				
Zihinsel Hastalık	0 Var					1 Yok				
Uyuşturucu	0 Kodlanamaz, Açıklama:	1 belirsiz		2 Kullanıyor		3 Çok Kullanıyor		3 Kullanmıyor		
Sigara	0 Kodlanamaz		1 belirsiz		2 Kullanıyor		3 Tiryaki			
Alkol	0 Kodlanamaz	1 belirsiz		2 Kullanıyor		3 Alkolik		4 Kullanmıyor		
Görüntü Bozukluğu	0 Kodlanamaz	1 Karakterin herhangi bir görüntü bozukluğu yok	2 Karakterde az miktarda görüntü bozukluğu var		3 Karakterde orta miktarda görüntü bozukluğu var		4 Karakterde ciddi miktarda görüntü bozukluğu var			
Kiminle Birlikte Yaşıyor	0 Kodlanamaz ya da zorla bir yerde yaşamaya tabi tutulmuş									
	1 belirsiz									

	2 Yalnız yaşıyor
	3 Yalnız çocukları ile yaşıyor
	4 ailesiyle (Eş/çocuk)
	5 anne babasıyla yaşıyor
	6 aileden olmayanlarla yaşar
	7 karışık
Eğer Ailesi Var İse	0 Kodlanamaz
	1 Karakterin aileye sahip olduğuna ilişkin hiçbir referans yok
	2 Karakterin ailesi olmadığına ilişkin spesifik bilgi var
	3 Karakterin ailesi var ama onlar ile görüşmüyor
	4 Karakterin ailesi var, onlarla ilişkisine değiniliyor ancak görünen bir şey yok
	5 Karakterin ailesi var onlarla ilişkisi görünüyor
Medeni Hali	0 Kodlanamaz
	1 Evli değil
	2 Yakın zamanda evlenecek
	3 Evli
	4 Ayrı yaşıyorlar
	5 Dul veya boşanmış
	6 Yeniden evlenmiş
	7 Şu an birisiyle birlikte yaşıyor (heteroseksüel)
	8 Şu an birisiyle birlikte yaşıyor (homoseksüel)
	8 Biten ilişkisinin hala etkisinde ve onu seviyor
	9 Karışık, Açıklama:
Bakıcı	0 kodlanamaz, Karakter ev bakıcısı olarak gösterilmemektedir
	1 Karakter ev bakıcısı olarak gösterilmektedir
	0 Kodlanamaz

Anne ve Babalar	1 Karakterin anne ve babası görülmektedir				
	2 Yalnızca anne görülmekte				
	3 Yalnızca baba görünmekte				
	4 Anne ve babaya değinilmekte ancak gösterilmemektedir				
	5 Anne ve babaya ilişkin hiçbir referans yok				
	Öz Çocuklar	0 Kodlanamaz, belli değil			
1 Karakterin öz çocuğu var					
Üvey Çocuklar	0 Kodlanamaz karaktere bağımlı çocuk yok				
	1 Karakterin yasal sorumluluğunda çocuğu var				
	2 Karakterin sınırlı sorumlulukta olan çocuğu var				
Karakter için Aile Yaşamı Önemli mi?	0 Kodlanamaz		1 Evet		2 Hayır
Seksüel Oryantasyon	0 Kodlanamaz, Açıklama:	1 belli değil	2 heteroseksüel	3 biseksüel	4 LGBTİ birey
	0 Kodlanamaz, Açıklama				

Romantik Katılım	1 Karakterin hiçbir romantik ilişkisi yok 2 Karakterin romantik ilişkisi var 3 karşılıklı bir romantik ilişki yok (tek taraflı romantizm) 4 Karakterin karşılıksız bir romantik ilişkisi var 5 Karışık
Karakterin Rolü	0 Kodlanamaz 1 Çoğunlukla az komik 2 Ne ciddi ne ciddi değil, karışık, çok açık değil 3 Genellikle ciddi
Karakterin Tipi	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 İyi, kahraman, pozitif 2 Karışık, çok net değil hem iyi hem kötü 3 Kötü, hain, negatif
Başarı	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Karakter açıkça başarılı 2 Karışık hem başarılı hem başarısız 3 Karakter açıkça başarısız
Mutluluk	0 Kodlanamaz, Açıklama: 1 Karakter açıkça mutlu 2 Karışık, çok net değil 3 Karakter açıkça mutsuz
Karakterin Tarafından İşlenen Suç	0 Karakter suç işlememiştir 1 Karakter suç işlemiştir
Karakterin Tarafından	0 Şiddet uygulamamış 1 Ölümcül olmayan şiddet uygulamış 2 Öldürücü şiddet uygulamış ancak sonucunda ölüm olmamış 3 Öldürücü şiddet uygulamış

Yapılan Şiddet Hareketl eri	
Karakte rin Maruz Kaldığı Şiddet Hareketl eri	0 Karakter şiddete maruz kalmamış 1 Ölümcül olmayan yâda tedavi edilebilir şiddete maruz kalmış 2 Öldürücü bir şiddete maruz kalmış ancak ölmemiş 3 Öldürülmüş

Bölüm A. Ana Karakter – Frekans, Cinsiyet-Sigara, Alkol, Uyuşturucu, Cinsel Tasvir-

Ana karakter gösterim sıklığı (sahne Başı)				
Ana Karakter Cinsiyeti	0 Kodlanamaz, Açıklama:	1 Kadın	2 Erkek	3 Diğer, Cinsiyet yok
Ana Karakter-Sigara Gösterimi				
Ana Karakter-Alkol Gösterimi				
Ana Karakter-Uyuşturucu Gösterimi				
Ana Karakter-Cinsel Tasvir Gösterimi				

Bölüm B. Yardımcı Karakter – Frekans, Cinsiyet-

Yardımcı karakter gösterim sıklığı (sahne Başı)				
Yardımcı Karakter Cinsiyeti	0 Kodlanamaz, Açıklama:	1 Kadın	2 Erkek	3 Diğer, Cinsiyet yok
Yardımcı Karakter-Sigara Gösterimi				
Yardımcı Karakter-Alkol Gösterimi				
Yardımcı Karakter-Uyuşturucu Gösterimi				
Yardımcı Karakter-Cinsel Tasvir Gösterimi				

[illegible]

[illegible]

Ek 3. Mesaj Sistem Çözümlmeleri

Tablo 1. Olayın Geçtiği Yer

		Olayın_Geçtiği_Yer			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	1	6,7	6,7	6,7
	Türkiye	4	26,7	26,7	33,3
	İspanya	1	6,7	6,7	40,0
	İngiltere	2	13,3	13,3	53,3
	Kore	2	13,3	13,3	66,7
	ABD	4	26,7	26,7	93,3
	Norveç	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 2. Olayın Tarihi

		Olayın_Tarihi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	1	6,7	6,7	6,7
	1900 Öncesi	1	6,7	6,7	13,3
	1950-2000	3	20,0	20,0	33,3
	Şimdi	8	53,3	53,3	86,7
	Gelecek	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 3. Olayın Geçtiği Yer

		Habitat		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Şehir-Metropol	12	80,0	80,0	80,0
	Kasaba-İlçe	2	13,3	13,3	93,3
	Karışık (hepsinin birleşimi)	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 4. Yasa ve Adalet Uygulayıcıları**Yasa Uygulayıcı ve Adalet Uygulayıcı: Polis, yargılama, mahkeme**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Konuya hiçbir önem verilmemiş	3	20,0	20,0	20,0
	Konu tesadüfi olarak çok az yer almış	2	13,3	13,3	33,3
	Konu gayet belirgin	4	26,7	26,7	60,0
	Konu programın odak noktası	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 5. Cinsiyetler Arası İlişkiler

Cinsiyetler Arası Yakın İlişkiler ve Dostluklar: İşbirlikçi veya düşmanca olup olmadığı, aşk, seks, fuhuş, sadizm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Konu gayet belirgin	6	40,0	40,0	40,0
	Konu programın odak noktası	9	60,0	60,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 6. Ev, aile, aile içi sorunlar

Ev: Aile, evlilik, aile içi sorunlar, çocuklar, gençlik yaşlanma, hamilelik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Konuya hiçbir önem verilmemiş	1	6,7	6,7	6,7
	Konu tesadüfi olarak çok az yer almış	3	20,0	20,0	26,7
	Konu gayet belirgin	5	33,3	33,3	60,0
	Konu programın odak noktası	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 7. Silahlı Kuvvetler

Silahlı Kuvvetler: Düzenli ya da düzensiz, savaşta ve barışta askeri örgütler

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Konuya hiçbir önem verilmemiş	3	20,0	20,0	20,0
	Konu tesadüfi olarak çok az yer almış	4	26,7	26,7	46,7
	Konu gayet belirgin	4	26,7	26,7	73,3
	Konu programın odak noktası	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 8. Ailenin Önemi

Ailenin Önemi: Aileye sahip olmanın ya da ait olmanın olumlu yönleri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Konuya hiçbir önem verilmemiş	1	6,7	6,7	6,7
	Konu tesadüfi olarak çok az yer almış	6	40,0	40,0	46,7
	Konu gayet belirgin	3	20,0	20,0	66,7
	Konu programın odak noktası	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 9. Silahlı Kuvvetlerin Yapısı

Silahlı_Kuvvetlerin_Yapısı					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Gösterilmemiş	3	20,0	20,0	20,0
	Resmi kuvvetler (düzenli) gösterilmiş	9	60,0	60,0	80,0
	4,00	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 10. Silahlı Kuvvetlerin Rolü

Silahlı_Kuvvetlerin_Rolü					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Gösterilmemiş	3	20,0	20,0	20,0
	Silahlı kuvvetler çatışma olmayan durumda gösterilmiş	8	53,3	53,3	73,3
	Savaş döneminde ancak çatışma olmayan durumda gösterilmiş	2	13,3	13,3	86,7
	Silahlı kuvvetler çatışma (savaş) durumunda gösterilmiş	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 11. Şiddetin Ciddiyeti

		Şiddetin_Ciddiyeti			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Şiddet yok	3	20,0	20,0	20,0
	Kesin bir biçimde ciddi	12	80,0	80,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 12. Ana Karakter Cinsiyeti

		Cinsiyeti_ANA_KARAKTER			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadın	25	15,6	34,2	34,2
	Erkek	48	30,0	65,8	100,0
	Total	73	45,6	100,0	
Missing	System	87	54,4		
Total		160	100,0		

Tablo 13. Ana Karakterin Yaşı**Sosyal_Yaş_ANA_KARAKTER**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	1	,6	1,4	1,4
	Erişkin	9	5,6	12,3	13,7
	Genç Yetişkin, (20'lerin ortası 30'ların başı)	23	14,4	31,5	45,2
	Yetişkin (aile ve kariyeri oturmuş)	38	23,8	52,1	97,3
	Yaşlı	2	1,3	2,7	100,0
	Total	73	45,6	100,0	
Missing	System	87	54,4		
Total		160	100,0		

Tablo 14. Ana Karakter Sosyoekonomik Statü**Sosyo_Ekonomik_Statü_ANA_KARAKTER**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	2	1,3	2,7	2,7
	Orta Sınıf	20	12,5	27,4	30,1
	Açıkça Üst Sınıf	35	21,9	47,9	78,1
	Açıkça Alt Sınıf	16	10,0	21,9	100,0
	Total	73	45,6	100,0	
Missing	System	87	54,4		
Total		160	100,0		

Tablo 15. Ana Karakter Fizikse Handikap**Fiziksel_Handikap_ANA_KARAKTER**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Var	2	1,3	2,7	2,7
	Yok	71	44,4	97,3	100,0
	Total	73	45,6	100,0	
Missing	System	87	54,4		
Total		160	100,0		

Tablo 16. Ana Karakter Açısından Ailenin Önemi**Karakter_İçin_Aile_Yaşamı_Önemli_mi_ANA_KARAKTER**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanama z	11	6,9	15,1	15,1
	Evet	40	25,0	54,8	69,9
	Hayır	22	13,8	30,1	100,0
	Total	73	45,6	100,0	
Missing	System	87	54,4		
Total		160	100,0		

Tablo 17. Ana Karakter Başarı Durumu

		Başarı_ANA_KARAKTER			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	4	2,5	5,5	5,5
	Karakter açıkça başarılı	54	33,8	74,0	79,5
	Karışık hem başarılı hem başarısız	1	,6	1,4	80,8
	Karakter açıkça başarısız	14	8,8	19,2	100,0
	Total	73	45,6	100,0	
Missing	System	87	54,4		
Total		160	100,0		

Tablo 18. Ana Karakter Şiddet Katılım Durumu

Karakter_Tarafından_Yapılan_Şiddet_Hareketleri_ANA_KARAKTER					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Şiddet uygulamamış	29	18,1	39,7	39,7
	Ölümcül olmayan şiddet uygulamış	9	5,6	12,3	52,1
	Öldürücü şiddet uygulamış ancak sonucunda ölüm olmamış	8	5,0	11,0	63,0
	Öldürücü şiddet uygulamış	27	16,9	37,0	100,0
	Total	73	45,6	100,0	
Missing	System	87	54,4		
Total		160	100,0		

Tablo 19. Yardımcı Karakter Cinsiyeti

Cinsiyeti_YARDIMCI_KARAKTER					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadın	40	25,0	40,4	40,4
	Erkek	59	36,9	59,6	100,0
	Total	99	61,9	100,0	
Missing	System	61	38,1		
Total		160	100,0		

Tablo 20. Yardımcı Karakter Yaş

Sosyal_Yaş_YARDIMCI_KARAKTER					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erişkin	6	3,8	6,1	6,1
	Genç Yetişkin, (20'lerin ortası 30'ların başı)	18	11,3	18,2	24,2
	Yetişkin (aile ve kariyeri oturmuş)	64	40,0	64,6	88,9
	Yaşlı	11	6,9	11,1	100,0
	Total	99	61,9	100,0	
Missing	System	61	38,1		
Total		160	100,0		

Tablo 21. Yardımcı Karakter Sosyoekonomik Statü

Sosyo_Ekonomik_Statü_YARDIMCI_KARAKTER					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	8	5,0	8,1	8,1
	Orta Sınıf	26	16,3	26,3	34,3
	Açıkça Üst Sınıf	34	21,3	34,3	68,7
	Açıkça Alt Sınıf	31	19,4	31,3	100,0
	Total	99	61,9	100,0	
Missing	System	61	38,1		
Total		160	100,0		

Tablo 22. Yardımcı Karakter Açısından Ailenin Önemi

Karakter_İçin_Aile_Yaşamı_Önemli_mi_YARDIMCI_KARAKTER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	16	10,0	16,2	16,2
	Evet	45	28,1	45,5	61,6
	Hayır	38	23,8	38,4	100,0
	Total	99	61,9	100,0	
Missing	System	61	38,1		
Total		160	100,0		

Tablo 23. Erkek Ana Karakter Gösterim Sıklığı

Erkek_Ana_Karakter					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	251,00	1	6,7	6,7	6,7
	573,00	1	6,7	6,7	13,3
	598,00	1	6,7	6,7	20,0
	826,00	1	6,7	6,7	26,7
	877,00	1	6,7	6,7	33,3
	902,00	1	6,7	6,7	40,0
	911,00	1	6,7	6,7	46,7
	945,00	1	6,7	6,7	53,3
	1045,00	1	6,7	6,7	60,0
	1072,00	1	6,7	6,7	66,7
	1250,00	1	6,7	6,7	73,3
	1343,00	1	6,7	6,7	80,0
	1413,00	1	6,7	6,7	86,7
	1438,00	1	6,7	6,7	93,3
	1777,00	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 24. Kadın Ana Karakter Gösterim Sıklığı

Kadın_Ana_Karakter					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	2	13,3	13,3	13,3
	100,00	1	6,7	6,7	20,0
	170,00	1	6,7	6,7	26,7
	231,00	1	6,7	6,7	33,3
	267,00	1	6,7	6,7	40,0
	292,00	1	6,7	6,7	46,7
	484,00	1	6,7	6,7	53,3
	492,00	1	6,7	6,7	60,0
	756,00	1	6,7	6,7	66,7
	762,00	1	6,7	6,7	73,3
	790,00	1	6,7	6,7	80,0
	916,00	1	6,7	6,7	86,7
	1173,00	1	6,7	6,7	93,3
	1304,00	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 25. Erkek Yardımcı Karakter Gösterim Sıklığı

Kadın_Ana_Karakter					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	,00	2	13,3	13,3	13,3
	100,00	1	6,7	6,7	20,0
	170,00	1	6,7	6,7	26,7
	231,00	1	6,7	6,7	33,3
	267,00	1	6,7	6,7	40,0
	292,00	1	6,7	6,7	46,7
	484,00	1	6,7	6,7	53,3
	492,00	1	6,7	6,7	60,0
	756,00	1	6,7	6,7	66,7
	762,00	1	6,7	6,7	73,3
	790,00	1	6,7	6,7	80,0
	916,00	1	6,7	6,7	86,7
	1173,00	1	6,7	6,7	93,3
	1304,00	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 26. Kadın Yardımcı Karakter Gösterim Sıklığı

Kadın_Yardımcı_Karakter					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	59,00	1	6,7	6,7	6,7
	82,00	1	6,7	6,7	13,3
	87,00	1	6,7	6,7	20,0
	95,00	1	6,7	6,7	26,7
	123,00	1	6,7	6,7	33,3
	191,00	1	6,7	6,7	40,0
	200,00	2	13,3	13,3	53,3
	207,00	1	6,7	6,7	60,0
	217,00	1	6,7	6,7	66,7
	218,00	1	6,7	6,7	73,3
	376,00	1	6,7	6,7	80,0
	377,00	1	6,7	6,7	86,7
	413,00	1	6,7	6,7	93,3
	481,00	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Tablo 27. Şiddetin Tonu

		Şiddet_Eyleminin_Tonu			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ne hafif ne de ciddi; belirsiz, karışık	3	1,7	1,7	1,7
	Çoğunlukla ciddi	174	98,3	98,3	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Tablo 28. Şiddetin Katılımcı Sayısı

		Katılımcı_Sayısı			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	15	8,5	8,5	8,5
	Tek Kişilik Şiddet	23	13,0	13,0	21,5
	İki Kişilik Şiddet	45	25,4	25,4	46,9
	İki Kişi veya Üzeri Şiddet	94	53,1	53,1	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Tablo 29. Şiddet Uygulayanın Cinsiyeti

Şiddet_Uygulayanın_Cinsiyeti					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	57	32,2	32,2	32,2
	Erkek	97	54,8	54,8	87,0
	Kadın	21	11,9	11,9	98,9
	Her İki Cinsiyet	2	1,1	1,1	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Tablo 30. Şiddete Uğrayanın Cinsiyeti

Şiddete_Uğrayanın_Cinsiyeti					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kodlanamaz	29	16,4	16,4	16,4
	Erkek	112	63,3	63,3	79,7
	Kadın	19	10,7	10,7	90,4
	Her İki Cinsiyet	17	9,6	9,6	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Tablo 31. Eylemin Suç Durumu

		Suç		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Eylem suç değildir	36	20,3	20,3	20,3
	Eylem suç sayılır	141	79,7	79,7	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

Tablo 32. Şiddete Katılanların Tanıma Durumları

		Yakınlık		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Kodlanamaz	30	16,9	16,9	16,9
	Tek kişilik şiddet (only single individual in violence)	14	7,9	7,9	24,9
	Şiddete katılanlar veya rakipler birbirlerini iyi tanıyorlar	19	10,7	10,7	35,6
	Şiddete katılanlar veya rakipler yabancılarıdır	114	64,4	64,4	100,0
	Total	177	100,0	100,0	

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Rıdvan CEVHER

Yabancı Dil : İngilizce

Eğitim ve Mesleki Geçmişi

Lisans : Selçuk Üniversitesi/ Gazetecilik Bölümü

Yüksek Lisans : Gaziantep Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ İletişim ve
Toplumsal Dönüşüm Anabilim Dalı

Doktora : Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/ Basın ve
Yayın Anabilim Dalı

YÖK 100/2000 Sosyal Medya Çalışmaları Bursiyeri

Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Arş. Görevlisi